

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut sociologických studií, Katedra sociologie

Kristýna Mixová

**Podoby společenského tlaku na hubnutí a
formování postavy ve veřejném prostoru**

Bakalářská práce

Praha 2012

Autor práce: **Kristýna Mixová**

Vedoucí práce: **Mgr. Tomáš Holeček Ph.D.**

Rok obhajoby: **2012**

Bibliografický záznam

MIXOVÁ, Kristýna. *Podoby společenského tlaku na hubnutí a formování postavy ve veřejném prostoru*. Praha, 2012. 95s. Bakalářská práce (Bc.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Katedra sociologie. Vedoucí diplomové práce Mgr. Tomáš Holeček Ph.D

Abstrakt

Bakalářská práce se zabývá tlakem současné masové společnosti na hubnutí a formování postavy, který je přítomen ve veřejném prostoru. Text vychází z teoretických pojmů Eliase Canettiho - rozkaz a soud z díla *Masa a moc* a z pojmů Theodora W. Adorna - soutěž a standardizace z díla *Schéma masové kultury*. Práce se snaží odpovědět na otázku, jaká je podoba těchto čtyř pojmů a jaké jsou jejich vlastnosti ve zkoumané oblasti tlaku na hubnutí a formování postavy. Zároveň se snaží přinést i další zjištění. Použitá metodologie je kvalitativní výzkum založený na analýze polních poznámek z procházek městem. Práce dochází k závěru, že všechny čtyři pojmy jsou ve zkoumané oblasti přítomny, přičemž základní vlastností rozkazu zde je, že si zachovává svou jednoznačnost a udávání směru. Soud se objevuje v podobě hodnocení a vytváření dvou skupin stojících proti sobě na základě různých velikostí oděvu. Rozkaz i soud se mohou objevovat současně. Soutěž má hlavní podobu v soutěžení o shozené kilogramy a krásu, zároveň je přítomna ve výhodách a může přecházet v boj. Standardizace je charakteristická předkládáním změny a sdělením, že uváděných činností se účastní i ostatní. Prvkem spojeným s oběma těmito pojmy, soutěží a standardizací, je pomocník, tedy někdo nebo něco napomáhající zhubnutí a zformování postavy.

Abstract

Bachelor thesis is trying to concrete the pressure to have slim and shaped body which is present in public places. Theoretical sources of the text are terms of Elias Canetti - order

and judgement, and terms of Theodor W. Adorno - standardization and competition. The text is trying to answer, how the character of these terms looks like in the context of the pressure to have slim and shaped body. The methodology is qualitative research based on fieldnotes from walking through the city. The main findings of the text are that the main characteristic of order in context of social pressure to have slim and shaped body is unambiguity and the fact that the order instructs the way. For judgement is typical the evaluation and dividing people into two group based on their size. Competition is present in competing in slimming, in competing of beauty and in the advantages of helping to make the slim and shaped body easier. In standardization there is important the change in appearance of human body and the information that other people are involved in having a slim and shaped body.

Klíčová slova

rozkaz, soud, standardizace, soutěž, hubnutí, formování postavy

Keywords

order, judgement, standardization, competition, slimming, shaping the body

Rozsah práce: 88 557 znaků s mezerami

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne ...

Kristýna Mixová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala svému konzultantovi Mgr. Tomášovi Holečkovi Ph.D. za trpělivé vedení mé práce a za čas, který mi při konzultacích věnoval.

Institut Sociologických studií
Projekt bakalářské práce

1. Předpokládaný název práce

Může dnešní žena nehubnout?

2. Námět práce zahrnující formulaci a vstupní diskusi poznávacího problému

Současnou společností jsou kladeny velké nároky a důraz na vzhled, a to především na tvar lidské postavy. Lidé se běžně ve svém okolí setkávají s výrazy jako hubnutí, dieta, ideální postava, přebytečný tuk... Podobnými výrazy jsou naplněny reklamy, média, ale i samotné rozhovory lidí. Plastické operace zaměřující se na modelaci postavy jsou, na rozdíl od minulosti, prezentovány veřejnosti jako běžné služby.

Připravovaná bakalářská práce se bude zabývat tématem hubnutí v současné masové společnosti. K danému jevu chci přistupovat s využitím teoretické reflexe masové společnosti a jejího vlivu a tlaku na jednotlivce, a to na základě prací autorů Theodora W. Adorna a Eliase Canetti.

Pojem hubnutí je zamýšleno chápat v širším kontextu, ne jako pouhé snižování tělesné hmotnosti, ale i jako změnu tvaru a charakteristiky postavy. Práce si klade za cíl zmapovat, kde všude a jakými způsoby se člověk dozvídá, že má zhubnout či nějak jinak změnit svou postavu. Tedy kde a jakým způsobem se říká, že má být člověk se svou postavou nespokojený.

V práci se plánuji zaměřit především na ženy, a to z dvou hlavních důvodů. Za prvé si myslím, že tlak cílený na ženy jako žena dokáží spíše vnímat a za druhé, že se přirozeně budu více pohybovat v místech, kde se objevují převážně ženy (šatny, toalety, obchody s dámskou módou a kosmetikou, kurzy, které navštěvují hlavně ženy.) Ze zkušenosti předpokládám, že na těchto místech je toto téma častou náplní konverzace.

Pozornost práce se bude zaměřovat na každodenní život, tedy jak silně je okolí současné ženy prosyceno pobídkami k hubnutí, kterým se ve svém běžném životě nemá šanci vyhnout, a na jakých rozličných místech jsou pobídky k hubnutí přítomny, i když s daným prostředím toto téma nijak přímo nesouvisí.

3. Předpokládané metody zpracování

Práce bude obsahovat teoretický úvod ohledně problematiky masové společnosti. Na ní bude následně navazovat výzkum, jehož cílem bude zmapovat, kde a jak se k ženám dostávají informace, že by měly zhubnout či jakkoliv změnit svou postavu. Zjišťování, kde se ženy informacím o hubnutí nevyhnou, může v praxi například probíhat na trasách, které ženy absolvují při cestách do zaměstnání, školy nebo za nákupy, ať už hromadnou dopravou či pěšky. Další možnost zjišťování může být například sledování médií, ve kterých se pobídky k hubnutí objevují, i když daná média nejsou na toto téma nijak specializována. Jako další příležitost se nabízí například věnování pozornosti náhodným rozhovorům žen, ve kterých problémy své postavy rozebírají mezi sebou.

4. Předběžná struktura práce

- 1) Úvod
- 2) Teoretický pohled
- 3) Metodologie výzkumu
- 4) Výzkum a jeho průběh
- 5) Shrnutí a závěr

4. Orientační seznam literatury

ADORNO, Theodor W. (2009). *Schéma masové kultury*. Praha: OIKOYMENH
CANETTI, Elias. (1994). *Masa a moc*. Praha: Arkadia
(literatura bude doplněna v průběhu psaní práce)

5. Jméno konzultanta

Mgr. Tomáš Holeček Ph.D.

Obsah

BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM.....	4
BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM.....	4
PROHLÁŠENÍ.....	6
PROHLÁŠENÍ.....	6
OBSAH.....	1
OBSAH.....	1
ÚVOD.....	4
ÚVOD.....	4
1.TEORETICKÁ ČÁST.....	5
1.TEORETICKÁ ČÁST.....	5
1.1ELIAS CANETTI.....	5
1.1ELIAS CANETTI.....	5
1.1.1Canettiho pohled na společnost.....	5
1.1.1Canettiho pohled na společnost.....	5
1.1.2Rozkaz.....	6
1.1.2Rozkaz.....	6
1.1.3Soud.....	9
1.1.3Soud.....	9
1.2THEODOR W. ADORNO.....	10
1.2THEODOR W. ADORNO.....	10
1.2.1Adornův pohled na společnost.....	10
1.2.1Adornův pohled na společnost.....	10
1.2.2Soutěž.....	11
1.2.2Soutěž.....	11
1.2.3Standardizace.....	12
1.2.3Standardizace.....	12
2.METODOLOGICKÁ ČÁST.....	13
2.METODOLOGICKÁ ČÁST.....	13
2.1TEORETICKÉ A VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....	13
2.1TEORETICKÉ A VÝZKUMNÉ OTÁZKY.....	13
2.2METODOLOGIE.....	14
2.2METODOLOGIE.....	14
3.VÝZKUMNÁ ČÁST.....	17
3.VÝZKUMNÁ ČÁST.....	17
3.1ROZKAZ.....	17
3.1ROZKAZ.....	17
3.1.1Jednoznačný rozkaz.....	17
3.1.1Jednoznačný rozkaz.....	17
3.1.2Šipka a její podoby.....	20
3.1.2Šipka a její podoby.....	20
3.1.3Protiřečení a řetězení.....	21

3.1.3	Protirečení a řetězení.....	21
3.2	SOUD.....	22
3.2	SOUD.....	22
3.2.1	Soud hodnocením.....	22
3.2.1	Soud hodnocením.....	22
3.2.2	Soud na základě velikosti.....	23
3.2.2	Soud na základě velikosti.....	23
3.2.3	Měřicí nástroje.....	25
3.2.3	Měřicí nástroje.....	25
3.2.4	Souzení sebe sama.....	25
3.2.4	Souzení sebe sama.....	25
3.3	POLEČNÁ PŘÍTOMNOST SOUDU A ROZKAZU.....	26
3.3	POLEČNÁ PŘÍTOMNOST SOUDU A ROZKAZU.....	26
3.4	SOUTĚŽ.....	28
3.4	SOUTĚŽ.....	28
3.4.1	Formy soutěžení.....	28
3.4.1	Formy soutěžení.....	28
3.4.2	Sportovní soutěžení.....	29
3.4.2	Sportovní soutěžení.....	29
3.4.3	Výhoda v soutěži.....	30
3.4.3	Výhoda v soutěži.....	30
3.4.4	Čas.....	31
3.4.4	Čas.....	31
3.4.5	Rozehranost soutěže.....	32
3.4.5	Rozehranost soutěže.....	32
3.4.6	Soutěž přecházející v boj.....	32
3.4.6	Soutěž přecházející v boj.....	32
3.4.7	Pojmy zmiňované s bojem.....	33
3.4.7	Pojmy zmiňované s bojem.....	33
3.5	STANDARDIZACE.....	36
3.5	STANDARDIZACE.....	36
3.5.1	Standardizace obecně.....	36
3.5.1	Standardizace obecně.....	36
3.5.2	Ostatní lidé.....	37
3.5.2	Ostatní lidé.....	37
3.6	STANDARDIZACE A SOUTĚŽ.....	40
3.6	STANDARDIZACE A SOUTĚŽ.....	40
3.6.1	Pomocník.....	40
3.6.1	Pomocník.....	40
3.6.2	Vztah standardizace a soutěže.....	41
3.6.2	Vztah standardizace a soutěže.....	41
ZÁVĚR.....		43
ZÁVĚR.....		43
SUMMARY.....		45
SUMMARY.....		45
POUŽITÁ LITERATURA.....		46
POUŽITÁ LITERATURA.....		46
SEZNAM PŘÍLOH.....		47
SEZNAM PŘÍLOH.....		47
PŘÍLOHY.....		48

Jsem si vědoma, že práce nemá dodrženo několik parametrů podle vyžadované šablony, ale přes veškerou snahu se mi nepodařilo technicky v textu použít šablonou předpřipravené číslování a formátování, které při práci vždy naprosto selhalo.

Platná struktura práce je uvedena v obsahu, v míře, jakou mi šablona dovolila.

Děkuji za případné pochopení.

Úvod

Lidé se dnes běžně ve svém okolí setkávají s výrazy jako hubnutí, dieta, ideální postava, přebytečný tuk.... Podobnými výrazy jsou naplněny reklamy, média, ale i samotné rozhovory lidí. Plastické operace zaměřující se na modelaci postavy, aby působila štíhlejším dojmem, jsou, na rozdíl od minulosti, veřejnosti prezentovány jako běžné služby. Bakalářská práce se zabývá právě tímto tlakem současné masové společnosti na člověka, tlakem na to, aby (z)hubnul a formoval svou postavu.

Práce k danému jevu přistupuje s využitím reflexe masové společnosti a jejího vlivu a tlaku na jednotlivce, a to na základě prací autorů Eliase Canettiho a Theodora W. Adorna. Tyto díla tvoří základní teoretický rámec, od kterého se celá práce odvíjí. Pojmy, které hrají v práci klíčovou roli, jsou pojmy Eliase Canettiho - rozkaz a soud a z práce Theodora W. Adorna pojmy - soutěž a standardizace. Tyto pojmy popisují některé z rysů naší současné společnosti a prostupují napříč rozličnými oblastmi života.

Práce zkoumá charakter a podobu těchto pojmů konkrétně ve zkoumané oblasti tlaku na hubnutí a formování postavy a snaží se přinést další související zjištění. Metodou pro jejich získání je kvalitativní analýza polních poznámek vzniklých při procházení a projíždění Prahou na předem stanovených trasách.

Cílem práce není tento všudypřítomný tlak zhodnotit, ať už pozitivním nebo negativním způsobem. Jejím smyslem je poskytnout čtenáři podrobnější vhled do charakteru tohoto tlaku.

1. Teoretická část

1.1 *Elias Canetti*

1.1.1 Canettiho pohled na společnost

Dílo Eliase Canettiho *Masa a moc* je značně obrazným popisem společnosti a principů jejího fungování. Autor se zabývá především pojmem masa, přičemž zachycuje její zákonitosti, vlastnosti a tendence. V knize je využito četných vysvětlení na základě připodobnění k historickým nebo mýtickým událostem. Svůj výklad autor začíná všeobecnou charakteristikou masy, pokračuje popisem menšího, staršího a předcházejícího společenského útvaru, kterým je smečka. Postupně rozpracovává způsob chování lidí v samotné mase a blíže popisuje situace, které jsou pro vznik, zánik a průběh masy rozhodující. Dále rozepisuje, jak uvnitř masy funguje uchopení moci, vydání rozkazu, proces proměny a v jakých podobách se masa a její obrazy objevují v myšlení lidí.

Výklad samotného pojmu masa Canetti začíná u strachu z doteku. Lidé se chovají tak, aby se ostatních lidí nedotýkali. Vytváří si odstup. Tento strach z doteku vymizí až v mase a v husté mase se nakonec snaha nedotýkat se otáčí naruby. Lidé se v ní tísní, přilepeni jeden na druhého. Masa může být otevřená, tedy taková, která se chce množit a její základní vlastností je rozšiřování se o další jedince. Když přestane růst, rozpadá se. Druhý typ masy je masa uzavřená. Jejím hlavním cílem není růst, ale trvalost. Typické pro ni je, že má hranice a dostat se do ní nelze libovolně, při vstupu probíhá přijímací akt. Tato masa nepočítá s růstem, ale s opakováním svého shromažďování. Vidina dalšího setkání vede k trvalosti, ne k rozpadu. (Canetti 1994: 9-12)

Vybití masy je nejdůležitější proces, který se v ní odehrává. Vybití je chvíle, kdy se všichni lidé v mase zbavují svých vzájemných odlišností a převládá v nich pocit, že jsou všichni stejní. Masa ve své podstatě před okamžikem vybití vlastně neexistuje. Při vybití mizí odstup mezi lidmi dané hierarchií, tedy hodnotami, majetkem, čili ony odstup zabráňující dotknout se někoho výše či níže postaveného. Právě při vybití v nahuštěné mase se tyto odstup odstraňují, ale ne doopravdy a ne napořád. Lidé se nakonec navrátí ke svému původnímu místu v hierarchii. (Canetti 1994:12-13)

Starší jednotkou než masa je smečka, jejíž vlastností je, že nemá tendenci růst. Má nenarušitelný směr a její členové jsou posedlí stejným cílem. Kvůli její malé velikosti se ve smečce všichni navzájem znají a i přes její případné rozprášení ji opět utvoří, smečka je tedy oproti mase stálá. Smečka je akční a její projevy mají konkrétní charakter. Vyskytuje se ve čtyřech formách nebo funkcích. První a nejpůvodnější je smečka *lovící*. Jejím předmětem zájmu je kořist, kterou by jedinec sám neuložil, její lov a následné rozdělování. Druhou formou je smečka *válečná*. Zde je předpoklad existence druhé lidské smečky, proti které se první obrací, přestože tato druhá smečka v onom okamžiku vůbec nemusí existovat. Třetím typem je *nařikající* smečka, která vzniká, když jeden ze členů zemře. Malá skupina pociťuje ztrátu každého jedince a semkne se do smečky. Posledním čtvrtým typem je smečka *zmnožovací*, která touží po větším počtu a většinou to dává najevo svými tanci. Rozrůstání je rys moderní masy přítomný v tomto typu staršího útvaru - smečce. Jednotlivé typy smeček mohou přecházet vzájemně jedna do druhé. V jejich vlastnostech je patrný náznak moderní masy, byť se nemohou rozšiřovat do její velikosti a jejich charakter je trvalý. (Canetti 1994: 103-107)

1.1.2 Rozkaz

Lidé o rozkazech málo přemýšlejí, říká Canetti. Dle jeho pohledu rozkaz vyvolává pocit něčeho daného, něčeho, o čem se nediskutuje, něčeho neměnného, něčeho, co je mezi lidmi odjakživa a co se bere jako přirozené. Rozkazy člověka provázejí od dětského věku a v dospělosti se s nimi setkává na každém kroku. Rozumí jim i zvířata. Zvířata nemluví, přesto vědí, co po nich krotitel při drezúře chce. Stejně jako lidem se zvířatům dávají krátké, zřetelné rozkazy, a protože je zvířata uposlechnou, znamená to, že rozkazy fungují i jinde než jen mezi lidmi. Od toho Canetti odvozuje, že rozkazy mají velmi staré kořeny a jsou starší než samotná řeč. (Canetti 1994: 347)

Canetti spojuje s pojmem rozkaz slovo útěk. Rozkaz způsobuje útěk zvířete před silnějším tvorem. Samotný rozkaz má původ v rozkazu k útěku. "Útěk je jen zdánlivě spontánní; nebezpečí má vždy nějakou podobu a zvíře utíká jen tehdy, když má o té podobě nějakou představu. Rozkaz k útěku je stejně silný jako pohled." (Canetti 1994:347). Samotný útěk má základ v odlišnosti mezi tvory, každý je jiný a vzájemně se střetávají. Jeden chce toho druhého sežrat a slabší zvíře se dává ve smrtelné hrůze do pohybu, v čemž spočívá onen rozkaz k útěku. Ani nemusí být pronásledováno. Důležitá je síla hrozby-pohled, hlas nebo hrozivý vzhled. (Canetti 1994:347)

Rozkazy v sobě ve své podstatě mají smrtelnou hrozbu, která pochází právě z onoho střetu dvou zvířat, kdy každé je jiného druhu a jedno je přirozenou kořistí toho druhého. Toto rozdělení rolí v sobě skrývá absolutní a neodvolatelný rozsudek smrti pro lovené zvíře a útěk je jedinou možností, jak si zachránit život. Canetti na tuto skutečnost upozorňuje: "Rozsudek smrti prosvítá za každým rozkazem s celou svou nemilosrdností a hrůzostrašností. Systém rozkazů mezi lidmi je založen tak, že obvykle k usmrcení nedojde; ale děs ze smrti, její hrozba je v něm vždy obsažena."(Canetti 1994:348)

Canetti na rozkaz pohlédl i z jiného úhlu a jako jeho první a nápadný znak označil následování nějaké akce po rozkazu. Například udávání směru. Rozkaz je třeba i prst, který někam ukazuje a stáčí oči přítomných určitým směrem. "Udání směru je zvlášť důležité; změna nebo obrácení směru jsou nepřípustné." (Canetti 1994:347)

Další charakteristikou rozkazu je nemožnost námitek a jeho jasnost a pochopitelnost. Je zakázáno vést o něm diskuze, mít o něm pochyby či ho vysvětlovat. Roli zde hraje i okamžik vyřčení rozkazu, ten má být splněn na místě a když je pochopen až po chvíli, oslabuje ho to. Když je rozkaz opakován a není vykonáván, ztrácí svůj život. Termín jeho vykonání sice může být při jeho vyslovení určen až na později, ale určen je vždy. (Canetti 1994:348-349)

Pokud lidé jednají podle rozkazu, rádi na to zapomínají, vnímají to jako něco cizího, nepatřičného, co se kolem nich jen rychle mihne. Úkon provedený na rozkaz je aktivita, která se od jiných úkonů odlišuje. Požadavek na rychlé provedení rozkazu zřejmě ještě umocňuje jeho cizost. Vlastností rozkazu je jeho původ z vnějšku, byl nám dán, nás by nenapadl. Kromě toho, že rozkaz je od někoho cizího, tak také přichází od někoho silnějšího, nad kým nemůžeme vyhrát, v důsledku toho on nám poroučí. Skrz rozkazy, které jsou neustále dávány, se znovu a znovu potvrzuje vítězství, na základě kterého jsou tyto rozkazy rozdávány. Při pochybnosti o vítězství je nutné ho bojem znovu potvrdit. Mezidobí mezi těmito jednotlivými bitvami, které mají svého vítěze následně vydávajícího rozkazy, trvá velmi dlouhou dobu. Při pohledu z venku čím více někdo přikazuje, tím více jeho moc roste. To proto, že rozkaz je dáván tak, aby podporoval svého vydavatele. Jeho moc roste také pro typickou povahu rozkazu, pro jeho ráznost, protože je přijat a rozrůstá se.(Canetti 1994: 349)

Canetti jednoduše vypadající rozkaz rozložil na dvě části - jsou jimi popud a osten. "Popud nutí příjemce k vykonání rozkazu, a to v souladu s jeho obsahem. Osten zůstává vězet v tom, kdo rozkaz provádí." (Canetti 1994:350) Osten, tichý odpor před

vykonáním rozkazu, není vidět, zůstane skrytě ukrytý v člověku, a ač se to tak nezdá, časem nezmizí. Děti si ostny rozkazů z dětství uchovávají. Když se po letech u další generace naskytne situace zcela podobná té, při které dítě rozkaz obdrželo, role se obrátí a osten bude vyvržen. (Canetti 1994: 350-351)

Člověk je svobodný v případě, že se dokázal vyhýbat rozkazům a neuchovávat je. Ten, kdo se od nich osvobodí později, svobodný není. Svoboda je jednání podle svých pudů, a přestože to může směřovat k nepříjemnostem, zůstává člověku pocit, že jednal podle vlastního rozhodnutí. Proti rozkazu se lidé ohrazují,"(...) mluví o tlaku a vyhrazují si právo na zvrát nebo na rebelii."(Canetti 1994:351)

Jak Canetti udává, základní podoba rozkazu (k útěku) se sice objevuje mezi zvířaty, kdy jeden druh smrtelně ohrožuje druh druhý, ovšem rozkaz v obyčejném životě probíhající mezi lidmi se od svého původu již velmi odlišil, jinými slovy se domestikoval. Došlo k tomu skrz podplácení a závislost. Otrokoví i psu dává potravu pán, dítěti jeho matka. Je v tom ukryt vlastnický vztah, potravu dostávají pouze od dotyčné osoby. Mezi rozkazem a potravou vznikl vztah, který je pozorovatelný u výcviku zvířat - zvíře splní rozkaz a dostane pamlsk. "Domestikace dělá z rozkazu příslib potravy. Místo hrozby smrti a zaháněním na útěk se slíbí to, co každý tvor nejvíce chce, a tento slib se striktně dodržuje. Místo aby sloužil svému pánovi jako potrava, místo aby byl sněžen, dostane tvor, kterému byl dán tento druh rozkazu, sám najíst". (Canetti 1994:352) Tento stav je ve své podstatě dobrovolné zajetí, má mnoho podob, ale základ rozkazu se nemění. Neuposlechnutí rozkazu může v nejpřísnější formě znamenat původní význam - smrt (hladem).(Canetti 1994:353)

Rozkaz Canetti srovnává se šípem. Ten, kdo chce šíp vyslat, musí mířit, než ho vystřelí. Stejně je to s rozkazem, i ten má přesný směr, kde zasáhne určenou osobu. Šíp zůstane v zasaženém a ten ho musí vytáhnout a poslat dál, ale zůstane mu po něm jizva. (Canetti 1994:353)

Canetti vidí rozdíl mezi rozkazem udíleným jedinci a rozkazem udíleným více lidem. Nejstarší masový stav je masový strach stáda, které před někým nebo něčím utíká. Je propojen s pojmem obět', kdy ze stáda je jedno zvíře chyceno, stalo se obětí, díky které dostali ostatní svobodu. Odtud se odvozují náboženské oběti u lidí, jeden je obětován pro ukonejšení nebezpečné moci.(Canetti 1994:353-354)

Rozkaz se masou šíří horizontálním směrem, od jednoho zasaženého jedince se přesouvá na jeho druhy, kteří jsou těsně vedle něj. Začne utíkat několik jedinců a pak se k nim přidají ostatní. Tím, že se rozkaz rozšířil a prchají společně, se jedinci stali masou. Takový rozkaz, protože se rychle rozšíří v mase, nevyvolává osten, tedy rozkaz udílený mase nezanechává ostny. "Hrozba, která vedla k masovému útěku, se právě v tomto útěku zase rozplyne."(Canetti 1994:356)

Canetti tvrdí, že účelem rozkazu udíleným mnoha jedincům je vytvořit z nich masu. Když se to rozkazu podaří, nevyvolává strach. Takový rozkaz má zcela originální ráz. "Heslo, kterým řečník vnutí shromážděným lidem jistý směr, účinkuje právě tímto způsobem a můžeme je chápat jako rozkaz mnohým." (Canetti 1994:356-357) "Řečník tvoří masu a udržuje ji při životě rozkazem shora. Jestliže se mu to podaří, je pak vedlejší, co se od ní skutečně žádá. Řečník může shromáždění jedinců nejhorším způsobem spílat a vyhrožovat, a oni ho milovat, jestliže se mu podaří zformovat je v masu."(Canetti 1994:357)

1.1.3 Soud

Lidé soudí, říká Canetti. Tvrdí, že lidé známí i neznámí soudí, dokonce i my sami. Od soudu o nějaké věci, který vypadá jako věcná poznámka, se přechází k souzení lidí. "(...) "Je to špatný básník" nebo "Je to špatný malíř", a zní to, jako by se řeklo "Je to špatný člověk"."(Canetti 1994: 341) Soud lidé říkají rádi, jejich výraz a tón prozradí, že mají potěšení z rozsudku. Projevuje se tvrdé a kruté potěšení z negativního soudu. (Canetti 1994: 341)

Canetti dále říká, že "Soud je soudem jen tehdy, když je vysloven téměř s nepřirozenou jistotou. Nezná slitování, ale ani opatrnost. Je hned po ruce; jeho povaze je nejpřiměřenější, když se vysloví bez přemýšlení." (Canetti 1994: 341) U vyřčení soudu je také tedy důležitá rychlost.

Potěšení ze souzení pramení z distancování se. Proběhne přesunutí posuzovaného do nižší, bezvýznamné skupiny, přitom soudce sám se považuje za skupinu vyšší. Povyšuje se skrze ponižování druhých. Jako kdyby existovaly dvě skupiny, dvě třídy, a soudce rozhoduje, do které co nebo kdo patří. Zdánlivě to vypadá, že soudce není součástí ani jedné skupiny, stojí mezi, tam, kde se dělí dobré od zlého, ale sám sebe soudce zcela jasně přiřazuje do říše dobra, snad jako kdyby tam byl už narozen. Od tohoto přiřazení k dobru vychází jeho legitimizace.(Canetti 1994:

341-342). Soudce má dlouhé zkušenosti, rozsáhlé znalosti o zlu a dobru. Ovšem soudy vyslovují i ostatní, téměř všichni. Jen hrstka jedinců se zdržuje soudů, protože se stydí. Lidé vyslovující soudy nejsou soudci, neodkazují na žádné věcné znalosti, nikým nebyli k této činnosti určeni a nikdo by je k této činnosti na základě zdravého rozumu neurčil. Vyjadřují se k různorodým oblastem. Souzení se stalo chorobou. Její kořeny pramení z lidské potřeby utřídovat všechny okolo, ten velký shluk lidí do dvou proti sobě stojících táborů. "Rozsuzování mezi "dobrým" a "špatným" je prastarý nástroj dualistické klasifikace, která ale nikdy není jen pojmová a nikdy zcela mírumilovná." (Canetti 1994: 342) Je to svým způsobem zhušťování. Člověk ve svých myšlenkách vidí tyto dvě skupiny jen jako vzájemně nepřátelské a toto nepřátelství vytváří a podporuje. Jsou si konkurencí. Je mezi nimi napětí. Takové myšlení vede k vytvoření nepřátelské smečky a posléze smečky válečné. Vytváření dvou nepřátelských smeček se objevuje ve všech představitelných oblastech lidského života, tím se souzení mezi vším ostatním rozřazuje, ve svém zárodku má tendence být hnáno až do krajnosti, k nepřátelství, byť se nakonec projeví třeba jen jedním nebo dvěma slovy, které provedou soud. (Canetti 1994: 342)

Člověk se během svého života zapojí do nespočtu vztahů, mnohokrát se tedy ocitá ve skupině "dobrých", proti nimž stojí ti "špatní". Stačí málo a jedna ze skupin se stane smečkou útočící na druhou. Původní mírumilovné soudy se přemění na rozsudek smrti nad nepřítelem. Ohraničení skupiny těch "dobrých" je pak přesné a ostré. Nešťastný osud čeká na toho "špatného", který by jí přešel. Mezi dobrými nemá co pohledávat a bude následovat jeho zničení. (Canetti 1994: 342-343)

1.2 Theodor W. Adorno

1.2.1 Adornův pohled na společnost

Theodor W. Adorno ve svém díle Schéma masové kultury popisuje principy fungování masové společnosti a především masové kultury. Adornova kniha tvoří jednolitý výklad bez členění na kapitoly, čímž se odlišuje od pečlivě strukturované Canettiho knihy, a zároveň se tím místy stává obtížněji čitelná a komplikovaně uchopitelná. Adorno ve svém díle popisuje fungování společnosti jako celku, použité pojmy nijak systematicky netřídí a blíže nevysvětluje, pouze s jejich pomocí společnost vykresluje. V důsledku toho bylo pro přípravu teoretických otázek nutné k popisovaným

vlastnostem mechanismu masové společnosti vždy přiřadit jeden nejvýstižnější pojem, který co nejpřesněji popisuje sledovanou tendenci. Z tohoto důvodu nejsou oba pojmy (soutěž a standardizace) v části vycházející z Theodora W. Adorna, na rozdíl od pojmů Eliase Canettiho (rozkaz a soud), tak jasně definované a ostře stojící proti sobě, ale jedná se spíše o dvě objevující se tendence.

Adorno ve své knize upozorňuje na přítomnost standardizace a vyzdvihování průměrnosti ve společnosti. Mluví o promíchání ideálu s reálným světem, kdy umění již není protikladem reality a jeho vlastností je bezkonfliktnost. Popisuje také proces informování konzumenta, bez něhož by byl konzument v masové kultuře ztracen a zdiskreditován tím, že by se jevil jako hloupý. S tím souvisí i strach lidí z odchýlení se od vytvořeného vzorce chování v rámci masové kultury. Kdo se neřídí jejím signálním zařízením, uzavře si cestu. Život konzumentů autor připodobňuje ke sportovnímu utkání a soutěžení, ve kterém je přítomna vzájemná konkurence, ve kterém jde o podrobení se.

1.2.2 Soutěž¹

Adorno o soutěži v masové kultuře říká, že "Čím více se účast na masové kultuře vyčerpává informovaným používáním kulturních faktů, tím více se provoz blíží soutěži, testování způsobilosti a výkonu, konečně sportu." (Adorno 2009: 46) Lidé jsou k tomu, aby se mezi sebou chovali konkurenčně, nabádání nabídkou nebo reklamou a produkty začínají mít soutěžní rysy, které lze hodnotit a poměřovat. Utkávání mezi lidmi je vidět například v detektivkách, kde spolu nesoutěží jen detektiv a zločinec, ale při četbě i autor se samotným čtenářem. Nebo u filmového herce jsou předem dané úkony srovnávány se stejnými úkony jeho konkurentů. Masová kultura si od sportu zapůjčila své rysy. (Adorno 2009: 46)

Sport přestal být hrou a stal se rituálem, oslavuje se podrobení člověka. Jedinec přenáší tlaky společnosti na své tělo, na svého otroka, je to svým způsobem taková parodie svobody, protože jedinec příkoří od jiných ještě jednou přenesl na své tělo. (Adorno 2009:51)

Pravidla hry se podobají tržnímu hospodářství, všichni mají stejné šance, ale zároveň všichni stojí proti všem, z konkurence zde zůstala její brutalita. Přítomno je právo nejsilnějšího. Podvod a trik se změnil v úder. (Adorno 2009: 52)

1 Pojem soutěž je v Adornově díle velmi blízký, až totožný, s pojmem sport. Kvůli možnému zaměňování "Adornova" sportu se sportem obsaženým v polních poznámkách a následným nejasnostem ve výkladu byla pro jednoznačnost jako teoretický pojem zvolena soutěž.

Masové kultuře však nejde o to vytvořit z konzumentů sportovce. Naopak z nich chce udělat pouhé fanoušky, kteří povykují. Otevřená nebo skrytá utkání, tak masová kultura také zobrazuje život. "Čím více život za monopolu nutí toho, kdo chce obstát, k trikům, úskokům a ranám, čím méně už jednotlivci mohou žít z povolání, z kontinuity své práce, tím větší je moc sportu venku a v masové kultuře. Ta je tréninkem života, když ten už vlastně neprobíhá."(Adorno 2009: 53)

1.2.3 Standardizace

Adorno tvrdí, že "Totalita masové kultury vrcholí v požadavku, že nikdo nemá být jiný než ona."(Adorno 2009: 55) Kdo se nechová jako ona, ten má monopol uzavřené dveře. Aby si lidé osvojili způsoby chování potřebné pro život v monopolizovaném světě, přizpůsobují se masové kultuře, oni totiž vědí či tuší, že se v ní ony způsoby naučí. Je to ale za cenu poslušnosti a odevzdání života. Lidé vypadají dobře, udržují si věčné mládí, které kazí jen vráska z hněvu, ovšem vše je to vykoupeno vlastním kontrolováním se. (Adorno 2009: 55)

Adorno dále říká, že "Fantazie je nahrazena automatickou, zarputilou kontrolou toho, zda i poslední imago, které dospěje k distribuci, je přesným, věci znalým a spolehlivým obrazem odpovídajícího kousku skutečnosti." (Adorno 2009: 11) Fantazie již nesestavuje ze střípků skutečnost. Došlo k setření hranic mezi obrazem a realitou, například v podobě reklamy na ovesné vločky, která přerušuje rozhlasové vysílání pro děti. Masová kultura chce být blízká realitě proto, aby jí mohla pokrývit. (Adorno 2009: 12)

Ve svém principu je masová kultura adaptací, je důležité, aby vše bylo stravitelné, dopředu předžvýkané. Na to je pak v masové kultuře odkazováno. Každý produkt odkazuje na něco, co již bylo přeformované, je mu vnucováno přizpůsobování se, provoz ho do toho strká. Třeba průměrný filmový snímek odkazuje na film, který je považován za úspěšný. Chlubí se svou podobností s ním, nechce ho překonat. Puštěny dál jsou pouze ohmatané, zmanipulované, statisíckrát vyzkoušené věci, co nabízí pouze první chuť. (Adorno 2009: 16) Adorno dále říká, že konzument má cítit jako zásluhu to, že je průměrný, lepší nemá být nikdo, "(...) jednoho dne může být (konzument) oceněn jako Mr. Average Customer."(Adorno 2009: 18)

Adorno též popisuje, jak konzument reaguje. Má slabou paměť a nepočítá se s tím, že by si na něco vzpomněl, soustředí se pouze na to, co je mu nabízeno v dané

chvíli. Nemá být schopen myslet a vnímat své vlastní utrpení. V masové kultuře není konflikt, pouze šok a senzace. (Adorno 2009: 19) Předměty mají v sobě svou technologii, historie a utrpení v minulosti jsou považovány za kýč.

Jako prototyp Adorno uvádí herečku, která zůstává čistá, namalovaná, s bezchybným účesem, přestože je v tajfunu, v nebezpečí, zajatá obchodníkem s lidmi. (Adorno 2009: 33) Konzument se potřebuje v kulturních statcích vyznat, jinak by nebyl považován za kultivovaného. Tím legitimizuje své konzumenství. Ve chvíli, kdy konzumentovi nestačí jeho zkušenost, nastupuje závislost na informování od aparátu. Kvůli strachu ze ztráty prestiže se konzument snaží vyhnout dlouhému zkoušení a snaží se vystupovat jako informovaný. Masová kultura je pomyslnou výstavou, kde se konzumentovi dostává zároveň informace, která bezmocného návštěvníka- konzumenta nabádá kudy, aby nevypadal jako hloupý. Sama sobě masová kultura dělá signální zařízení. (Adorno 2009: 38-39) Adorno ještě dodává: "Reklama se však stává informací, jestliže už nedává nic doopravdy na výběr, jestliže znovuzpůsobení značky nahrazuje proces volby a jestliže totalita systému zároveň nutí každého, kdo si chce zachovat život, k tomu, aby z vypočítavosti prováděl takový úkon." (Adorno 2009:44)

Samotný standard bude v této práci chápán jako předkládaný předobraz, snad až vzor. Jako něco vnějšího, statického, samostatného, o čem je člověk informován a je to mu nabízeno.

2. Metodologická část

1.3 Teoretické a výzkumné otázky

Teoretické otázky vychází ze dvou výše uvedených teoretických zdrojů a pracují s výše vymezenými pojmy. První vznikla na základě dvou pojmů Eliase Canettiho: *Převažuje v tlaku společnosti na štíhlou a formovanou postavu rozkaz nebo soud?* a druhá teoretická otázka vznikla na základě opět dvou pojmů, tentokrát Theodora W. Adorna: *Je přítomen silnější tlak v podobě soutěže nebo v podobě standardizace?*

Na teoretické otázky následně navazují otázky výzkumné. V části výzkumných otázek navazujících na Canettiho byly klíčové první dvě otázky: *Jak vypadá rozkaz a jakou podobu má soud?* a *Mohou se objevovat společně? Nebo je každý zvlášť?* Jako doplňující byla otázka: *Jedná se o souzení druhých nebo o souzení sebe sama?* V části

výzkumných otázek vycházejících z Adorna bylo hlavní otázkou: *Jedná se v otázkách štihlosti a formování postavy o výhru nad ostatními nebo o standardizaci?* Tuto otázku doplňovaly tři další: *Je přítomno vyzývání k soutěži nebo k standardizaci?*, *Je soutěž už rozehraná nebo je k ní teprve vybízeno?*, *Je štihlost a formovaná postava prezentovaná jako výsledek soutěže nebo jako výsledek standardizace?*

1) Převažuje v tlaku společnosti na štíhlou a formovanou postavu rozkaz nebo soud?

- 1a) Jak vypadá rozkaz a jakou podobu má soud?
- 1b) Mohou se objevovat společně? Nebo je každý zvlášť?
- 1c) Jedná se o souzení druhých nebo o souzení sebe sama

2) Je přítomen silnější tlak v podobě soutěže nebo v podobě standardizace?

- 2a) Jedná se v otázkách štihlosti a formování postavy o výhru nad ostatními nebo o standardizaci?
- 2b) Je přítomno vyzývání ke soutěži nebo ke standardizaci?
- 2c) Je soutěž už rozehraná nebo je k ní teprve vybízeno?
- 2d) Je štihlost a formovaná postava prezentovaná jako výsledek soutěže nebo jako výsledek standardizace?

1.4 Metodologie

Autoři výše uvedené teoretické části Elias Canetti a Theodor W. Adorno popisují jevy, které jsou ve společnosti přítomny, ve svých dílech ale konkrétně o oblasti hubnutí a formování postavy nehovoří. Jejich úloha v této práci je tedy vytvořit základní teoretický směr, který je ve své podstatě vlastně velmi obecný. Čtyři vymezené teoretické pojmy (příkaz, soud, soutěž a standardizace) udávají úhel pohledu, skrz který je v práci na zkoumanou oblast pohlíženo.

Metodou pro zodpovězení výzkumných otázek a objevení dalších zjištění, případného vytvoření substantive theory byl kvalitativní výzkum na základě polních poznámek.

Kvalitativní výzkum jako svébytnou metodu vhodnou pro provedení samostatného výzkumu popisují Barney G. Glaser a Anselm L. Strauss v článku *Discovery of Substantive Theory: Basic Strategy Underlying Qualitative Research*. Dle

jejich názoru by se na kvalitativní výzkum mělo pohlížet nejen jako na úvod ke kvantitativnímu výzkumu, ale jako na užitečnou metodu vedoucí k objevení substantivní teorie. Tou autoři míní "formulování konceptů a jejich vzájemných vztahů vzhledem k souboru hypotéz dané substantivní oblasti, jakou je třeba péče o pacienty, chování gangu nebo vzdělávání, založené na výzkumu v této oblasti." (Glaser et Strauss 1965: 5)

Sběr dat byl proveden třicetkrát na trasách v Praze, z každé byly pořízeny polní poznámky. Výzkum probíhal od února do dubna roku 2012 na místech nacházejících se ve veřejném prostoru. Ten je v této práci pojímán jako místa, která jsou volně veřejnosti přístupná a, kromě jízdenky na veřejnou hromadnou dopravu, není pro vstup nutná žádná vstupenka, průkaz členství či jakékoliv jiné povolení. Trasy byly sestaveny tak, aby reálně odpovídaly studentskému životu - byly v nich zahrnuty dvě budovy Filozofické fakulty UK, knihovny, sídla dvou společností nabízející brigády pro studenty, dvě jazykové školy s cenově dostupnými kurzy angličtiny, studentské koleje, taneční studia navštěvované studentkami, obchodní centra, kino a několik míst, která měla představovat bydliště kamarádek, spolužáků a příbuzných. (Přesný seznam tras je uveden v příloze.) Pro celistvost výzkumu tvořily jednotlivé trasy dohromady provázaný model života studentky, která studuje i bydlí v Praze. V trasách záměrně nebyla obsažena místa bydliště autorky práce, jejích přátel a příbuzných, budova její školy a oblíbená místa, která velmi důvěrně zná nebo se na nich často pohybuje, aby nevznikla situace, kdy již předem byla autorce část dat známá. Počet tras byl 15, každá trasa byla navštívena dvakrát, přičemž druhé absolvování trasy bylo něčím odlišeno, aby bylo možné získat i další data. Nejčastěji byla trasa absolvována v opačném směru nebo pozornost byla věnována druhé straně ulice. Při druhé návštěvě trasy byly do polních poznámek zahrnuty především nové objekty a situace. U dat, která se beze změny opakovala, byla jen konstatována jejich opětovná přítomnost. Konečný počet zápisů z tras je tedy 30.

Přímo na trasách byly pořizovány krátké ručně psané polní poznámky do sešitu a fotografie. Polní poznámky byly po každé trase v co nejkratší době kvůli minimální ztrátě souvislostí přepsány do elektronické podoby, byly rozšířeny o popis a případný komentář pořízených fotografií a o další poznámky. V polních poznámkách bylo především v počáteční části obsaženo vše, co bylo na trase možné zpozorovat a jakýmkoli způsobem se vztahovalo k tématu hubnutí a formování postavy. Zároveň již při ručním psaní poznámek byla data v rámci možností vztahována k dvěma základním

výzkumným otázkám. Fotografie vzniklé na trasách zachycovaly především detaily, které při procházení či projíždění tras nebylo možné do ručně psaných poznámek celé kompletně zachytit. V těchto případech v ručně psaných poznámkách tedy byl zaznamenán pouze základní popis a detaily poté obsahovala fotografie.

Obdobně jako popisují ve svém článku Glaser a Strauss, probíhalo vytváření prvních myšlenek a z nich vznikající hypotézy i v této práci: Již od zmateného stádia, kdy je výzkumníkem zapisováno vše, co vidí, je pozorování doprovázeno vytvářením hypotéz. Poté, co hypotézy začnou vznikat, výzkumník nemůže být pouze pasivní příjemce dojmů, ale sám se přirozeně stočí k aktivnímu vyhledávání dat, která jsou relevantní pro vytváření a potvrzení jeho hypotéz. Ačkoli výzkumník může pátrat po datech bez vytváření hypotéz, hypotézy nevyhnutelně samy vyvstanou, aby ho vedly. (Glaser et Strauss 1965: 5)² Během absolvování několika prvních tras začaly vyvstávat, jak v ručně psaných záznamech v místech pozorování, tak při přepisování zápisků do elektronické podoby, i v této práci, podobnosti a rozdílnosti v datech a zároveň i poznámky související s teoretickou částí. Byly přiřazeny první kódy a vznikaly první hypotézy. Glaser a Strauss mluví ve svém článku o podobném vývoji situace, kdy se kostra analýzy objevuje na papíře ve dvou podobách, a to ve formě analytických komentářů psaných ještě do polních poznámek a ve formě poznámek vztahujících se k záležitostem analýzy. (Glaser et Strauss 1965: 6)

Glaser a Strauss doporučují při práci v terénu přestávku, aby se vyhnulo sesbírání ohromné masy dat bez vhodné systematické reflexe, jaký je vlastně výzkumný

² Novější metodologické publikace potvrzují postupy a principy popsané v tomto citovaném článku. Je kladen významný důraz na vzájemnou neoddělitelnost úkonů sběru dat a jejich zpracování. V publikaci *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky metody zakotvené teorie* autoři Anselm Strauss spolu s Juliet Corbinovou definují kvalitativní výzkum jako třífázový. První fází jsou údaje získané nejčastěji pozorováním či rozhovory. Fází dvě jsou analytické a interpretační postupy, díky nimž docházíme k závěrům a teoriím, a třetí fází jsou písemné nebo ústní výzkumné zprávy. (Strauss et Corbinová 1999:12) Článek citovaný v práci popisuje tři souběžně propojené fáze výzkumu (sběr dat, kódování, analýza), které jsou následně završeny napsáním závěrečné zprávy. Sběr dat a práce s nimi (hledání podobností a odlišností, následná analýza a interpretace) jsou v citovaném článku i v této publikaci zdůrazňovány jako vzájemně provázané. Publikace Strausse a Corbinové o tom hovoří takto: "Další důležitou věcí, kterou je zde nutné říci, je, že shromažďování a analýza údajů jsou vzájemně úzce provázané procesy a že je nutné je střídát, protože analýza ovlivňuje pořizování vzorků údajů." (Strauss et Corbinová 1999: 40)

Citovaný článek hovoří o výzkumníkových myšlenkách a hypotézách, které se začnou samy vynořovat v datech brzy po počátku jejich sběru. Tyto hypotézy poté výzkumníka vedou a on se aktivně stáčí k vyhledávání dat relevantních pro vytvoření a potvrzení jeho hypotéz. Strauss a Corbinová situaci, kdy data výzkumníka přivádí k jejich poznání a jejich analýze, popisují takto: "Vhled a porozumění zkoumanému jevu se při práci s údaji prohlubují. Děje se tak při shromažďování údajů, hledání odpovědí v těchto údajích, porovnávání, přemýšlení o tom, co vidíte, formulaci hypotéz a při tvorbě dočasných teoretických rámců z pojmů a vztahů mezi nimi. Badatel pohlíží na údaje prostřednictvím těchto činností. (Strauss et Corbinová 1999: 28)

směr a kam je vedena analytická kostra. Znovu se pročítají a prochází části poznámek, aby se verifikovaly základní hypotézy. (Glaser et Strauss 1965: 6) Tato pauza byla ve výzkumu provedena po prvních deseti trasách, během přestávky došlo k odůvodňování prvních kódů a formulování prvních návrhů možných závěrů.

Další práce pak byla již souběžným propojením všech tří částí bez ostrého vymezení- dalším sběrem dat, kódováním a analýzou dat. Jak poznamenávají Glaser a Strauss, v tomto typu výzkumu je trend, že jsou tyto tři operace vzájemně propletené a rozmazané od začátku až do konce. (Glaser et Strauss 1965: 6) Na konci, jak uvádí Glaser a Strauss, je výzkumník ten, kdo ví, co ví, co studoval a prožíval, nejen proto, že byl přítomen v terénu, ale protože dlouho žil se svou částečnou analýzou. Jeho těžce získaná závěrečná analýza je jeho osobní zkušenost se zkoumanou oblastí, kterou testoval na každém kroku a "cítí ji v kostech". (Glaser and Strauss 1965: 8)

3. Výzkumná část

1.5 Rozkaz

1.5.1 Jednoznačný rozkaz

Charakteristikou rozkazu je podle Canettiho to, že se o něm nesmí diskutovat, pochybovat a nesmí být ani vysvětlován. "Je stručný a jasný, protože musí být na místě pochopen." Kdyby tomu tak nebylo, byl by rozkaz oslabován. (Canetti 1994:348)

Stejnou charakteristiku vykazovaly rozkazy, které byly zaznamenány v polních poznámkách během výzkumu. Byly to rozkazy v nejčistší formě. Objevovaly se v rozkazovacím způsobu, byly jasné a jednoznačně sdělovaly, co má člověk vykonat. V příkazech je používáno tykání, vykání i 1.osoba množného čísla- my. U jednoduchých anglických vět, které byly na první pohled lehce pochopitelné, to samozřejmě nebylo možné rozlišit.

Při podrobnějším pohledu lze jednoznačný rozkaz dále rozdělit na několik typů. Prvním typem je jednoznačný rozkaz k hubnutí či jiné změně postavy.³

3 Příklady citované ve výzkumné části slouží jako doklad a ilustrace zjištění. Z důvodu přehlednosti práce nejsou rozhodně uváděny všechny příklady z polních poznámek, pouze jedna, dvě či tři ukázky pro konkretizaci.

- Pořídte si kolo, zhubněte.. - trasa 4
- Zpevněte si postavu. - trasa 28

Rozkazy jasně a jednoznačně člověku přikazují, co má dělat- zhubnout, hubnout, zpevnit postavu, vylepšit si figuru, přifouknout si prsa, zeštíhlet. Není zde připuštěna žádná diskuze, jen jednoznačný příkaz. Člověku se zde přímo rozkazuje, co má udělat, bez jakéhokoliv maskování, přesně tak, jak je popsán rozkaz v Canettiho díle.

Jako některé rozkazy přímo a jednoznačně přikazují hubnutí, stejně jasně a jednoznačně jiné rozkazy přikazují fyzickou, lépe řečeno sportovní aktivitu.

- Plakát "Přidejte se a běžte Českem". - více tras
- Na zastávce je malý papírek: "Sportuj za mň, když můžeš." a internetová adresa. - trasa 20

V nich je obsažen jednoznačný příkaz k fyzické aktivitě a sportování. Na tomto místě by mohla vyvstat otázka, zda tyto příkazy opravdu mají spojitost s hubnutím a formováním postavy. Následující ukázka dokládá, že ono předpokládané propojení skutečně přítomné je:

- Časopis Dieta na obrázku má titulky: Tereza Kostková: Ráda cvičím pod dohledem. - trasa 4

Jedná se o časopis Dieta, přičemž již toto samotné slovo je spojeno s hubnutím. Jiné titulky na tomtéž časopise mluví o tom, kdy se hubne a kdy se nehubne. A v jednom z titulků je uvedeno cvičení. Fyzická aktivita je tedy spojena s hubnutím a jasné příkazy k fyzické aktivitě ve své podstatě nepřímě přikazují k hubnutí a formování postavy.

Jiné příkazy rozkazují člověku dostavit se do míst, kde se provozují aktivity vedoucí k hubnutí. Jsou stále jednoznačné, jen o hubnutí a změně postavy mluví implicitně. Nerozkazují změnu postavy přímo, ale skrz přikazování k dostavení se na určité místo či objednání se na určitou službu:

- Hubnout? Vytvarovat? Samozřejmě! Přijďte se podívat. Právě jsme zlevnili to, co k tomu potřebujete. - trasa 25
- KROTITELÉ TUKŮ, 13 týdenní vzdělávací kurz o snižování váhy a výživě (1hod/1 týden). Dovedeme Vás do výsledku!!! Objednejte se na bezplatnou ukázkovou hodinu ještě dnes. - trasa 14

Rozkazy také říkají, že má být člověk sám sebou. Ovšem s příkazem se objevuje logo či procedura, služba nebo aktivita, kterou má podstoupit či zakoupit a která je zaměřená na změnu postavy. V příkladech je rozkazováno, aby člověk šel svou cestou a hned za tím je mu ona cesta popsána - má účinněji spalovat tuk na partiích těla, které jsou označeny jako problémové, nejsou dokonalé. V další ukázce se člověku příkazuje vnímat své tělo v rámci tance, jemuž jsou připisovány vlastnosti jako posilování a tvarování těla.

Vedle na okně je další plakát-"VakuShape, jděte svou cestou, podtlakový pohybový systém, účinnější spalování depotního tuku (menším písmem)problémových partií břicho, boky, hýždě, stehna" - trasa 17

-Na dveřích v metru nalepená reklama Pole dance a na ní štíhlá akrobatka. "Naučte se vnímat své tělo, buďte sexy a fit. V textu ...posiluje a tvaruje celé tělo..pro ženy jakéhokoliv věku a postavy....odhodte zábrany a přijďte vyzkoušet... -trasa 7

Další tendence, která je v rozkazech patrná, je příkazování ke stočení pohledu, podívání se na něco konkrétního. Příkazuje se zde zaměřit svůj pohled buď na sám sebe nebo na někoho jiného. V uvedených případech se má člověk zaměřovat na křivky svého těla, má se jim věnovat a řešit jejich podobu, což je opět příkaz k zabývání se svou postavou. V druhém případě se rozkazem říká, že se má člověk podívat na někoho, kdo vypadá fantasticky na svůj věk, opět je to rozkazování ke sledování vzhledu.

-Obchod značky Triumf. Na obou dvou stranách jsou žaluzie a na nich je napsáno: "Perfektní vzhled ze všech stran. Shapes sensation. Zaměřte se na své křivky." - trasa 12

-Do ulice z obchodního domu My svítí tabule, na které se bílým písmem na černém pozadí píše: "Mrkněte, jak fantasticky vypadá v jednašedesáti manželka seriálového Kutila Tima." - trasa 14

Ostatní jednoznačné příkazy nejsou zařaditelné do žádné z výše uvedených kategorií. Rozkazují k tomu, že má být člověk krásný a sexy, odhodit zábrany, dát sbohem tuku, zapojit se a začít konat fyzickou aktivitu, darovat pohyb, připravit svou postavu na léto. Stejně jako předchozí případy jsou to jasné a jednoznačné příkazy, které člověku říkají, jaký má být a jak se má chovat, aby změnil svou postavu.

Tímto formy jednoznačného rozkazu získaly jasnější obrysy. Lidé jsou ovšem ve svém okolí neustále pod palbou všemožných příkazů, tím dochází zřejmě k tomu, že rozkazy, jak tuto situaci popsal Canetti, ztrácí s každým svým opakováním, kdy nejsou

uposlechnuty, svou sílu. Také mohou ztrácet svou sílu, protože je nikdo okamžitě nevykonává, ale neustálým opakováním se dostávají do podvědomí člověka, aniž o tom ví, poté ho ve skrytu neustále nutí se podle nich chovat, aniž si to sám uvědomuje.

1.5.2 Šipka a její podoby

Šipku, která někam ukazuje, lze chápat jako příkaz na základě popisu rozkazu, jaký vytvořil Canetti. Ten jako první a nápadný znak příkazu označil následování nějaké akce po něm. Například udávání směru. Rozkaz je třeba i prst, který někam ukazuje a stáčí oči přítomných určitým směrem, uvádí Canetti. "Udání směru je zvlášť důležité; změna nebo obrácení směru jsou nepřipustné."(Canetti 1994:347)

-Teď jsem při chůzi potkala další ceduli Fitness Opatov, je na ní šipka a činka. - trasa 5
-Na parkovišti u chodníku stojí bedna, vlastně přívěs, který je oblepen dorůžova s nápisy: "Revoluce v hubnutí" "Hotjóga, Flowin, bříško" "partyfit.cz" "Fitness pro ženy" "Solarium masáže" "Zumba". Je tam šipka a 500m. -trasa 7

V ukázkách skrz šipku se každému rozkazuje, že má jít do fitness centra. Dále je mu například nakazováno navštívit Fitness pro ženy, kde je přítomna revoluce v hubnutí. Na základě šipek jsou člověku, který se pohybuje po Praze, udílány rozkazy k návštěvám zařízení, ve kterých bude docházet ke změně lidského těla, a to, ať už v podobě péče o tělo, zkrášlování těla, či jeho formování na základě cvičení či speciálních procedur. Všechny případy až na jeden vždy udávaly směr, kam má člověk jít. Tento případ byl však jiný.

- Na fotografii jsou křivky dívky a její obličej se dívá přes rameno do ulice na kolemjdoucí, šipka na obrázku směřuje k zadečku dívky. U její fotografie jsou nápisy, jmenovitě liposukce, odstranění tuku, současný trend v estetické medicíně, spokojenost klientů(...) - trasa 3

Případ šipky směřující k zadečku dívky ukazuje na dívku, i když je možné, že původním záměrem šipky bylo také ukazovat na vchod, který byl oním směrem. Pokud by šipka tedy měla opravdu směřovat k části těla dívky, rozkaz by znamenal, že člověk má takto vypadat, že je to cíl, kterého má dosáhnout. I v tomto případě by charakter rozkazu zůstal původní.

V průběhu sběru dat vyvstala otázka, zda informace, že vchod je dvorem, je stejné povahy jako šipka. Poté se objevila otázka, zda uvedení adresy (klasické i internetové) nebo telefonního čísla lze chápat také jako rozkaz.

-U vchodu do budovy visí cedule "Dietní programy, Dieta Praha, vchod dvorem 1.patro" - trasa 6
-Zelená samolepka je na nástupišti tramvaje "Posilovna Barrandov v budově polikliniky, od 14.11.2011 nová otevírací doba ve všední den ráno již od 7:00.", www adresa a tel. - trasa 5

V prvním případě, kdy je sděleno, že vchod je dvorem, se dá mluvit o rozkazu. Ono sdělení také jasně a jednoznačně udává směr, stejně jako příkazující šipka. Uvedení klasické adresy je srovnatelné s předchozím případem, kdy je řečeno, že vchod je dvorem. Jedná se o udání místa, směru. Oproti šipce však směr není jednoznačný, není řečeno doprava či doleva, je zde pouze udané místo, které je nutné vyhledat například v mapě. Otázkou zůstává uvedení internetové adresy a telefonního čísla, tyto položky není nutné hledat, pouze se jednoznačně zadají do přístroje. Svým způsobem se tedy o příkazy jedná.

1.5.3 Protiřečení a řetězení

Jednotlivé rozkazy jsou typické svou jednoznačností. Ovšem jejich vzájemný kontext si někdy silně protiřečí. Zcela běžně se v Praze objevuje velké množství příkazů a pobídek k hubnutí, změně postavy, fyzické aktivitě. V zápiscích nebylo možné nezpozorovat, že rozkazy či pobídky k hubnutí se střídají s rozkazy či pobídkami ke konzumaci:

-(...) "Estetické a proštíhlovač centrum Petra Clinic." Šipka a 30m, uvedena adresa, mail, telefon, slovo konzultace. Vedle je Světozor a reklama s fotkami dětí se zmrzlinou a dortem a šipka. Dále potom je šipka do McDonaldu. -trasa 20
-Nápis, že mám sníst všechno co můžu, eat all you can. Za zatačkou je naopak "Dieta v krabičce", "good food delivery", "výživové poradenství", internetové stránky i telefon. Na výloze je velikánské srdce. - trasa 19

První případ jsou dva příkazy ve formě šipky, které si protiřečí. Dva proti sobě jdoucí příkazy. První šipka směřuje do kliniky, ve které probíhá proštíhlování a druhé dvě šipky příkazují jít do cukrárny a do McDonaldu, tedy do dvou stravovacích zařízení, která jsou navíc považovaná za nezdravá a postavu spíše zvětšující. V druhém případě se prvně příkazuje, že člověk má sníst všechno, co může, do přejedení a následně je mu představená dieta v krabičce, kdy bude do krabičky zřejmě dáváno přesné množství jídla.

V těchto případech nelze v masové kultuře následovat jednoznačné pokyny v podobě rozkazů, protože ty jsou ve vzájemné opozici. Anebo právě naopak si oba rozkazy zachovávají svou hlavní charakteristiku a člověk má neustále přecházet z fáze konzumace do fáze hubnutí a formování postavy. Význam těchto příkazů může být tedy ten, že příkazují ke vstupu do cyklu konzumace a hubnutí, a ne do vyrovnaného stravování bez snahy cíleně se zabývat tvarem svého těla.

Jedna z otázek vzniklých při prvních trasách byla, zda kadeřnictví něco říká nebo neříká o ideální postavě, hubnutí, formování postavy nebo je to pouze poznámka, která se ke zkoumané oblasti nevztahuje?

Odpověď by mohla být podána skrz řetězení sdělení. Samo kadeřnictví většinou o postavě nic neříká, ale v zápiscích se objevuje, že kadeřnictví může být někdy spojeno například se solariem. To je v některých případech spojeno s masáží a ta zase je v jiných případech spojena se cvičením a fitness. Na plakátech fitness center jsou nafocena vypracovaná a štíhlá těla a nápisy mluvící o hubnutí či tvaru lidské postavy. Tedy kadeřnictví odkazuje na hubnutí skrz toto řetězení. Následná ukázka je ilustrací řetězení, kdy se dokonce v jednom nápisu spojuje dohromady tělo s vlasy a tváří.

-Nápis Hair-face-body, propojuje všechno dohromady, nic není samostatně. -trasa1

Při pohledu na kadeřnictví přes řetězení lze sice říci, že vlastně vzdáleně, na základě asociace hovoří o lidské postavě, nelze to však považovat za jasný příkaz. Kadeřnictví u sebe může mít šipku, ale ta rozkazuje pouze k návštěvě kadeřnictví, nic víc. Kadeřnictví může díky řetězení připomínat hubnutí a formování postavy, ale samo o sobě svou přítomností k tomu nepřikazuje.

1.6 Soud

1.6.1 Soud hodnocením

V zápiscích je mnohokrát přítomno posuzování, ať už přímo související s tvarem postavy nebo se vzhledem člověka jako takovým či posuzování čehokoliv jiného. Velmi rozporuplná je otázka, zda opravdu jsou soudy jen negativní, o kterých především mluví Canetti. "Vždycky se tu projevuje potěšení z negativního soudu." (Canetti 1994: 341)

V zápiscích se projevuje jistá tendence. Pokud jde o posuzování, které se týká čtenáře, chodce nebo jednoduše řečeno člověka, který se může se sdělením setkat, tak je soud spíše negativní. Něco je označeno jako nevhodné, špatné, nechtěné a má se toho zbavit.

Pokud ovšem dochází k hodnocení někoho nebo spíše něčeho neurčitého (co třeba není přítomno ani na obrázku), je toto hodnocení spíše pozitivní. Pokud ovšem dochází k hodnocení někoho nebo spíše něčeho neurčitého (co třeba není přítomno ani na obrázku), je toto hodnocení spíše pozitivní.

-Studio Dokonalé tělo, bez obrázků, nic víc. - trasa 16

-V okně lékárny visí plakát "Zbavte svou pleť nedokonalosti" .-trasa 3

Oba případy mluví o dokonalosti. První je hodnocení někoho neurčitého a je pozitivní a druhé je hodnocení kolemjdoucího čtenáře a je negativní. Pozitivní hodnocení je charakterističtější pro, dá se snad i říci, neurčitý vzor, negativní pro kolemjdoucího čtenáře.

Pokud čtenář, člověk na ulici, není skrz tyto soudy rovnou odsouzen jako majitel špatného těla, i přesto je nad ním vyřčen negativní soud. Ono zmiňované krásné, perfektní a dokonalé tělo či jeho část, není tělo čtenářovo. On má své tělo, které není popisováno vůbec nebo je dokonce popisováno jako špatné, problémové, nechtěné, nevyhovující. Pochvaly se na své tělo čtenář nedočká. Možná, že ten, kdo se o svém těle dozvídá pozitivní soudy od lidí v soukromí, tak vychvalování neznámého cizího těla nevnímá jako ponižování svého.

1.6.2 Soud na základě velikosti

Charakteristikou souzení, jak jí popisuje Canetti, je lidská potřeba utříd'ovat všechny okolo, ten velký shluk lidí do dvou proti sobě stojících táborů. "Rozsuzování mezi "dobrým" a "špatným" je prastarý nástroj dualistické klasifikace, která ale nikdy není jen pojmová a nikdy zcela mírumilovná." (Canetti 1994: 342) Takové myšlení vede podle Canettiho k vytvoření nepřátelské smečky a posléze smečky válečné. Vytváření dvou nepřátelských smeček se objevuje v rozličných oblastech lidského života, takže jev se rozřed'uje, ve svém zárodku má však tendence být hnán až do krajnosti, k nepřátelství. (Canetti 1994: 342)

Ono rozdělování na dva tábory je přítomno na základě dělení podle velikosti oblečení.⁴

-V dálce vidím obchod "Dámské oděvy pro štíhlé i plnoštíhlé." - trasa 20

-Obchod, který se jmenuje Lady XL. - trasa 1

-Na kulturním domě visí žlutá cedule "Nadměrné oděvy." Nic dalšího na ceduli není. - trasa 22

V datech se objevila také pobídka ke zjištění své velikosti, tedy k rozdělení se do skupin dle velikostí. Lze říci, že následně vede i k vytvoření dvou zneprátelených táborů.

-Reklama na dámské prádlo a je v ní napsaná otázka "Znáte svoji velikost? - trasa 7

Dělení na dva proti sobě stojící tábory se děje skrz názvy obchodů, či jejich nabídky, na základě velikostí prodávaných oděvů. Nejjasnější ukázkou duality je obchod, který udává, že má módu pro štíhlé i plnoštíhlé. Dvě proti sobě stojící skupiny definované na základě charakteru postavy jsou vytvořeny. Proběhlo posouzení na dobré a špatné.

Další forma souzení je prováděna skrz vytvoření skupiny s velkou, ne-štíhlou postavou. Ona skupina je posouzena jako negativní, jako špatná, což odpovídá Canettiho pojetí soudu, který je především negativní. Definuje a odsuzuje se skupina, které má nadměrné velikosti, ať už je to skrz speciální obchod pro plnoštíhlé, obchod s nadměrnými velikostmi, módou pro velikosti XL nebo také módou pro těhotné. Druhá skupina, skupina štíhlých či majících nenadměrnou postavu, je ponechána bez komentáře. Zdůrazňování nadměrné velikosti se objevuje i v běžných věcech, jakými je příloha novin či velikost porce jídla. Pokud jsou běžné, nejsou okomentovány, pokud jsou velké, jsou nazvány například XXL.

Pak je zde mírnější forma soudu, kdy v názvu obchodu je vyznačen počátek a konec rozpětí (kontinua) velikostí. Číselně je to uvedením hraničních hodnot na obou stranách. V řeči písmen to jsou tři x před písmenem S a tři x před písmenem L. I zde se projevuje zdůraznění velkých velikostí, a to i v případě, že jeden okraj škály má hodnotu S (bez x) a druhý XXXL.

4 Marion Crooková ve své publikaci V zajetí image těla také poukazuje na konfekčních velikosti. "Jelikož pouze osm procent dospělé populace odpovídá ideální velikosti třicet šest, devadesát dvě procenta žen naší společnosti nelze "uznávat". Do určité míry pociťuje většina žen zaujetí naší společnosti proti vysoké hmotnosti a připadá si nepřijatelná. (Crooková 1995:66) I na toto rozdělení se lze podívat jako na dva nepřátelské tábory - ty s velikostí třicet šest a ty ostatní.

Na druhou stranu je ale potřeba uvést, že se objevují některé obchody a služby, které nabízejí oděvy nebo je například opravují, ale o velikostech nehovoří, dva proti sobě stojící tábory netvoří.

Je svým způsobem otázkou, zda je možné, že se tábor nadměrných čili xxxl velikostí stane tak početný, že přestane být souzen jako negativní. Tématem pro další zkoumání by mohlo být, zda při této změně v souzení hraje roli početnost skupiny.

1.6.3 Měřicí nástroje

Na obrazech či fotografiích svázaných jednoznačně s tématem hubnutí a jasným vybízením k němu, se objevuje vyobrazení nebo zmínění přístroje či pomůcky, která dokáže nějakou veličinu přesně změřit. Pomáhá tak určovat velikost, váhu nebo čas, popřípadě uzvednutou zátěž. Je to nástroj, na základě kterého může být později určena velikost.

-Obchod a ve výloze štíhlá žena v životní velikosti nese v náruči klasické kovové závaží velké velikosti. Je u toho nápis: Trápí vás kila navíc? - trasa 7

-Při cestě k východu mímám výlohu Yves Rocher zezadu, "10 denní zeštíhlující program, detoxikace, zeštíhlení." a vyfotografované dvě tuby, na jedné je naznačený centimetr. - trasa 12

-Nahoře na sloupu od střechy metra několik cedulí "Nature house, nová výchova ve výživě, Trápí vás kila navíc?", fotografie dívky v plavkách, jak drží váhu a jí jablko. - trasa 25

Svým způsobem je to příprava a podpora souzení na základě velikostí. Už jen přítomnost těchto nástrojů navozuje souzení. Toto souzení může být podpořeno i slovně - trápí kila navíc, uživatelky konstatovaly zeštíhlení, weight lost, zeštíhlí o velikost, připravte se na pláž.

Samotné vyobrazení měřidla může vyvolávat strach ze souzení, z porovnávání lidí mezi sebou. Jedinec může mít strach, aby ono přesné, exaktní a nekompromisní měřidlo neodhalilo, že ve skutečnosti patří do tábora těch druhých, těch velkých a do tábora těch dobrých byl zařazen na základě nepřesné informace. Bojí se nedobrovolného přesunutí do opačného tábora.

1.6.4 Souzení sebe sama

Přímé souzení sebe sama se v psané podobě na trasách v podstatě neobjevilo. Vyskytlo se ale v zaznamenaných projevech lidí mezi sebou, a to, když se bavili o svých konfekčních velikostech.

-(dívky) Dívají se na figuríny s plavkami. Jedna říká "potřebuju E, ta není v moc obchodech." - trasa 18

Souzení sebe sama se projevuje až v podobě, že člověk sám sebe vyhodnotí jako mající určitou velikost a tím se zařadí do jisté skupiny velikostí. Souzení sebe sama je to, zda v obchodním domě člověk hledá oblečení na věšáku, který nese nadpis nadměrné, či nikoliv. Zda jde či nejde nakoupit do obchodu, který je nazván pro plnoštíhlé či XXL.

Ostatní soudy byly především souzení druhých. I v těchto soudech lze nalézt další vzájemné odlišnosti. Jeden typ posuzování je směřován ke kolemjdoucímu, používá se především 2.osoba množného čísla. Druhý typ posuzuje někoho nebo něco cizího, jiného či neurčitého, nedefinovaného. Pro ilustraci dva příklady - oba uvedené příklady mluví o křivkách těla. První říká, že vy se máte zbavit (svých) nechtěných křivek. Vaše křivky jsou posouzeny jako nechtěné. Druhý případ soudí nějaké křivky, v podstatě říká jen, že někde existují dokonalejší křivky. O vás konkrétně nemluví.

-U regálu pak visí česká cedule "Zbavte se nechtěných křivek" a u toho fotka hubené ženy v tričku a kalhotkách. - trasa 26-

-V rohu výlohy je plakát "Reebok Easytone-Dokonalejší křivky s každým pohybem. - trasa 12

Ono ale i souzení sebe sama nakonec může dospět k souzení druhých. Příkladem by mohla být třeba taková situace, kdy si žena chce vybrat šaty a personál jí bez požádání automaticky asistuje, tak rozhodnutí, zda bude nebo nebude ona žena vedena k věšáku nadměrných šatů závisí na personálu prodejny, ne na ní. Stejně tak jí může personál její výběr velikosti, čili její sebezouzení, rozmlouvat klasickou větou: "A ty šaty jsou pro vás?". Nebo po vyzkoušení a zjištění, že šaty jsou malé, personál přinese šaty rovnou z věšáku nadměrných velikostí.

1.7 Společná přítomnost soudu a rozkazu

Soud a rozkaz se společně skutečně objevovat mohou. zároveň tedy dochází k rozkazování i souzení. Není pravidlem, že tam, kde je rozkaz, musí být i soud a naopak. Jeden bez druhého mohou existovat zcela samostatně. Na druhou stranu ale jejich spojení není pouze ojedinělou výjimkou, jejich společná přítomnost v jednom sdělení by se dala označit za běžnou.

Nejklasičtějším spojením soudu a rozkazu je soud hodnocením a jednoznačný rozkaz Příkladem může být:

- "Perfektní vzhled ze všech stran. Shapes sensation. Zaměřte se na své křivky." Uvnitř obchodu je fotografie nahé dívky zezadu, fotografie je tvarovaná podle tvaru jejího těla. - trasa 12
- Vedle na okně je další plakát-"VakuShape, jděte svou cestou, podtlakový pohybový systém, účinnější spalování depotního tuku (menším písmem) problémových partií břicho, boky, hýždě, stehna." - trasa 17

V obou případech je přítomen rozkaz (jděte, zaměřte se) a zároveň je přítomno hodnocení (perfektní, problémové). Soud kombinovaný s rozkazem nemusí být jen pozitivní soud o něčem, co může nastat, co člověk může mít či jaký může být, když jednoznačný rozkaz uposlechně. Může se totiž objevovat i druhá varianta, kdy je negativně posouzeno něco, co člověk má (v uvedeném případě problémové partie), či jaký je, a rozkaz mu přikazuje změnu.

Další možnou variantou, která se také objevila, je společná přítomnost soudu v podobě hodnocení, které ovšem svou podstatou má souvislost se souzením na základě velikosti, a druhou formou rozkazu v podobě šipky. V uvedeném případě móda pro plnoštíhlé je módou pro velikost plnoštíhlých, ne-štíhlých, módou velkých velikostí. Je to souzení hodnocením a zároveň soud o velikosti, prolínání obou forem soudu.

- Pomalovaná spodní část lampy nese nápis Grandine, spodní prádlo a plavky, Značkové modely pro plnoštíhlé, šipka a 500m. - trasa 8

Kombinace jednoznačného příkazu a souzení skrz velikosti se v datech objevila pouze jednou, a to v mluveném rozhovoru při nákupu plavek.

-V samotném Tesco u věšáků s plavkami stojí babička s vnučkou.
Babička se probírá věšákem a říká "Akorát M, S. To je tak na Adrejku. A tyhle černé nechceš?"
"Ne, dej to zpátky." a dívka odchází. - trasa 10

Sice je zde přítomen rozkaz (dej to zpátky) a soud v podobě velikosti, ale ojedinělost této kombinace, ještě navíc v mluvené podobě, nedává mnoho prostoru pro podložené závěry. Dá se snad jen spekulovat, že jednoznačné přikazování v kombinaci se souzením na základě velikosti není časté, a to z toho důvodu, že při souzení velikostí se spíše uvádí skupina těch nadměrných a ty zřejmě nejsou předmětem rozkazování.

1.8 Soutěž

1.8.1 Formy soutěžení

Adorno o soutěži v masové kultuře říká, že "Čím více se účast na masové kultuře vyčerpává informovaným používáním kulturních faktů, tím více se provoz blíží soutěži, testování způsobilosti a výkonu, konečně sportu." (Adorno 2009: 46) Dodává, že lidé jsou k tomu, aby se mezi sebou chovali konkurenčně, nabádání nabídkou nebo reklamou a produkty začínají mít soutěžní rysy, které lze hodnotit a poměřovat.

Soutěžení a utkvání mezi lidmi je v zápiscích silně zastoupeno, rozličné oblasti jsou jimi prostoupeny a soutěžení a utkvání rozhodně není jen okrajová záležitost. I v oblasti hubnutí a formování postavy se tendence k soutěžení objevuje, a to v několika podobách.

Zcela jasně a jednoznačně čistá forma soutěže v hubnutí mezi lidmi vypadá takto:

-(..)Mr. Jack varuje: 4,2 mil. Čechů trpí obezitou a nadváhou (...) Zapojení do Projektu zdarma-Motivace a sounáležitost-Psychická podpora-Kila shazující jednotlivci i týmy-Kniha bonusů-Soutěž-VakuShape...a Mr. Jack! - trasa 17

Zde je soutěž dokonce výslovně uvedena. Jedná se o soutěžení v hubnutí a zřejmě proti sobě v počtu shozených kilogramů soutěží jak jednotlivci mezi sebou, tak celé týmy lidí. Je to soutěž v hubnutí, ve které jde o to zvítězit počtem shozených kilogramů z váhy svého těla.

Jiná podoba soutěžení se objevuje ve formě soutěže o královnu krásy nebo přítomností slova miss:

-Bilbord na Miss se ptá: "Která bude královnou?" - trasa 25
-Výloha Miss perfekt, připravuje se tam obchod. Není jasné, co tam budou prodávat, možná šaty podle malých obrázků. - trasa 2

Královna (krásy) je výherkyně soutěže Miss, podobně i slovo miss odkazuje na titul královny krásy, na tu dívku, která je ze všech dívek v soutěži zvolena tou nekrásnější. Jedná se o soutěžení dívek mezi sebou, především na základě krásy a ideálního těla.

1.8.2 Sportovní soutěžení

Soutěžní prvek je s jakýmkoliv sportem nerozlučně spjat. Sport ve smyslu fyzické aktivity je svou podstatou s tématem hubnutí a formování postavy také silně propojen. Veškerá přítomnost čehokoliv sportovního, lidé ve sportovním oblečení, sportovní náčiní, prodejny sportu a sportovní značky, sportující lidé, jsou odkazem zároveň k soutěžení i k hubnutí a formování postavy skrz fyzickou aktivitu. Je však hůře stanovitelné, kde přesně ve sděleních končí hranice sportu jako takového bez odkazu k hubnutí a formování postavy a kde začíná sport právě jako způsob hubnutí a formování postavy. Ono těžko rozdělitelné propojení je přítomno například zde:

-Na lampě je přilepený papír, "Nábor! Taekwondo wtf, (...), Olympijský sport, rozvíjení osobnosti po psychické i fyzické stránce, zdravý tělesný vývoj: strečink, posilování, přiměřená nálada...,možnost závodů - trasa 17

Posilování, strečink, rozvíjení fyzické stránky se přibližuje k oblasti hubnutí a formování postavy. Poznámka, že se jedná o olympijský sport odkazuje ke sportu jako takovému a k soutěžení, stejně jako možnost závodů je také odkaz k soutěži.

Další příklad tohoto složitého oddělení:

- Dívka na fotce postavené na ulici drží hokejku, je to před parfumerií. Je oblečená sportovně, ale v podstatě má plavky a odhalené tělo, je perfektně nalíčená a učesaná, nesportuje, ukazuje se. - trasa 4

V daném případě se jedná o spojení modelky (má krásné nalíčení, účes, má odhalené tělo) a sportovkyně (drží hokejku, sportovní oblečení).

Zde popsané nejasné hranice také značně závisí na individuálním chápání sportu u každého jednotlivce, někdo může vidět ve sportu především hru, jiný pouze prostředek k hubnutí, další by hranici mezi sportem a soutěží stanovil třeba podle fyzické náročnosti a počtu průměrně spálených kalorií.

Zajímavostí na okraji zkoumaného tématu bylo, že s tématem sportu je spojen také jeden Adornův citát: "Masová kultura však své konzumenty nechce proměnit na sportovce, nýbrž na povykující fanoušky."(Adorno 2009: 53) Tento citát se potvrdil. Dokládá to ukázka:

-Herna, do které není vidět, má na skle:"Lepší je hrát, než se dívat. Sázkové příležitosti." - trasa 21

Jedná se zde o sázení. Zapojení člověka do soutěže, jeho hraní v soutěži nespočívá v jeho fyzickém zapojení se do utkání. Ale spočívá pouze v dívání se a

sázení, což je nazýváno hrou, jež je údajně lepší než samotné dívání. Ve své podstatě je to však opět pasivní sledování, jen doplněné o uskutečněné vsazení si.

1.8.3 Výhoda v soutěži

Pokud by se na snahu o dosažení ideální postavy nahlíželo jako na soutěž lidí mezi sebou - kdo dosáhne hubenější a zformovanější postavy, tak zde jsou pozorovatelné jisté úskoky, kterými je možné v této soutěži získat náskok. Adorno o nich mluví takto: "Čím více život za monopolu nutí toho, kdo chce obstát, k trikům, úskokům a ranám, čím méně už jednotlivci mohou žít z povolání, z kontinuity své práce, tím větší je moc sportu venku a v masové kultuře." (Adorno 2009: 53) Tento úskok lze nazvat výhodou v soutěži. Výhoda je něco, co dává člověku náskok před ostatními. Například čím si člověk něco ulehčí nebo učiní příjemnějším či méně namáhavým - získá ze svého cvičení víc, ušetří peníze, efektivněji se mu vrátí energie, cvičení pro něj bude příjemnější či se na něj nebude muset převlékat nebo se na něm sám podílet a zhubne pouhým stáním.

Svou podstatou je i samotná liposukce výhodou. Zbavuje tuku rychle a bez námahy.

- "Když bezbolestnou liposukci, tak jen tu nejúčinnější (...) - trasa 20

V tomto případě jsou přítomny tři výhody - samotná liposukce, to, že je bezbolestná, člověka tedy nebude bolet, a že je nejúčinnější. To může být další forma výhody - označení, že něco je oproti ostatnímu to nej. Když si člověk pořídí to nej, má výhodu oproti jiným, kteří to nej (lepší) nemají.

Výhoda také může spočívat v urychlení či úspoře času. Urychlení je například rychlejší spálení tuku. Úspora času například vypadá tak, že jedna procedura má stejné výsledky jako jiná procedura, ale za mnohem kratší časový úsek. Pokud člověk absolvuje první proceduru, uspoří svůj čas oproti člověku, který čas ztratí na dlouhotrvající druhé proceduře.

- U druhého studia je napsáno "jedna hodina vynahradí 6 hodin gymnastiky" - trasa 3

Pokud by se ale připustilo, že pro získání hubeného a zformovaného těla všichni lidé využívají nějaké výhody před ostatními, pak by tyto výhody v důsledku toho

ztratily svůj hlavní smysl, nebo by došlo k boji výhod mezi sebou, která je ta pravá či lepší.

1.8.4 Čas

V souvislosti s hubnutím a formováním postavy je zmiňován i čas. Samotný čas sám o sobě ale o soutěžení a utkávání se nehovoří.

Výrazným prvkem je přesně ohraničená doba, za kterou proběhne nějaká procedura. Přípravky na zeštíhlení mají uvedeno, kolik dní má být používán, za jak dlouho bude tedy člověk změněn.

-(...) druhý byl 14 denní zeštíhující gel. - trasa 26

Další zmínka o čase je v souvislosti, že na něco už nastal čas, že už je čas něčeho.

-Obchod Móda pro plnoštíhlé Grandine, vedle (nad ním) jsou hodiny a nápis na hodinách "je čas navštívit Gandine", je u toho šipka. - trasa 3

S časem souvisí i rychlost. Může se jednat o rychlost člověka při nějaké fyzické aktivitě nebo jeho rychlost v hubnutí a zbavování se kilogramů. V uvedeném případě by to byla průměrná dosažená rychlost měřená v kilogramech za měsíc. Pojem rychlost už k soutěži směřuje, vyhrává ten nejrychlejší, s nejvyšší rychlostí

-"Otestovali jsme dietu, která funguje. A výsledek? Minus 9 kilo za 3 měsíce." - trasa 16

Jiné sdělení může s časem pracovat také tak, že je potřeba něco udělat teď a hned, že věc nesnese odkladu.

-Začni právě teď.. Faktory PRO-Fitness pro tebe. - trasa 17

Čas se vyskytuje i jako nedostačující. Pro lidi, kteří nemají čas někam chodit cvičit, se prodávají knihy, jak cvičit doma. V potravinách existuje oddělení pro co nejrychlejší nákup jídla. Cesta není udávaná v kilometrech, ale v čase chůze. V rámci tématu hubnutí a dokonalé postavy se mluví také o létu. Je prezentováno tak, že je čas na něj myslet a být během něj v kondici.

Udávání času v rozličných souvislostech vede k myšlence, že čas je drahý, že ho v soutěži není mnoho a že je jedním z hlavních kritérií pro posuzování výsledků oné

soutěže v hubnutí a formování postavy. Tedy, že bude především sledováno, jak rychle změna ve vzhledu těla proběhla a na základě nejkratšího času bude vyhlášen vítěz.

1.8.5 Rozehranost soutěže

Soutěž nebo její projevy nemají takový charakter, že by bylo možné zcela jednoznačně soutěž definovat už jako rozehranou či teprve ve fázi přípravy, kdy je k ní jen vyzýváno. Příkladem toho může být tato ukázka:

-V metru je fotografie běžící dívky v kraťasech a tílku, s růžovými botaskami. "Každý trénink se počítá" "Make it count" "Přidej se k Nike+run club" a informace, kde jsou srazy. - trasa 14

Na obrázku je běžící dívka, tedy dívka, která již závodí, právě nyní soutěží. Slovo přidej se znamená, že někdo už teď běží a kolemjdoucí se má přidat. Informace o srazech říká, že naopak ony srazy budou probíhat v budoucnu. Celý příklad uzavírá v kontextu obtížně vysvětlitelná věta, že "Každý trénink se počítá", což znamená, že se počítá už nyní, ale zároveň se vytrénovanost na základě tréninků projeví až na inzerovaných srazích v budoucnosti.

Snad jasnější vybízení k budoucí soutěži lze nalézt v otázce na královnou krásy. I toto vybízení není ale zcela jasné, protože soutěž už může probíhat a jen není známá ještě vítězka.

-Billbord na Miss se ptá: "Která bude královnou?" - trasa 25

Soutěž tedy může být považována už za rozehranou, ale zároveň k ní může být teprve vybízeno.

1.8.6 Soutěž přecházející v boj

Prvky soutěže mohou v některých případech přecházet až do otevřeného střetu - do boje, ve kterém, kromě případného prvku soutěžení, jsou přítomny i prvky agresivity- zkrocení, spálení, nedání šance nebo přítomnost slova proti či předpony anti. Jako protivníci, proti kterým je boj veden, jsou označeny především tuk a celulitida. Například:

-KROTITELÉ TUKŮ ,13 týdenní vzdělávací kurz o snižování váhy a výživě (1hod/1 týden). - trasa 14
-Podpůrný anticelulitidní program na lékařském lehátku (...) skořicový gel proti celulitidě(...) - trasa 25

V těchto případech se krotí tuky, násilně se jim nedává volnost. V souvislosti s celulitidou je v ukázce uvedena předpona anti i slovo proti. Boj v těchto případech probíhá proti určitým jednotlivostem v těle.

Druhá podoba, ve které se prvky boje objevují, je bojovný postoj nafoceního člověka s takovou postavou, kterou lze označit za hubenou nebo formovanou. Kolemjdoucímu je tento postoj ukazován, ať už je namířen proti němu nebo proti další osobě na fotografii. Příkladem může být tato skupina žen, která bojuje mezi sebou, ale zároveň kolemjdoucímu ukazuje svůj vzhled.

-Skupina čtyř žen oblečených ve sportovním (ale v podstatě plavky) se přetahuje mezi sebou o míč, ale neperou se jen o něj, perou se mezi sebou a ukazují to divákovi, všechny jsou dokonale upravené, ne jako při sportu, je z toho cítit důraz na jejich vzhled, odhaleným oblečením i na postavu. - trasa 4

Další pozoruhodnou formou boje je vzájemný střet metod měnících postavu. Nejde o boj člověka s někým jiným nebo sám se sebou, se svojí částí těla, ale o boj prostředků k hubnutí mezi sebou.

-"Liposukce vs. Lipolýza, vítězí cena nebo výsledek. - trasa 19

Boj může být vyjádřen i skrz odporování něčemu. Je to odpor těla proti něčemu, nějaké síle, která ho formuje a dává mu jiný tvar. Skrz boj následně probíhá zformování těla.

-"Oblečení Reebok easytone má v sobě zabudované kompresní pásy, jejichž pevnost je navržena tak, aby vytvářely odpor v horní části těla a na nohách při cvičení při každém vašem pohybu." - trasa 26

Boj se dále objevuje i v podobě strachu, který je již překonán. Znamená to, že to byl střet (boj), ze kterého vznikl strach, který je už nyní překonán.

-Dietní centrum má nápis "Diety se už nebojím" - trasa 3

Snad lze i říci, že boj vyjádřený proti něčemu více mobilizuje sílu a snahu než boj za něco. Boj za krásnou postavu je bojování za ideály, za představy. Oproti tomu boj proti obezitě je obrana proti něčemu. Z těchto dvou podob bojů je v souvislosti s hubnutím a formováním postavy přítomen ten dravější, čili boj proti.

1.8.7 Pojmy zmiňované s bojem

Dieta

Příkladem, který o dietě mluví rozporuplně, je výše uvedený (překonaný) strach z diety. Dieta byla něco, čeho se dívka na obrázku bála, bylo to negativní, a nyní už se diety nebojí. Dieta se změnila na něco neutrálního, případně pozitivního. Přesně takto jsou vykreslovány konotace, v jakých se o dietě v datech mluví. Buď je dieta označovaná jako něco, co prostě existuje, například stručným názvem časopisu Dieta, nebo jsou u diety zdůrazňovány její příjemné vlastnosti - je v pohodě, má u sebe obraz srdce, je fungující, už se jí žena nebojí (nyní tedy už nevyvolává strach).

-Na kruhovém objezdu je maxi billboard a ten hlásá "V pohodě do plavek" "www.dietavpohode.cz" a na billboardu je krabička s jídlem. - trasa 11

Tělo

Slovo tělo je celkově v datech zmiňováno v několika souvislostech, ať už jako české slovo tělo, či jeho cizojazyčný ekvivalent. Objevuje se v názvech zařízení, která se jakkoliv zaměřují na tělo, na jeho zdraví, na kosmetickou péči o něj, nebo na jeho vylepšení. Pokud je u názvů těchto zařízení přidán přívlástek, je pozitivní, popisuje tělo jako krásné, dokonalé, vysněné.

- Z okénka tramvaje zahlédnu nehtové studio, potom na ceduli visící z domu směrem do ulice "Dream body" a u toho jsou fotografie na detaily těla v plavkách bez hlavy. - trasa 15

-Studio Dokonalé tělo, bez obrázků, nic víc. - trasa 16

Jedna ze souvislostí, ve které je tělo dále zmiňováno, je jeho spojení s duší, a to v případech, kdy se mluví o péči či proceduře pro oboje, pro tělo i duši.

-Obchod hlásá "Produkty pro jarní očistu duše i těla. - trasa 25

Dalším pohledem na tělo je jeho zpevňování a zeštíhlování, ať už cvičením nebo speciálními přípravky s přívlástkem (tělové).

-"Slimming, Zeštíhľující tělové mléko." - trasa 26

Za zmínku stojí i postavení těla jako cizí osoby, kdy je v tomto kontextu vykreslováno jako někdo či něco cizího, a člověk je okolím nabádán, aby se k němu začal chovat, jak je mu podsouváno.⁵ Má se naučit ho vnímat, má se najíst určité potraviny, protože jeho tělo si to zaslouží. Nebo ho má překvapit. Není již dále ale vysvětleno, zda ho překvapit něčím pozitivním, nebo naopak negativním, aby jako soupeř bylo tělo oslabeno.

5 O postoji k tělu jako k někomu jinému mluví Ludmila Fialová "Tělo je dnes spíše náš nepřítel než spojenc, šíří se kolektivní pocit viny, který vede ke kritice vlastního těla." (Fialová 2006:88)

-Na zastávce visí trochu potrháný plakát, "Tělo musíme překvapit", poslední slovo je vzhůru nohama, na plakátě je vyobrazena běžící dívka lesem, přes větve není skoro vidět, "2.ročník běžecký kros."
"velká cena". -trasa 15

Rozporuplný i je další příklad zobrazeného vztahu k tělu. Tělo je zde milováno, ale zároveň je po něm chtěno, aby se změnilo.

-Jeden produkt má na sobě napsáno "I love my body" a "slimming ritual".- trasa 26

Řečeno závěrem, tělo je pojmáno jako někdo cizí, vůči němuž probíhá vytváření postojů. Nejsme to my celí, je to my a naše tělo.

Tuk

Tuk je něco, co je popisováno jako nežádoucí a jako to, co má být jednoznačně zničeno- spálen, odstraněn, zkrocen či má dostat sbohem nebo naopak nemá dostat šanci.

Dejte sbohem tuku a čtěte FITNES". - trasa 30

Případně se má tuk objevit na jiné části těla, než je nyní. Tam je jeho přítomnost žádoucí. To souvisí s objemem, ten je nežádoucí jen na určitých místech těla, která mají zeštíhlet, ne kompletně na celém těle. U řasenek, šampónů a přípravků na poprsí je naopak výrazně vyzdvihovaná ta vlastnost, že zvyšují objem, na rozdíl od přípravků na hubnutí.

-Na regálu jsou šampóny pro objem. Vedle je nějaký produkt na zeštíhlení, na krabičce je vyfocen pas v plavkách, hlava není vidět. - trasa 12

Druhou vlastností, která se u tuku zdůrazňuje, je hlídání jeho přítomnosti, v potravině nebo u člověka. Na výrobcích je uvedeno množství tuku, ať už procenty - 0,5% tuku, nebo slovně - polotučné mléko, tučný špek. Podobná tendence sledování přítomnosti se objevuje i u cukru. U lidí se také sleduje přítomnost tuku, tedy zda mají špičky.

-"Cizí špičky: Proč nás těší, když ostatní tloustnou." - trasa 26

Poměrně zajímavé v souvislosti s tukem je, že se v polních poznámkách neobjevilo slovo "tlustá" či "tlustý". Zřejmě je toto slovo považované za tak hanlivé či ponižující, že není užíváno v psaných sděleních, která tvořila převážnou část polních poznámek. Psaná sdělení zřejmě mají sklon komentovat postavy jiných, které mají být změněny, s jistým eufemismem - nazývají je jako problémové, nechtěné, ale ne přímo tlusté.⁶

1.9 Standardizace

1.9.1 Standardizace obecně

"Totalita masové kultury vrcholí v požadavku, že nikdo nemá být jiný než ona." Lidé se přizpůsobují masové kultuře, vědí či tuší, že se v rámci ní seznámí se způsoby chování, které jsou potřebné pro život v monopolizovaném světě. (Adorno 2009: 55) Přestože v polních poznámkách se objevuje více podob lidského těla, které si člověk může vzít za vzor, například v podobě plakátu s historickou sochou ženy dle dnešního měřítka silnější postavy, nejčastěji předkládaný standard je tělo štíhlé ženy. Tato tendence je vidět v uvedeném příkladu:

-Naproti cukrárně stojí lavička Ona dnes... "o ženách jaké opravdu jsou." Na obrázku jsou nakresleny dvě figurky žen - první je hubená, extrémně prohnutá, což zdůrazňuje štíhlý pas, má podpatky, druhá je zobrazená jako štíhlá kuchařka, v jedné ruce s upečenou bábovkou, má také extrémně štíhlý pas, druhou ruku má v bok, jako kdyby na pas upozorňovala. - trasa 2

Vyobrazené figurky říkají, že tvar postav žen je extrémně štíhlý. Obdobně je tomu u dalších vyobrazených siluet žen. Důraz je kladen vytvarování těla člověka, ať už korzetem u společenských nebo svatebních šatů, nabídkou tvarováním do plavek nebo nabídkou cvičení, které tvaruje celé tělo, přípravkem na plné tvary ženského poprsí, slovním zdůrazněním ženských tvarů nebo jednoduchým vyslovením slova tvary.

-Fitness centrum, Posilovna, kardiozóna, skupinové lekce, schiwinn cykling, osobní trenéři, sauna, pára, solarium. Nad tím fotografie na detaily vypracovaných těl a nápis Shapes-tvary. - trasa 4

Ony požadavky masové kultury, že všichni mají být jako ona, o kterých mluví Adorno, mají podobu ukázané změny, která je lidem předkládána, aby ji vykonali.

6 Podle mého osobního názoru nepoužívání slova "tlustá" či "tlustý" je charakteristické pouze pro tištěná nebo oficiální sdělení. Z vlastní zkušenosti vím, že označení "tlustá" či "tlustý" se v mluvě mezi lidmi běžně používá.

Změny, která směřuje k onomu standardu, který lidem zajistí život v monopolizovaném světě. Jedná se o změny, které jsou ve své podstatě přizpůsobováním se.

Jedna ze změn je změna postavy, kterou člověk provede tak, že zhubne.

-V dalším regále se časopisy jmenují: (...)Metro Zdravé hubnutí_a na něm nápis Hubněte zdravě. - trasa 26

Změna se má odehrát i zeštíhlením a zpevněním postavy. Postava je neštíhlá a nepevná a má se stát jinou, štíhlou a pevnější. Mají se shodit kila, snížit tělesná hmotnost, tím se opět má odehrát změna. Změna se má stát v množství tuku, který má být odstraněn, má proběhnout redukce celulitidy. Tělo má projít změnou očištění a detoxikace, vyhlazení vrásek, má přestat stárnout, má se omladit, kůže se má zbavit nedokonalosti a obnovit své přírodní mechanismy, řasy mají být prodloužené, jedinec má být sexy a fit, mít pevná prsa, má být dokonalejší. Všechny posilovny, se kterými je možné se ve městě setkat, mluví o změně člověka již svým názvem- posílení, tedy změna síly. Dále má být člověk více dokonalý, žít zdravěji, být ještě krásnější a rozvíjet osobnost.

Pozoruhodným prvkem je stylizování. Má proběhnout změna, kdy se člověk přetvoří do určitého stylu, až role. Může docházet až k protikladu, člověk má být sám sebou a zároveň experimentovat. Je to vlastně cesta k přijetí nové nastylizované role za vlastní.

-Plakát ve výloze Adidas prikazuje: "Nastajluj se
-"Experimentujte, buďte kreativní a sami sebou." - trasa 26

Všeobecně, v dřívějších dobách by některé z těchto nabízených změn byly kvůli fyzickým možnostem těla fakticky pro značnou část lidí neuskutečnitelné. Díky rozšíření plastické chirurgie se hranice těchto možností značně posunuly, avšak zůstala v nich opět určitá forma nedostupnosti, a to finanční stránka. Dříve byly překládané změny již v počátku nereálné kvůli například přirozené stavbě těla, dnes jsou nereálné pro svou finanční náročnost. Ovšem ta může být překonána snadněji. Z toho by se dalo usoudit, že nabízená změna se stala reálnější pro větší množství lidí, a tím získala na síle.

1.9.2 Ostatní lidé

Na standardizaci se dá dívat i z jiného pohledu. Z pohledu průměrnosti, z pohledu, že takto činí i ostatní. "Konzument má cítit jako zásluhu, že je průměrný, lepší nemá být nikdo, "(...) jednoho dne může být (konzument) oceněn jako Mr. Average Customer."(Adorno 2009: 18)

Objevuje se informace, že nějakou činnost či úkon vykonávají i ostatní. Buď je z textu zřejmé, že onu činnost či úkon vykonává i někdo jiný, nebo je to patrné na fotografiích.

Fotografie a obrázky lidí vykonávající nějakou činnost nabývají tři hlavní podoby-běžce při běhu, osoby či osob, které cvičí nebo osoby, která snižuje hmotnost nějakou procedurou.

- V dálce na obrázku běžec marathonu. - trasa 23
- Hned za cedulí jsou vyfocené ženy, jak vedle nějakého posilovacího stroje skáčou, jsou v pohybu. - trasa4
- Dvě fotografie ženy v džínách a vysokých kozačkách, v tílku a dlouhých vlasech, štíhlé postavy, jak pózuje pro kolemjdoucí na chodníku u profí vibrastation, je u toho nadpis "cvičení na profí vibrostation." - trasa 30

Jedna z vlastností těchto vyobrazení je, že na nich nejsou vyfoceni lidé mající nadváhu, ale naopak lidé štíhlí. Je to další způsob, jak je sdělováno, jaká je postava člověka, kterému by se kolemjdoucí měl podobat.

Sdělování, že do činností a úkonů souvisejících s hubnutím se zapojují i jiní lidé, lze rozdělit na několik typů. První typ říká, že tuto činnost určitě dělat někdo před námi, protože pokud jsou klienti spokojeni, vyplývá, že proceduru již absolvovali.

- (...)nápis, jmenovitě liposukce, odstranění tuku, současný trend v estetické medicíně spokojenost klientů. - trasa3

Druhý typ je ten, kdy někdo o sobě prohlašuje, že něco dělá. Tedy i v tomto případě onu činnost dělal někdo před námi.

- Časopis na obrázku má titulky: Tereza Kostková: Ráda cvičím pod dohledem. - trasa

Ve třetím typu z textu vyplývá, že to ostatní dělají a člověk se k nim má přidat.

- Plakát, který hlásá "Přidejte se a běžte Českem". - více tras

Čtvrtým typem jsou (neurčití) my, kteří činnost již vykonali. I zde člověk nebude první, kdo danou činnost vykoná.

-Otestovali jsme dietu, která funguje. - trasa 16

Typ pátý, my všichni společně - člověk se dozvídá, že na to nebude sám.

-Odlehčeme zeměkouli! Celonárodní motivační, zábavný a vzdělávací projekt. - trasa 17

V šestém typu slovo *také* jasně říká, že stejnou věc dělá nebo řeší i někdo jiný, tedy, ani zde v tom člověk nebude sám.

-Další plakát na studiu se ptá: "Také se neumíte rozhodnout jakou dárkovou poukázku vybrat pro svou manželku či přítelkyni."- trasa 25

Sedmý typ sděluje, že se činnost provádí někde, kam má člověk přijít a kde již někdo bude.

-Klub správného stravování na Lukách. Přijďte k nám na zdravou inteligentní výživnou večeři ve společnosti příjemných lidí.- trasa 14

Poslední typ je ten, kde je řečeno, že to dělá každý, všichni, bez rozdílu.

-Boubelka nebo modelka, předchozí plakát vystřídal další: Boubelka nebo modelka, každý čte časopis Dieta. - trasa 4

Typ, který by se dal nazvat okrajovým, je ten, kde například u služby je napsáno, že je pro všechny. V uvedeném příkladě, je pro ženy všech postav a všech věků, ale není jasně řečeno, zda se někdo již účastní.

(...)posiluje a tvaruje celé tělo...pro ženy jakéhokoliv věku a postavy... odhodte zábrany a přijďte vyzkoušet... -trasa 9

Veškerá sdělení, že i ostatní lidé hubnou a formují svou postavu, ukazují, že v oněch činnostech nebude člověk sám, že nezůstane v rámci masové společnosti opuštěn a nebude dělat něco špatně, co by ho od ostatních lidí oddálilo, protože v provádění těchto činností budou přítomni i mnozí další.

Adorno říká o standardizaci, že třeba průměrný filmový snímek odkazuje na film, který je považován za úspěšný. Chlubí se svou podobností s ním, nechce ho překonat. (Adorno 2009: 18)

Tím, že na fotografiích, které mají ukazovat ideální tělo, není přítomna hlava s obličejem, který především vytváří podobu člověka,⁷ může vznikat onen úspěšný vzor, kterému se mají všichni podobat. Absence obličeje toto podobání se usnadňuje:

- Vedle je nějaký produkt na zeštíhlení, a na krabici je vyfocen pas v plavkách, hlava není vidět. - trasa 12
- Okna polepená slovy Fitness a za ním jsou svalnatá těla bez hlavy.- trasa 20

Kdyby byl zobrazen i obličej, pozornost by se pravděpodobně stočila především na něj, na jeho výraz, na jeho podobu. Jiných částí těla by si pozorovatel nemusel všimnout a když, tak ne v první chvíli, která je nejdůležitější.

Řečeno závěrem, ani o soutěži ani o standardizaci nelze říci, že by jedna byla zastoupena ve zkoumané oblasti silněji než druhá. Oba pojmy jsou přítomny stejně výrazně a každý z nich se objevuje ve více podobách. Soutěž a standardizace zde jsou ale spíše jen tendence, ne ostře definované pojmy jako rozkaz a soud, což jejich vzájemné porovnávání značně znesnadňuje.

1.10 Standardizace a soutěž

1.10.1 Pomocník

Pokud se mluví o hubnutí, tak z dat vyplývá, že je to proces, který bývá charakterizován tím, kde nebo jakým způsobem či pomocí čeho či koho probíhá. Pomocník je někdo, koho nelze striktně zařadit ani ke standardizaci, ani k soutěži. V datech se ale jeho přítomnost hojně vyskytuje a změna postavy je prezentovaná především díky jeho pomoci. V rámci standardizace napomáhá ke změně, v rámci soutěže k vítězství.

7 Na zobrazování pouhého výseku lidského těla bez obličeje poukázal i Michal Novák při svém výkladu sociálního srovnávání v návaznosti na problematiku poruch příjmu potravy. Uvádí, že reklamy zobrazující pouze určitou část těla obsahuje mnoho ženských časopisů. Myslí tím například kalhoty propagované pouze ženským nohama nebo müsli tyčinku inzerovanou pouze plochým břichem. Kvůli tomu, že takto prezentovaná žena je zbavena osobnosti, stává se lehce cílem pro konkrétní srovnávání. Pokud je zobrazeno celé ženské tělo, tak nabízí mnoho potencionálních atributů jako jsou barva vlasů, výraz v obličeji i jeho atraktivita, věk, etnicita, na základě kterých lze srovnávat. "Fotografie celého ženského těla umožňuje ženě rozlišit mezi modelkou a sebou, příp. odmítnout model jako sobě příliš odlišný či bezvýznamný, tudíž nevhodný k vzájemnému poměrování." Zobrazenou pouhou jednu část těla prostě nelze odmítnout tak lehce. (Novák 2010: 32)

Nabývá několika podob. V první řadě to je uvedená osoba, která podporuje člověka v činnostech a procedurách vedoucích k hubnutí a formování postavy. Jedná se o specialistu na hubnutí, osobního trenéra, plastického chirurga, výživového konzultanta, experta na výživu.

-Plakát říká : "váš partner pro zdraví a krásu", žena středního věku v bílém, spíš běžná žena, ne typ modelky, je plastický chirurg. - trasa 3

Další formou přítomnosti pomocníka je použití formy my, a to ve spojitosti, že my (oni) vás dovedou do výsledku, pomáhají vám žít zdravěji, či za vás budou platit návštěvu fitness centra nebo vás naučí, jak se bezpečně stravovat.

-Naučíme Vás jak: se bezpečně stravovat pro vylepšení a udržení zdraví, dobře se cítit a vypadat, mít energii a chuť do života. - trasa 14

Jinou možností, jak ukázat na přítomnost pomocníka je jeho pouhé vyobrazení na fotce, kde je jasné, že pomáhá při práci na formování těla a hubnutí. Například:

-Na plakátě je vyfocená žena, jak cvičí sedy lehy a muž jí drží nohy.- trasa 18

Pomocník může být také někdo nebo něco jiného než jen člověk. Za pomocníka je považovaná i váha jako motivační partner, zvíře, které bude pomáhat s dietou, či počítač, který řídí hubnutí.

-Ve výloze je "Hubnutí řízené počítačem" a jen černá silueta ženy. - trasa 17

Vlastně už samotná přítomnost pomocníka je podporování nesamostatnosti člověku a jeho podceňování. Ať už jedinec je účastníkem soutěže nebo se přibližuje standardu, tyto informace, které se k němu o pomocníkovi dostávají, mu podsouvají, že není schopen hubnout a formovat postavu sám o své vůli, potřebuje někoho k sobě, někoho, kdo ho podpoří a pohlídá. To ho svým způsobem udržuje v masové společnosti.

1.10.2 Vztah standardizace a soutěže

Na dvě výzkumné otázky: *Je přítomno vyzývání k soutěži nebo ke standardizaci?* a *Je štíhlost a formovaná postava prezentovaná jako výsledek soutěže nebo jako výsledek standardizace?* se ukázalo, že nebude možné na základě dat jednoznačně odpovědět. Nalezení odpovědi brání dva důvody, které již byly v práci zmíněny výše. Prvním a důležitým důvodem je vyrovnanost prvků soutěže a

standardizace v datech, ani jeden typ nepřevládá. Druhým důvodem je fakt, že ani v závěru práce nelze s dostatečným odůvodněním říci, co odkazuje na budoucnost (vyzývání k něčemu) a co na minulost (výsledek něčeho). Předpoklad, že nebude složité určit, která sdělení mluví o budoucnosti a která o minulosti, se ukázal jako mylný. Je sice pravda, že u ojedinělých příkladů z dat se lze o toto rozdělení pokusit, jedná se ale opravdu jen o pouhý pokus.

-Svatební šaty mají korzetový střih. - trasa 29

Svatba je pro někoho, kdo sleduje svatební šaty ve výloze a vybírá si je, událost, která proběhne v budoucnosti. Korzetový střih šatů odkazuje na standart postavy, do kterého má být žena v šatech sešněrována, tedy při oblékání do šatů ve svatební den proběhne standardizace do předem dané formy. Snad by se dalo říci, že se jedná o vyzývání k tomu, být ve svatební den jako očekávaný standard. Na druhou stranu, pro někoho, kdo již vdaný je, tento význam není platný, protože šaty pro něj neodkazují na budoucnost a pokud se v tomto typu šatů dotýkala vdávající, tak pro ní standardizace sešněrováním do oněch šatů proběhla už v minulosti.

Při odhlédnutí od výše uvedených otázek si lze utvořit pohled na vzájemný vztah mezi standardizací a soutěží. Obě tyto tendence se objevují samostatně, v některých sděleních je však možné spatřit obě.

První možností jejich společné přítomnosti je liposukce, která mění ve smyslu standardizace a zároveň je to výhoda v soutěži, pokud je bezbolestná, tak je to výhoda dvojitá. Dalším způsobem, jak mohou být principy standardizace se soutěží přítomny společně, je spojení změny těla (slovem zpevnění, tedy změnou stávajícího těla směrem ke standardu) a boje proti celulitidě (přítomností slova proti).

-V Tesco při hledání šampónu mým regál se zpevňujícími tělovými mléky proti celulitidě. - trasa 12

Další variantou jejich společné existence je spojení těla bez hlavy, odkazující na standardizaci, a výhody návštěvy zdarma, odkazující na soutěž..

"JsmePRO. FaktoryPRO, Předprodej zahájen, získej 2 měsíce zdarma." A pod tím mužská a ženská vypracovaná postava bez hlavy. - trasa 17

Standardizace se soutěží může být spojena i v další podobě. Trénink mluví o soutěži. Přidání se k někomu a vyobrazení cvičící dívky říká, že tuto činnost už někdo koná, což odkazuje na standardizaci.

-V metru je fotografie běžící dívky v kraťasech a tílku, s růžovými botaskami. "Každý trénink se počítá" "Make it count" "Přidej se k Nike+run club" a informace, kde jsou srazy. - trasa 14

Jak dokazují výše uvedené příklady, vztah standardizace a soutěže existuje ve více formách. Ale ani jedno z možných společných vyobrazení soutěže a standardizace není převažující.

Závěr

Ve zkoumané oblasti tlaku na hubnutí a formování postavy zůstává základní vlastností rozkazu, že si zachovává svůj typický charakter - je jednoznačný. Touto svou jednoznačností rozkazuje přímočaře ke zhubnutí a zformování postavy. Dále tímto způsobem také rozkazuje ke sportovní aktivitě, k navštívení míst, kde se hubne a formuje postava. Za jednoznačnými rozkazy být sám sebou se též skrývá rozkaz hubnout a formovat postavu, a to proto, že hned vedle rozkazu je uvedeno, jaký má člověk být. Přímou se rozkazuje také ke stočení pohledu na postavu nebo alespoň na vzhled někoho jiného.

Druhou podobou rozkazu je šipka, která přikazuje směr do míst, kde probíhá hubnutí a formování postavy, nebo ukázáním rozkazuje, jak má vypadat určitá část těla. Rozkaz může nabývat i podoby telefonního čísla či internetové adresy, což také jednoznačně, stejně jako šipka, udává směr.

V souvislosti s rozkazem se ukázal jev protičečení si. Vedle sebe se objevují rozkazy, které ovšem svou podstatou jdou proti sobě. V jednom okamžiku je rozkazována konzumace a zároveň hubnutí, což je protiklad. Tento jev se nemusí týkat jen rozkazu, ale i dalších sdělení, která ani formu rozkazu nevykazují.

Dalším zjištěním je připomínání hubnutí a formování postavy skrz takzvané řetězení. I služby, které na první pohled o postavě nemluví, skrz řetězec vzájemných souvislostí mezi ostatními službami, hubnutí a formování postavy připomínají. Toto připomínání ale nemá charakter rozkazu.

Co se týče soudu, při posuzování-hodnocení je potřeba rozlišovat dva typy - pokud je posuzováno něco nebo někdo, co je neurčité a má to charakter až ideálu, je to spojeno spíše s pozitivním hodnocením. Pokud je souzen někdo konkrétní, je hodnocen spíše negativně. Jedná se samozřejmě především o posuzování těla. Klasický soud, dělící lidi na dva proti sobě stojící tábory, probíhá na základě velikosti. Stojí proti sobě plnoštíhlí s velikostí XXL a štíhlí, jejichž velikost nebývá komentována, což značí, že jde především o negativní souzení, protože definována je právě skupina mající onu špatnou, nevyhovující nadměrnou velikost. Jako nástroj k určování soudu o velikosti mohou sloužit měřicí nástroje, s jejichž pomocí jsou lidé na dva proti sobě stojící tábory rozdělováni. Přímé souzení sebe sama probíhá v řeči, kdy člověk sám sebe nahlas posoudí jako mající určitou konfekční velikost. Toto sebesouzení následně přechází do nepřímé formy souzení sebe sama, a to díky rozhodnutí, zda člověk v obchodě vybírá své oblečení označené jako nadměrné či nikoliv. Souzení druhých ve své podstatě opakuje charakter posuzování - hodnocení. Pokud je souzen někdo konkrétní, soud bude mít spíše negativní zabarvení, pokud bude souzen někdo neurčitý, soud bude spíše pozitivní. Nelze říci, že by forma souzení sebe sama převládala nad souzením druhých a naopak.

Spojení rozkazu a soudu je možné, nejedná se ani o okrajovou záležitost ani o případ, kdy by se jeden bez druhého nevyskytoval. Z možných kombinací forem soudu a příkazu je nejsilněji zastoupena kombinace jednoznačného rozkazu spojeného s posuzováním-hodnocením. Soutěž zde má podobu jasné soutěže o shozená kila nebo o titul královny krásy. Přítomna je také ve sportovním soutěžení, kdy se prolíná soutěžní podstata sportu sama o sobě se sportem jako prostředkem k hubnutí a formování postavy. I ve zkoumané oblasti lze v soutěži získat náskok před ostatními, a to využitím nějaké výhody, která honbu za zhubnutím a formováním ulehčí. Na soutěž navazuje boj o hubenou a zformovanou postavu, který může vykazovat i agresivní prvky. Všeobecně soutěž přítomnou ve zkoumané oblasti nelze označit jen za rozehranou či jen ve fázi vybízení. Objevují se oba prvky, a to někdy dokonce i současně.

V průběhu zkoumání se také ukázaly konkrétnější vlastnosti diety, těla a tuku.

Standardizace probíhá skrz změny tvaru těla směrem k předkládanému standardu. Další formou standardizace je ukazování, že svou postavou se zabývají i ostatní. Děje se tak díky předvedení fotografií, kde se činnostmi měnící postavu účastní i jiní lidé. Nebo také sděleními, která lze provést mnoha rozdílnými způsoby, vždy ale jejich podstatou je, že druzí také hubnou a formují svou postavu. Své místo má ve

standardizaci i zobrazení ideálního těla bez hlavy, se kterým se lze kvůli nepřítomnosti obličeje snadno identifikovat.

Pro soutěžení i standardizaci je společná osoba pomocníka, který napomáhá svým konáním ke zhubnutí a formování postavy. Závěrem lze říci, že soutěž a standardizace jsou obě přítomny stejně výrazně, mohou být i provázané, a ani jednu nelze označit za silnější.

Summary

The main characteristic of order in context of social pressure to have slim and shaped body is its unambiguity and the fact that it instructs the way. It is possible to find two contrasting orders. One is speaking about slimming weight and the second about eating. For the judgement is typical the evaluation. There is a tendency to evaluate body of concrete persone negatively. Judgement also divides people into two groups based on their size - into the group of people with small or normal size and the group of people with big size. The judgement and the order can be together. Competition is present in competing in slimming and incompeting in beauty. The element of competition is also advantage. The advantage helps to make the slimming and shaping the body easier. Some competitions are changing into fight with an aggressive element. In standardization there is important the change in appearance of a human body and the information that other people are involved in slimming and shaping the body. One form of standardization is a portrait of human body without head or face. In competition and also in standardization is a person or a thing that assists people to slim a form body. If we compare the competition and the standardization no one is more powerful.

Použitá literatura

ADORNO, Theodor W. *Schéma masové kultury*. 1. vyd. Praha: OIKOYMENH, 2009. 62s. ISBN: 978-80-7298-406-0

CANETTI, Elias. *Masa a moc*. 1. vyd. Praha: Arkadia, 1994. 575s. ISBN 80-85812-08-8

CORBINOVÁ, Juliet; STRAUSS, Anselm. *Základy kvalitativního výzkumu: Postupy a techniky zakotvené teorie*. 1. vyd. Boskovice: Nakladatelství Albert, 1999. 196s, 80-85834-60-X

CROOKOVÁ, Marion. *V zajetí image těla: Jak chápat a odmítat mýty o vzhledu těla*. 1.vyd. Ostrava: OLDAG, 1995. 136s. ISBN 80-85954-02-8

FIALOVÁ, Ludmila. *Moderní body image: Jak se vyrovnat s kultem štíhlého těla*. 1. vyd. Praha: GRADA PUBLISHING, a.s, 2006. 92s, ISBN: 80-247-1350-0

GLASER, G. Barney; STRAUSS, L. Anselm. Discovery of Substantive Theory: A Basic Strategy Underlying Qualitative Research. *American Behavioral Scientist.*, 1965, vol. 8 no.6, 5-12

NOVÁK, Michal. *Společnost, kultura a poruchy příjmu potravy*. 1.vyd. Brno: AKADEMICKÉ NAKLADATELSTVÍ CERM, 2010. 105s ISBN: 978-80-7204-657-7

Seznam příloh

Příloha č. 1: Polní poznámky (text)

Příloha č. 2: Fotografické podklady k polním poznámkám (DVD nebo nahraný soubor)

Přílohy:

POLNÍ POZNÁMKY

Tyto poznámky byly pořizovány čistě jako pracovní nástroj pro vlastní potřebu a jsou ponechány v autentické podobě, to znamená bez grafické úpravy a korektur. Mají sloužit jako případný vhled do vlastního procesu výzkumu.

Seznam tras:

1. Kubánské náměstí - hlavní budova FF - pravá strana jízdy
2. Kubánské náměstí - hlavní budova FF - levá strana jízdy
3. Taneční studio Lužická ul. - studio Štěpánská ul.
4. Národní knihovna - Celetná - Václavské nám. střední část
5. Kubánské nám. - knihovna Opatov
6. Brigáda Drahojlová - hlavní budova FF
7. Brigáda Pobřežní - koleje Chodov
8. Taneční studio ul. Štěpánská - taneční studio ul. Lužická
9. Václavské nám. (střední část) - Celetná - Národní knihovna
10. Nákupní centrum Eden-nákup jarních bot
11. Knihovna Opatov - Kubánské nám
12. Nákupní centrum Eden-nákup šampónu
13. Jazyková škola Akcent - hlavní budova FF
14. Jazyková škola Oxford Tefl - Lužiny
15. Koleje Chodov - brigáda Pobřežní
16. Hlavní budova FF - sídliště Letňany
17. Barrandov - Anděl
18. Nákupní centrum Nový Smíchov- nákup bot
19. Nusle - Dejvice
20. Václavské náměstí (střední část) - kino Aero
21. Hlavní budova FF - brigáda Drahojlová
22. Václavské nám. (střední část) - Ládvi
23. Lužiny - Jazyková škola Oxford Tefl
24. Hlavní budova FF - Jazyková škola Akcent
25. Anděl - Barrandov
26. Nákupní centrum Nový Smíchov - nákup šampónu
27. Letňany - hlavní budova FF
28. Dejvice - Nusle
29. Kino Aero - Václavské nám. (střední část)
30. Václavské nám. (střední část) - Ládvi

Model:

Bydliště: u Kubánského náměstí, ulice Omská. Škola: hlavní budova Filozofické fakulty UK a budova UK Celetná ulice. Brigády: call centrum v Drahojlově ulici a společnost nabízející vzdělávací kurzy v Pobřežní ulici. Knihovny: Národní knihovna Klementinum a Městská knihovna Opatov. Kurzy angličtiny: Jazyková škola Akcent na Praze 4 a Oxford Tefl na Národní třídě. Taneční studia: ulice Lužická, ulice Štěpánská, střední část Václavského náměstí. Přítel: Kolej Chodov. Teta: Nusle, ulice Pod Pramenem. Babička a dědeček: Letňany, ulice Bludovická. Kamarádka: Lužiny, ulice Brdičkova a Ládvi, ulice Kyselova, Barrandov, ulice V Remízku.

Spolužačka: Dejvice, ulice Zelená. Kino: Aero. Nakupování: Nakupní centrum Eden, Nový Smíchov.

Kódy: kontrast, šipka, velikost, jednoznačný, řetězení, měřidlo, cvičící lidé, pomocník, čas, výhoda stylizování, hlava, hubnutí, tuk, dieta, tělo, hodnocení, ostatní, přiznaná, změna, boj, tvar

Zkratky:

F - k zápisu existuje i fotografie

DD - dívají se dívka z plakátu Intimissimo. V zápiscích se objevovala velmi často v nezměněné podobě. Tato zkratka byla vytvořena kvůli úspornosti zápisů.

1.

Kubánské náměstí - hlavní budova FF - pravá strana jízdy

Den: 23.2.

Trasa: Z ulice Omská pěšky na Kubánské náměstí, odtud tram 22, přestup Národní třída na tram 17

Prostředek: chůze, tramvaj

Poznámka: levá strana po směru jízdy

4. **Pře domem je školní hřiště, na něm se hráči povzbuzují nebo provokují mezi sebou.** (přiznaná) Jsou účastníci sportu a zároveň soutěží.
5. **Na vedlejším domě je název Sportivo**
6. **Cukrárna nápisem říká Kupte si kopeček (jednoznačný) a hned za ní se vstupuje do solaria...** (kontrast) Příkaz k nákupu zmrzliny, k nákupu sladkosti. Forma vy. Společná přítomnost jídla a péče o tělo.
7. **Na obchodě visí nápis Legend sport-sky a hodně vykřičníků.**
8. **V dálce je vidět SK Slavia...**, což připomíná sportování.
9. **V těsné blízkosti kadeřnictví-nehtové studio a vedle je sportbar**
10. **Na obchodě je napsáno Jágřteam...**opět připomíná sportování.
11. **Zahlídla jsem skicentrum**
12. **Adidas je pověšeno na nákupním centru...**spojení sportu a módy
13. **Je nějaká souvislost:kosmetika-masáže, vizážistka, turbosolária?**
14. **Zahlídka jsem další skicentrum.**
15. **Namalované obrisy ženských postav na lavičce Ona Dnes.** Mají namalované postavy, nějaký význam v rámci tématu?
16. **Mám další solarium.**
17. **Na zastávce na druhé straně tramvaje Go fitness, jsou tam nafocená štíhlá vypracovaná opálená těla, pod tím je napsáno "centrum funkčního tréninku" (výhoda)** Říká to, že tento trénink opravdu funguje, že je funkční, což je výhoda oproti ostatním (nefunkčním) tréninkům(vymezuje se od nějakých ostatních tréninků, že funguje).
18. **Na další reklamě na solarium jsou vyobrazena hezká těla páru.**
19. **Štíhlé nohy ve výloze zdravotní potřeby, asi evokují spíš atraktivnost, krásu, sexualitu než zdraví.**
20. **Na autě je napsáno luxusní manikúra a u toho opět vyfotografované štíhlé nohy.**
21. **Obchod s výlohou, která hlásá specialista na zdravé hubnutí (změna)** Hubnutím se změni postava. "Specialista" pomocník na cestě k přiblížení se ostatním? nebo k výhře nad ostatními? Přítomno hubnutí
22. **Kadeřnictví, říká něco k tématu?**Mám podvědomě pocit, že tam patří, ale proč?
23. **Na ulici stojí dodávka, na ní reklama na fitness a saunu. F - Je tam napsáno relaxdays, a fotka odpočívajících dívek v sauně.**
24. **Obchod, který se jmenuje Lady XL....**Rozdělení na skupinu XL a neXL (soud-posouzení že, někdo je XL, že je jiný) (velikost) Mluví o velikosti přímo.
25. **Další obchod, který má ceduli pánská a dámská móda S - XXXL elegance F**Dělení na dva extrémní tábory S a XXXL.(obě okrajové skupiny) (velikost)
26. **Solarium a masáže, je to asociace nebo nic neříkají?**
27. **Nápis Hair-face-body, propojuje všechno dohromady, nic není samostatně...** (vlasy, tvář a tělo...propojení s kadeřnictvím a kosmetickými salony) (tělo) (řetězení)

28. Nohy z hubených figurín za výlohou ukazují různé druhy punčocháčů.
29. Dvě kadeřnictví těstě za sebou, co připomínají?
30. Reklama Latino dance, asi to neříká nic.
31. U nápisu studia Svobodová se dají tušit obrázky těl.
32. Kolem projelo auto Wellness-bazény-úprava.

2.

Kubánské náměstí - hlavní budova FF -levá strana jízdy

Den: 23.2.

Trasa: Z ulice Omská pěšky na stanici Kubánské náměstí tram 22, přestup Národní třída tram 17

Prostředek: chůze, tramvaj

Poznámka: pravá strana po směru jízdy

33. Před domem stojí dodávka, na ní je reklama na bagety Hamé, E, nápis "hamélifestyle" "urvi si ze života více" (jednoznačný), Forma ty. Příkaz k urvání si více ze života. Slovo urvat si může odkazovat ke spojení "urvat si něco k jídlu", protože se jedná o bagety. Zároveň v přeneseném významu také více si užívat života. Znamená to, že je to příkaz sníst více baget Hamé a tím si více užívat života?? stylizování Hamélifestyle, připravený styl života podle Hamé.
34. Jde mladý pár, 25-30 let, dívka říká: "...každý něco jiného, ale všechno to jsou večerní sladkosti, (souvisí s cukrárnou?), ona je moderní, elegantnější styl, ale ne přehnaně, on trochu do sportovna, má kratší vlasy, možná trochu jako typ člověka z posilovny.
35. Na cukrárně je na okně napsáno "vyrábíme zmrzlinu pro vaše děti" "kupte si kopeček" (jednoznačný)
36. Naproti cukrárně stojí lavička Ona dnes...o ženách jaké opravdu jsou. (hodnocení) Na obrázky jsou nakresleny dvě figurky žen (tvář)-první je hubená, extrémě prohnutá, což zdůrazňuje štíhlý pas, má podpatky, druhá zobrazená jako štíhlá kuchařka v jedné ruce s upečenou bábovkou, má taky extrémně štíhlý pas, druhou ruku má v bok, jako kdyby na pas upozorňovala E Tvar figurek ukazuje tvar ženské postavy. Hodnocení jaké jsou ženy.
37. V dále je vidět nehtové studio, na obrázku drobné ruce, drobné nehty, (soud? o sobě?)
38. Maminka stojí s dětmi na zastávce, starší chlapec říká, že (asi mladší) sestřička to neuplave (hodnocení) Řečeno, že není dost dobrá.
39. Můj solarium. Můj kadeřnictví.
40. V reklamě na Gata je vyfocená štíhlá dívka, ale není jasné, o čem reklama mluví.
41. Můj další kadeřnictví a solarium, nejsou nijak výrazná, asi nic neříkají.
42. Plakát na aktivitu Jumping. Asi nic dalšího nesdělují? Je reklama na sport zároveň i reklama na štíhlost? Může být sport jen sám sobě bez propojení s ideálním tělem?
43. U zastávky je go fitness, E, na fotografiích je mužské a ženské vypracované tělo ve sportovním, ale nejsou hlavy, je tam pouze tělo. (hlava) Na obrázku není hlava.
44. Výloha miss perfekt, připravuje se tam obchod. Není jasné co tam budou prodávat, možná šaty podle malých obrázků. (hodnocení) (přiznaná) Perfektní hodnotí. Soutěž o krásu v soutěži miss, přiznaná soutěž.
45. Na cestě je vidět z okénka zelený obchod Zdravá výživa (soudí, že je zdravá?)
46. Ve výloze Event mají hodně hubené figuríny.
47. Kosmetika batista, pouze tam je.
48. Terranova - hubené figuríny, na hlavách měly bedny (hlava) Bylo jich hodně, oni jedna neměla obličej.
49. Solárium a pod je fotka část nahého těla, fotka křivek ženského těla.
50. Reklama na zdi časopis Estetika, na titulce je fotografie ženy, člověk jen zahlédl.

51. Za výlohou v obchodě Tesco je kolekce Triumf spodní prádlo, vyniká hubenost figurín.
52. Plakát, kde dívky cizí ruce tahají za kůži na obličejí.. (hodnocení) Taková kůže je asi v něčem špatná, proto jí ostatní odstraňují. Vzhledem k nějaké předem dané formě tam nemá být (takže někdo cizí říká, že nemá dobrý tvar). (Tvar)

3.

Taneční studio Lužická ul. - studio Štěpánská ul.

Den: 25.2.

Trasa: Z tanečního centra v Lužické ulici na Vinohradech pěšky na Náměstí míru, tramvají do zastávky Štěpánská, odtud ulicí Štěpánská do druhého tanečního centra,

Prostředek: chůze, tramvaj, chůze

Poznámka: levá strana po směru jízdy

53. **F** Dvě zkrášlovací studia následují v domech těsně za sebou, dělá to dojem přesytenosti. Na fotografii jsou křivky dívky a její obličej se dívá přes rameno do ulice na kolemjdoucí, šipka (šipka) na obrázku směřuje k zadečku dívky. Tento příkaz pomocí šipky se odlišuje od ostatních. Šipka na první pohled nesměruje ke vchodu, ale ukazuje na zadeček dívky. Je to tedy příkaz k získání takového tvaru postavy (pozadí), jako má dívka na fotografii. U její fotografie jsou nápisy, jmenovitě liposukce (změna) (Tělo neodpovídá očekávání, standardizace) odstranění tuku (to samé), (tuk) (změna) současný trend v estetické medicíně, spokojenost klientů (ostatní) Ostatní byli spokojeni. jednička na trhu, okamžitý efekt (čas) (výhoda) Změna se uděje hned. Je lepší než ostatní. U druhého studia je napsáno "jedna hodina vynahradí 6 hodin gymnastiky" (úspora, výhoda v soutěži, soutěž běží a jde o čas) (čas) (výhoda) Úspora času, místo šesti hodin stačí jedna. Něco se dá nahradit něčím a ušetřit čas. "trvalé odstranění tukových buněk" (tuk) liposukce (změna) Mění tělo tak, jak má vypadat.
54. Salon korunka, jen je, nic nesděljuje
55. Na obchodě je, že se jmenuje obuv xxl (velikost) Sdělení jen těch velkých velikostí..
56. Nápis "nemorálně luxusní brýle" a před tím visí plakát s dívkami v čele s Darou Rolins **F** ve sportovním, (přiznaná) (sportovní oblečení ukazuje na soutěžení), odhalená a extrémně hubená a vypracovaná břicha a nohy. Je jich na fotografii mnoho, vypadají jako tým. Je tam napsáno "atraktivní sport" (hodnocení)
57. Naproti obchodu pizza již 25Kč je přes ulici obchod Dietní centrum, vedle Dietního centra je pekařství Paneria. **Kontrast** Dobré jídlo vedle diety.
58. **F** Dietní centrum má nápis "Diety se už nebojím" (dieta) (boj), vitalita, zdraví, úspěch, Na obrázku jsou dvě ženy, jedna drží váhu a jí jablko, druhá má krejčovský metr. Zajímavé, že tu není jako spojovací prvek krása. (měřidlo) Váha a krejčovský metr jsou prostředky k vytváření oněch táborů stojících proti sobě. (kontrast) Jídlo je přítomno. Mluví se o dietě. Asi s dietou měla nějaký spor, teď už není, nebojí se.
59. V okně lékárny visí plakát "zbavte (jednoznačný) svou pleť nedokonalosti" (změna) (hodnocení), dívka má před kůží lupu a je tam vidět nerovnost. Příkaz k dokonalosti, k odstranění nedostatků. Forma vy. Má dojít ke změně. Plet' je hodnocena jako nedokonalá.
60. Venku je zima, zároveň je tu reklama na plavky. Hubené modelky na plakátu se usmívají nebo vysmívají na okolí.
61. Kadeřnictví, ale asi nic konkrétního nevyvolává...
62. Cukrárna nabízí.
63. Vedle je zákaznické krejčovství. Je rozdíl proti xxl definici. (velikost)
64. Kosmetické studio, má napsáno "péče o pleť a tělo" (tělo) (změna) Zmíněno tělo, kosmetické studio také mění.
65. Thajské masáže?
66. Na sloupu lampy je překrytá fotka (pila)tes...posiluje svalstvo...celého těla...(tělo)
67. Vedle reklama vanilla...jídlo? (kontrast)

68. Plakát, který hlásá "Přidejte se a běžte Českem" (**jednoznačný**) (**ostatní**) **F** Příkaz k přidání se a fyzické aktivitě, ostatní už běží. Na plakátu běžící mladá žena, která má poměrně výrazné klíční kosti.
69. Mladý muž na plakátu drží štětečky na líčení "váš partner pro zdraví a krásu" (**pomocník**) (Jako kdyby partner v soutěži nebo standardizaci, spoluhráč.)
70. plakát Přidejte se
71. další Přidejte se
72. Plakát říká : "váš partner pro zdraví a krásu", žena středního věku v bílém, spíš běžná žena, ne typ modelky, je plastický chirurg (**pomocník**) Plastický chirurg jako pomocník ke kráse.
- 2 Míjím kadeřnictví.
- 3 Auto má na sobě nápis luxusní masáže fitness. Je tam fitness, ale nic o těle nesděluje?
- 4 Obchod, jmenuje se Lady xl obchod, "elegantní oděvy inspirované ženskostí" (**velikost**) (**hodnocení**) Oděvy jsou elegantní. Zdůrazněny jen xl oděvy.
- 5 Obchod s názvem Elegance s-xxxl (**velikost**) (**hodnocení**) Někdo to ohodnotil jako eleganci. Je to rozpětí velikostí, ale před s nejsou x..
- 6 Na cestě projdu okolo salonu, pak kadeřnictví.
- 7 Obchod Triumf na něm je nápis "body desire", **tělo** desire, ale touha po (ideálním) těle nebo tělesná touha?
- 8 Proti na chodníku jde blondýnka, vyzývavě prohlíží.
- 9 Salon na vývěskách domu, **F** pak je tam studio olli a jako podnázev má "liposukce" (**změna**) (Něco přebývá, co tam nemá být..Liposukce jako odstranění něčeho, co tam nemá být.)
- 10 Naproti liposukci přes ulici je řeznictví.
- 11 Na sloupu je přivázaný plakát Přidejte se .
- 12 Další salon - Salon monté masáž, je to nějak významné?
- 13 Outlet se sportovním...
- 14 Kadeřnictví a solarium, nic ale neříkají, jen jsou.
- 15 Obchod, co se jmenuje těhotenská móda, figuríny s těhotenskou postavou (**velikost**) (**hodnocení**) Dvě skupiny podle postavy-těhotné a netěhotné.Těhotenská jako hodnocení.
- 16 Plakát Přidejte se.
- 17 Opět Přidejte se...vzbuzuje to dojem, že běží všichni, že jich je mnoho, že se má člověk přidat k ostatním
- 18 **F** Obchod Móda pro plnoštíhlé Grandine vedle (nad ním) jsou hodiny a nápis na hodinách je čas navštívit Grandine, je u toho šipka. (**šipka**)(**čas**), (**velikost**) (**hodnocení**) Příkaz k návštěvě obchodu s plnoštíhlou módou. Zajímavá je spojitost s časem (je čas navštívit), dalo by se to vyložit i tak, že někdo svou postavou dospěl do fáze, kdy má začít navštěvovat obchody pro plnoštíhlé. Opět plnoštíhlé a neplnoštíhlé. Hodnocení postavy ve smyslu velikosti.
- 19 Naproti módě pro plnoštíhlé stojí řvoucí sportbar.
- 20 Květinové studio... (slovo studio podvědomě odkazuje na kosmetické studio)
- 21 Studio...další...
- 22 Na vývěsce u vchodu je tabulku s firmami a jedna z nich je Miss exact (**přiznaná**) Slovo Miss odkazuje na soutěž(e) Miss, kde je cílem zvolit tu nejkrásnější. Je to připomenutí utkávání se mezi dívkami na základě krásy a postavy.

4.trasa

Národní knihovna - Celetná - Václavské nám. střední část

Dne: 8.března

Trasa: pešky z Národní knihovny (Klementinum na Mariánském náměstí), přes Staroměstské náměstí okolo školy v Celetné ulici a Prašné brány, přes ulici na Příkopech až na Václavské náměstí.

Prostředek: chůze

-**F** Na autě je reklama na cukrárnu, "simply the best". Jsou na ní modelky, před tím se prošla podobná blondatá slečna. (**hodnocení**) Někdo nebo něco je nejlepší, the best.

- Vedle probíhá jakási hra cizinců na vojáky, ženou se za jedním ve vojenském, smích **(přiznaná)**...soutěž, je to jen soutěž mezi lidmi, ne k tématu.
- Nohy od ženské sochy ve výši očí, skoro se do nich naráží z chodníku, vystupují do ulice. jako kdyby soutěž vyhrála
- Okolo prošla hodně etno oblečená slečna, nezapadá do okolí.
- Na stáncích jsou palačinky a restaurace všude kolem.
- Další cafe a restaurant.
- Obchod Carmel má v záhlaví svého názvu černou siluetu štíhlé ženy. **(tvar)** Schématicky ukázaný tvar lidské postavy.
- Míjím Thai masáže.
- Mladé ženy, asiátky nesou koš s ručníky nebo prádlem dovnitř domu.
- Muž oblečený jako kuchař před Choco světem
- Muž oblečený v jakémsi černém obleku nebo kostýmu "Slečno, nechcete navštívit thajské masáže?" Ne, děkuju "Mně neděkujte." Reálné propojení okolí a mě. Nabídka navštívit nějakou proceduru...
- Swarowski,mají vílu na plakátě a naproti tomu je obdobná víla u vstupu do Muzea čokolády F
- Na autě je nápis gastrostelle - partner vaší restaurace.
- Procházím kolem dalších thajských masáží.
- Reklama se pohybuje, střídají se dvě reklamy. Intimissimo, dívka se dívá ...soudí pohledem,nebo je to jen můj dojem?
- Hned za po ní naskočí reklama žena s dětmi v plavkách, vedle těchto reklam je plakát na umění-letní škola - taky je tam vyobrazená žena, ale asi se to k tématu nevztahuje.
- Štíhlá žena, propaguje parfém. Co to znamená?
- Obchod Blanka Matragi - štíhlé a křehké figuríny oblečené ve svatebních šatech....mít šaty od této návrhářky je prestiž, snad až vítězství nad ostatními, snaha se blýsknout. Tím, že šaty jsou šité pro štíhlé, pocit, že pro jinou postavu nejsou.
- V okolí hodně restaurací, susshi bary, Mc Donald. **(kontrast)** Drobné figuríny se šaty obklopené jídlem.
- F - Dívka na fotce postavené na ulici drží hokejku, je to před parfumerií. Je oblečená sportovně, ale v podstatě má plavky a odhalené tělo, je perfektně nalíčená a učesaná, nesportuju,ukazuje se... **(přiznaná)** Odkazuje na soutěž zcela jasně.
- Na sloupu visí reklama na bageterii a na mc café, je odtud 50m. **(kontrast)** Ukazování těla a jídlo.
- Ve výloze stojí tři figuríny s prádlem.
- Souvisí nějak se vším žebrák na kolenou?
- F -Obchod s obuví má ve výloze fotografii extrémně vychrtlých nohou. Znamená to, že zde se prodávají boty jen pro vychrtlé? Je to něco podobného jako xs nebo xxl obchody??
- Plakát hooters, štíhlá dívka nese jídlo, ale nevypadá to, že by ho nesla sobě. Má ruku v bok, na štíhlém pase. **(kontrast)** Jídlo a štíhlá postava.
- F Skupina čtyř žen oblečených ve sportovním (ale v podstatě plavky) se přetahuje mezi sebou o míč, ale neperou se jen o něj, perou se mezi sebou a ukazují to divákovi, všechny jsou dokonale upravené, ne jako při sportu, je z toho cítit důraz na jejich vzhled, odhaleným oblečením i na postavu- jasný boj, soutěž, která je rozehraná **(přiznaná)** (boj)Na obrázku jsou prvky sportu díky míči a oblečení a prvky zápasu díky postoji dívek mezi sebou. Jedná se zřejmě o zcela otevřené utkání mezi dívkami, které předvádí kolemjdoucím. Nepřehlédnutelně upravený a nastylizovaný vzhled dívek a jejich oblečení pouze v plavkách vyniká víc než sportovní míč. Vyvolává to dojem, že nebojují o míč, ale o vzhled.
- F -Vlastní tuk, nenápadná reklama "Prsní implantáty, vlastní tuk", přifoukněte si prsa pomocí implantátů nebo vlastního tuku" **(tuk)** **(změna)** **(jednoznačný)**. Forma vy. Jasně přikazuje změnit tvar své postavy. Slovo přifoukněte je jasný příkaz. Vlastní tuk je někde na špatném místě a je potřeba dát ho do prsou? Změna polohy tuku tak, jak je to očekáváno...
- F Boubelka nebo modelka, předchozí plakát vystřídala další: Boubelka nebo modelka, každý čte časopis dieta. **(ostatní)** **(hodnocení)**. Je to postavené jako protiklad, tedy že boubelka nemůže být modelka. Dva ohodnocené tábory. Každý ho čte, všichni to dělají. Na plakátě informace o akčním předplatném. Internetová adresa má v sobě slovo fit-www-fitweb.cz, takže být fit, znamená držet dietu, být hubený? Časopis na obrázku má titulky: Tereza Kostková: Ráda cvičím pod dohledem. **(pomocník)** **(ostatní)** poznatek-cvičení je spojeno s dietou, s hubnutím. I ona cvičí. A cvičí s pomocí někoho, kdo jí pomáhá jejím hlídáním. Bez snídaně nezhubnete...jako příkaz .Poříd'te si kolo, zhubněte... **(jednoznačný)** **(změna)** **hubnutí**. Forma vy. Příkazání hubnout. Změňte se. Zmíňeno hubnutí.Na plakátu jsou dvě ženy, jedna je upravená, podobná modelkám na plakátech v okolí,

plnější tvary a Tereza Kostková na obálce vyfoceného časopisu. Jako boubelka a modelka? V dále je vidět pohled dívky z plakátu Intimissimo.

-Naproti jídlo, zřejmě restaurace, která připravuje smažené ryby. **(kontrast)**

-Všude okolo ve výlohách jsou vyloženy štíhlé figuríny.

-Další reklama na Intimissimo s modelkou a jejím tím pohledem.

-Vyzývá modelka je nafocena na plakátu casina.

-Reklama Milka říká "troufni si na jemnost" **(jednoznačný)** a pod tím je reklama na Mc Donald a směrovka, šipka. **(šipka)** Jsou to dva příkazy vedle sebe-slovní (troufni si na jemnost) a šipkou. Šipka přikazuje kolemjdoucím, že mají navštívit Mc Donald a najíst se.

-Stánky okolo smrdí přepáleným tukem. **(tuk)**

F - Eklipse - Vypadá jako reklama na ženský produkt, žena se s lehkostí pochybuje, ale je to reklama na tisk, hned vedle je reklama na hooters se štíhlou slečnou nesoucí jídlo.

-Štíhlé modelky jsou na reklamě firmy Humanic, jen pro štíhlé jsou boty určeny, očekávaná je štíhlá noha

- "Cukrárna Simona pro náročných zákazníků", podruhé zvýrazňována kvalita, náročnost u cukrárny.

-Plakát "Přidej se a běž" Forma ty. Příkazování k tomu být jako ostatní a ke sportovní aktivitě, tedy příkaz ke sportování, které dělají ostatní, stále stejné. A hned vedle jsou směrovky do KFC. **(kontrast)** Jídlo a sport.

-Obchod thajské masáže a před ním stojí muž v jakémisi ptačím obleku.

-F Fitness centrum, Posilovna, kardiozóna, skupinové lekce, schiwin cycling, osobní trenéři **(pomocník)**, sauna, pára, solarium. Nad tím fotografie na detaily vypracovaných těl a nápis Shapes-tvary. **(tvar)** Je dán důraz, na co se mají oči zaměřit, na tvary. Šipky **(šipka)** a největší fitness v centru Prahy. Čtyři šipky přikazují navštívit toto zařízení. Před tím je cedule: "Pro nás je každý student" a fotografie cvičících dívek. **(ostatní)** Co to říká o studentech? Studenti sem chodí, jiní (studenti) sem chodí. Hned za cedulí jsou vyfocené ženy, jak vedle nějakého posilovacího stroje skáčou, jsou v pohybu. **(cvičící lidé)** Ostatní se věnují cvičení. Trenér je pomocník. Šipka přikazuje sem přijít.

-Potkávám další reklamu na prádlo a na ní štíhlá těla.

-Opět reklama na hooters, ruka v pase, zdůraznění štíhlého těla.

-F Reklama adidas, Dvě dívky se přetahují **(přiznaná)** je napsáno, že to jsou reprezentantky, **(přiznaná)** **(boj)** tedy už nějakou soutěž vyhrály, když mohou reprezentovat, ale zároveň se teď přetahují. Lighter, faster, cooler. **(čas)** Slovo lighter odkazuje na lehčí tělo nebo na lehčí způsob vítězství?

5.

Kubánské nám. - knihovna Opatov

Den: 13.3.

Trasa: Kubánském náměstí, odtud tramvaj do zastávky Slavia a odtud autobusem do zastávky Metodějova a pak do knihovny.

Prostředek: tramvaj, bus, chůze

Tahle trasa nebyla tak plná podmětů jako ty předchozí, většina záznamů se týká sportu a je otázka, jak do analýzy zapadají.

-Chlapci hrají fotbal, prvně to vypadá jako kooperace, poté si začali nadávat. **(přiznaná)** Je to soutěžení.

-F U školy je přivázaný plakát na jakýsi tanec a něm dívka a kluk, hned vedle je stejné sdělení nasprejované na zemi. Jedna ze tří osob rukou vyzývá diváka, asi aby se přidal... A dá se to považovat za něco související s tématem?

-Malé holky jdou a hrají na chodníku po cestě fotbal. Vysvětlují si, jak se kope do míče. "Tak dělej **(jednoznačný)** kopni." Pokud by to souviselo s tématem, tak je to příkaz.

-Cukrárna s nápisem "vyrobíme zmrzlinu" a naproti lavička Ona dnes a na něm kuchařka a štíhlá žena. **(Kontrast)**

-Za tím potraviny, ty hlásí "přijďte **(jednoznačný)** ochutnat" "bůček" "palačinky". Celé je to v kontrastu. Příkaz k jídlu, k objevení dalšího jídla.

-Další cukrárna je hned za solarium. "Přijďte **(jednoznačný)** ochutnat". Příkaz k jídlu.

-Naproti jdou dva mladíci, hodně sebevědomě, oblečení do černého značkového sportovního, přes rameno mají velké sportovní tašky. "Ty pičo, Karlín je oproti tomu zlatý." Mladíci soudí.

-Na zastávku přichází další dva mladíci podobného vzhledu. Přibývá jich. To by směřovalo k standardizaci, už to nejsou vítězové v davu, ale více ostatních začíná být jako oni.

-F Plakát s Jágrem ve sportovním, dívá se na diváka a dělá kliky. . Nápis "Zigtech podrážka pro efektivnější návrat energie". **(výhoda)** Energie se vrátí rychleji. Nějaká výhoda oproti ostatním.

- Fotografie běžících nohou a k tomu fotografie, kde je jakési přátelské gesto rukama jako v týmu. Tým? Soutěžení? Nápís: **Fitness konečně jako sport**. Dříve jsem viděla fitness a nebyl tam sport?
- Přes ulici je nehtové studio. Odkazuje na nedokonalost.
 - Znovu vidím plakát s Jágre.
 - Reklama Intimissimo, na ní dívka ve spodním prádle s upřeným pohledem.
 - Na cestě je obchod Jágr team. **(přiznaná)** Team odkazuje k soutěžení skupin.
 - Dvě ženy okolo třiceti v tramvaji se pobaveně baví "Levný rtěnky za korunu."
 - Plakát asi na punčocháče Gatta, štíhlé nohy ženy vedle reklamy na ponožky bez štíhlé figuríny. Ponožky vedle zvyšují štíhlost a atraktivitu nohou.
 - Vidím další plakát Jágr.
 - Další Intimissimo a dívající se dívka.
 - Procházím okolo kadeřnictví, na výkladních skříních mají pouze nabídku služeb ohledně vlasů a pedikúru.
 - Obchod Sportissimo je hned vedle bageterie. **(Kontrast)**. Sportování a jídlo.
 - Další dívající se dívka na plakátě Intimissima.
 - Synotip na sportovní aréně "Lepší je hrát, než se dívat". **(přiznaná)** Mluví o soutěži.
 - Hned za tím následuje další velká Mc Donald. **(Kontrast)** jídlo a sport.
 - Reklama na Adidas - odkazuje na sportovní mladíky v černém. Pomyslně se k nim přidávají další lidé.
 - Kluk v autobuse má černou Adidas bundu. Opět pocit, že jejich počet se rozrůstá.
 - Reklamy na Milku, které visí na autobuse, pořád mluví o jemnosti.
 - Bilbord "Tisíc příběhů, jedno srdce. Sparta" a obrázek srdce.
 - Adidas - "Nejrychlejší kopačka dostala mozek". Je to nějaká výhoda v soutěži?
 - Do autobusu nastoupili dva kluci, jeden má v ruce hokejku nebo florbaluku, druhý velkou sportovní tašku, špatně se mu nese.
 - Bilbord s nápisem "Top secret" a asi osm modelek v plavkách, stojí proti lidem. Jsou štíhlé, ale nic dalšího zřejmě neříkají.
 - Opět Sparta a srdce
 - Nastoupili dvě malé holčičky, jedna má v ruce hřeben, i když mají obě čepici. V průběhu cesty ta větší "Dej sem ten batoh **(jednoznačný)**" a vzala batoh menší a hřeben uklidila. Rozkaz k podání a odevzdání věci. Nesouvisí to přímo s tématem.
 - Bilbord "Doprovod' Čechy na EURO"**(jednoznačný)** a malé děti s fotbalisty Forma ty. Příkaz k tomu, aby někdo byl při tom, byť jako doprovod, je to zároveň reklam na Mc Donald. **(přiznaná)** **(kontrast)** Fotbal je soutěž.
 - Sauna a zdravotní cvičení a je u toho šipka. **(šipka)** Šipka přikazuje navštívit saunu a zdravotní cvičení.
 - Z autobusu mímám ceduli na Fitness Opatov. Jenom sdělení.
 - Cukrárna a pekařství má taky šipku. **(šipka)** **Jedná se o příkaz k návštěvě** cukrárny
 - F "Body, výstava, která změní váš život", na bilbordě je vyobrazeno tělo svlečené z kůže. **(tělo)** **(změna)** Důraz na zabývání se tělem. Svým způsobem ukázání svalů člověka, ale jinak než u fotek u fitness center. Změna neproběhla asi ves smyslu změny postavy, ale ve smyslu znalostí a pocitů.
 - F Teď jsem při chůzi potkala další cedule Fitness Opatov, je na ní šipka **(šipka)** a činka. Je to příkaz k návštěvě fitness, tedy příkaz k změně svojí postavy.

6.

Brigáda Drahobejlova - hlavní budova FF

Dne: 14.3.

Trasa: Drahobejlova ulice, pěšky na Českomoravskou, metrem na stanici Můstek, přestup podzemím, z Můstku na stanici Staroměstská, budova FF

Prostředky: chůze, metro,

-F U vchodu do budovy visí cedule "Dietní programy, Dieta Praha, vchod dvorem 1.patro", jako kdyby cedule přikazovala kudy jít...příkaz stejný jako šipka.

- Naproti v domě je Relax centrum, sauna, solarium, masáže, www.relaxujte.cz. **(jednoznačný)** Z dřívějších tras solarium a masáže často spojené s nějakou aktivitou ohledně změny postavy, takže slovo relaxujte, v souvislosti s názvem centra, je vlastně napsaný příkaz k nějaké podobné aktivitě. Forma vy.

- F V dalším domě je sport bar, "Synotip- lepší je hrát než se jen dívat" (**přiznaná**) a silueta hráče s hokejkou. Opět soutěžení mezi lidmi.
- V dalším domě je fotoateliér...jakési asociace, že na fotografování by měl přijít člověk hezký, upravený, dokonale. Souvisí to s tématem?
- Po několika krocích je Salon Champion se siluetou asi psa a kočky. I pro psi a kočky existuje salón, který je připraví do standardizované podoby.
- Zastavené auto propagující pivo hlásá "Dokonalost má svou cenu." (**hodnocení**) Toto sdělení hodnotí, ale ovšem toto hodnocení nesouvisí s tématem
- Plakát nalepený na zdi sděluje: "Poznej sebe sama"? (**jednoznačný**) Forma ty. Příkaz k věnování se sobě. Není jasný kontext, v jakém to bylo myšleno.
- "Garnier, pečuj o sebe." (**jednoznačný**), je to řečeno na plakátu se ženou. Je tam jasný příkaz. Forma ty. Jednoznačný příkaz k věnování péče o svůj vzhled.
- Fotografie lidí, jak cvičí a u toho nápis Holmes place "Vy cvičíte, my platíme" (**cvičící lidé**) znovu se objevuje vyobrazení jiných, jak cvičí. (**pomocník**) platí za cvičení.
- dívka DD
- Při jízdě metrem žena drží tašku Takko a na ní je nápis. "Everybody wants to look good.", (**ostatní**) (**hodnocení**) v tašce prosvítá časopis nebo katalog s dívkou na obálce. V tašce je vidět účtenka od Takka. Ona je spíš nenápadná, přes třicet, hnědočerně oblečená s batohem, nenalíčená, nenabarvené vlasy, boty bez podpatku. (soud z mé strany). Čte nějaké dokumenty, pak vytáhne z taška onen časopis, je to časopis asi o domácích dekoracích. Sdělení, že každý chce vypadat dobře - je v tom obsaženo hodnocení (vypadat dobře). Everybody, tedy i ostatní lidé.
- Muž nese batoh s olympijskými kruhy. Je to odkaz na sportování.
- Plakát Garnier říká "Odhalte vlasy." (**jednoznačný**) Forma vy. Příkaz u ukazování svého vzhledu.
- F Při pohybování se po přestupních chodbách v metru další plakáty Holmes place, muži i ženy cvičí, na jednom má žena přelepenou hlavu další reklamou. (**hlava**)
- V dále je vidět z nějakého plakátu slovo Afrodité, dokazuje na krásu.
- Na obrazovce při čekání na metro nápis "i ty můžeš být ok", nebylo jasné v jakém kontextu. Něco to znamená. Být ok? Být dokonale? Ale není jasný kontext.
- Při výstupu z metra mímám: "Před zápasem je potřeba soupeře oťuknout" (**přiznaná**) (**boj**) a na plakátu muži a ženy jak pijí pivo. Je to jasná soutěž, ale nemluví o tématu, pouze podsouvá soutěžení mezi lidmi. Tento nápis neříká nic prvoplánovitě o dokonalém těle. V kontextu procházky ale slovy zápas, soupeř odkazuje opět na prvek soutěžení ve společnosti.
- Na jezdících schodech několikrát Holmes place a osoby jak cvičí a dívka DD.
- Na chodníku stojí svítící plakát s dívkou DD a nad ním je směrovka na Pražský hrad,.

7.

Brigáda Pobřežní - koleje Chodov

Dne: 15.3.

Trasa: Pobřežní ulice, pěšky na zastávku Karlínské náměstí, odtud tramvaj na Florenc, metrem C na Chodov a odtud autobusem do stanice Volha a na kolej Blanice.
prostředek: chůze, tramvaj, metro,

- Na sloupu v rušné ulici je reklama na doplněk stravy a také žena, či dívka, s upřeným pohledem.
- F Na parkovišti u chodníku stojí bedna, vlastně přívěš, který je oblepen do růžova s nápisy: "Revoluce v hubnutí" (**hubnutí**) "Hotjóga, Flowin, břicho" "partyfit.cz" "Fitness pro ženy" "Solarium masáže". Zumba. Je šipka (**šipka**) a 500m. Siluety žen jak cvičí. (**řetězení**) Solarium a masáže jsou zde spojené s hubnutím, jejich přítomnost jinde je s ním pak také provázána. Šipka je příkaz k návštěvě fitness, k zabývání se svojí postavou. Příkazuje především ženám, podle nápisu se jedná o fitness pro ženy.
- Ve výloze kadeřnictví je obrázek ženy a na něm jsou přilepené nůžky, (**změna**) tedy sdělení, že je potřeba něco odstranit, aby byla dokonalá.
- F Reklama na dámské prádlo a v je napsaná ní otázka "Znáte svojí velikost?" a fotografie rozesmáté dívky. A na reklamě šipka. (**šipka**) (**velikost**) Příkaz ke zjištění svojí velikosti, k věnování pozornosti své velikosti a k porovnávání své velikosti. Šipka jako příkaz k dotazu na velikost.
- Naproti je taky prodejna prádla, spíše pyžama, neptá se na velikost, nesoudí.
- Reklama Hooters, štíhlá dívka nesoucí jídlo má založenou ruku v pase.
- Prošel reálný muž nesoucí talíř a cestou přes přechod řval něco na muže za sebou.

- Obchod který hlásá "šaty šité na míru" ...říká tím, že každý je jiný, že každý má jinou míru, že lidé nejsou standardizováni. (velikost) Tím, že každému šije na míru, smazává velikosti a tím i přítomnost nepřátelských táborů.
- Hned vedle řeznictví a ve výloze kromě jiných "cena za stehno" a za tím dopsaná cena. Kvůli předešlému obchodu to vyvolává pocit ceny za ušití oblečení na nestandardizovanou část lidského těla? Není to až příliš volná asociace?
- Okolo prošel pár středních let a muž říká..."hodně času na jídlo". (čas)
- U zastávky je prodejna E-sport oblečení. připomínka sportování.
- Přes ulici je Solarium Karlín, ve výloze je malovaný obraz opálené štíhlé dívky v krátkých letních šatech ,jak z ulice jakoby odchází do solária. (ostatní) Dívka jde do solária.
- Vedle solaria v domě je sauna a masáže. A hned vedle obchod, na kterém je napsáno: "Zdravičko, zdravičko, máte jen jedno." a slovo doplňky stravy.
- V okolí jsou lahůdky a občerstvení, potraviny a chovatelské potřeby.
- Při cestě tramvají výloha hlásá masáže a kryptolýza. (Spojení masáže a změny těla). (řetězení)
- V dalším obchodě je za výlohou nějaký přístroj, zřejmě posilovací a nápis "nový přístroj".
- F Obchod a ve výloze štíhlá žena v životní velikosti nese v náručí klasické kovové závaží velké velikosti. (měřidlo) Je toho nápis: Trápí vás kila navíc? (změna) Navíc oproti standardu? Závaží je prostředek k porovnání a následně vytvoření dvou táborů.
- Na domě nalepený plakát funkční prádlo pro cykling.
- Reklamy na pivo, které nesouvisí s tématem, ale odkazují na soutěžení mezi lidmi: Nejlepší obrana je útok, Před zápasem je potřeba soupeře okouknout. (přiznaná)
- Plakát Garnier rozkazuje "pečuj o sebe". (jednoznačný) k pečování o sebe.
- Nastoupili tři kluci ve černé sportovní šustákovce Nike. Je tam propojenost s předchozí trasou.
- Dívka DD.
- Na dveřích v metru nalepená reklama Pole dance a na ní štíhlá akrobatka. "Naučte (jednoznačný) se vnímat své tělo (tělo), buďte (jednoznačný) sexy a fit. (změna) (hodnocení) V textu ...posiluje a tvaruje celé tělo (tvar) (tělo)..pro ženy jakéhokoliv věku a postavy....(ostatní) odhodte (jednoznačný) zábrany a přijďte (jednoznačný) vyzkoušet...Znamená to, že teď tělo nevnímáme, je nám něčím cizím, máme od něj odstup Text zvýrazňuje postavu, říká, že nějaká postava je jiná a i ta je pozvaná...je to tedy soud o postavách jiných.Když tvaruje tělo, tak ho tvaruje k nějakému ideálu. Příkazy k tomu, jaký má člověk být. Forma vy.. Příkazování k tomu, že má být člověk sexy a fit. Má se změnit v tom, že odhodí zábrany (nějaký svůj pohled na svět). Změnit se na sexy a fit. Všechny věky s postavy, tedy pro každého.
- Na zastávce visí inzerát: "Jaký je váš metabolický věk?".testy..funkčního lymfatického systému...nosnosti kosti...Kostra může někoho neunést? Kvůli velké váze?
- Lavička je polepená nápisem kadeřnické služby se šipkou. (šipka) Příkaz k návštěvě kadeřnictví, k vylepšování svého vzhledu.
- Slečna v autobuse drží plastovou lahev s coca-colou s nápisem "K jídlu to pravé." Asi to vůbec nemá význam.
- Dívka DD.
- Při chůzi směrem ke koleji míjím pekařství, sdělení Pánské kadeřnictví a solarium.

8.

Taneční studio ul. Štěpánská - taneční studio ul. Lužická

Dne: 17.března

Trasa: Lucerna, ulice Štěpánská, tramvaj ze zastávky Štěpánská na Náměstí Jana Masaryka, odtud pěšky.
Prostředky: chůze, tram,

- Před vstupem do Lucerny čekají lidé na ples, dívky v korzetových šatech, s účesem a líčením. (tvar) Rozhovor mezi klukem a dívkou: "tak tam běž za nim (jednoznačný)""no,nepůjdu" "běž" (jednoznačný). V korzetových šatech se vtěsňuje do tvaru. Příkazy jsou, ale nesouvisí.
- Na plakátu Loreal se píše "Styling se stává skutečnou péčí". Někjaká úprava je péčí. Úprava do nějaké dané formy (standard). (stylizování)
- Na osvětlení na ulici je napsáno "Hopsej.cz, (jednoznačný) to si odskáčeš". Forma ty. Příkaz k fyzické aktivitě.
- F Pomalovaná spodní část lampy nese nápis Grandine,(hodnocení) spodní prádlo a plavky, Značkové modely pro plnoštíhlé, šipka (šipka) a 500m. (Velikost) Slovo Grandine hodnotí něco jako velké, je v tom obsažen soud , Šipka příkazuje. Plnoštíhlé i jako velikost.
- Naproti je profesionální nehtová kosmetika.

- F Hodiny na ulici mají nápis "Je čas navštívit Grandine" a šipka (šipka), móda pro plnoštíhlé. (velikost) (čas) (hodnocení). Šipka přikazuje, hodnocení i velikost ve slově plnoštíhlé. Označení, že je čas k něčemu.
- Naproti v Irské hospodě probíhá bujará oslava St.Patrika v kostýmech.
- Obchod se nazývá Těhotenská móda, pro změněný tvar postavy se vytvoří speciální obchod, když člověk nemá standardní velikost, tak chodí do speciálního obchodu. Je to i velikost jako plnoštíhlí. (velikost)
- Upoutávka na kadeřnictví se solariem, což z minulých tras vyplývá, že je to připomenutí péče o postavu.
- Reklama na thajské masáže je napsaná v angličtině.
- Vedle sebe stojí outlet store a bistro.
- Na hotelu Amaris vlaje reklama s dívkou na masáži, mají tam wellness centrum a masáže.
- Zelené vývěska upozorňuje na obchod se zdravou výživou.
- Z ulice se dá vejít do Salonu Monté...masáže i liftingové masáže. (změna) Lifting..změna původního tvaru kůže.
- Na domě je cedule Studio Oli. Liposukce. (změna) Je to vlastně (výhoda). Někdo změnil postavu rychle zákrokem.
- Salon Soňa má solarium a saunu, (řetězení)
- Reklama, co říká "Boubelka nebo modelka." Jasně souzení na dvě skupiny.
- Obchod s oblečením má v názvu S-XXL a elegance. Jen okrajové velikosti. (velikost)
- Relax masáže, z minula mají spojitost, ale tady přímo ne...
- Obchod s nápisem Lady XL-opět (velikost)
- Cestou tramvají mímám další masáže, obrázek žen v sauně.
- Zahlídnu nápis "Mlsnej kocour" asi restaurant. (hodnocení) Je v tom soud.
- Nápisy Vanille, prostě dobrá zmrzlina a Milka spojená se slovem úsměv.
- Opět je tu připomenutí péče v podobě nápisu manikúra, pedikúra, thajské masáže.
- Ve výloze mímám nápis "Diety se nebojím" a fotografie dívky, co jí jablko. (boj) (dieta) Řečeno dříve, dieta už nevyvolává strach, už s ní tam není střet.
- dívka DD
- F Na plakátu na boty Humanic je extrémně štíhlá a vysoká dívka, je vtěsnaná do obrazu, nakrčená, skoro se tam nevejde (pocit, že i jí přes její štíhlost je to místo malé).
- Při chůzi jdu okolo Obuv xxl, nadměrné, podměrné. Jedná se o obuv (velikost). Jiná možnost rozsouzení na dva tábory-nadměrné, podměrné.
- Na luxusní optice je nápis "Koukat budou všichni", (ostatní) (hodnocení?) nevyjadřuje se to k postavě, ale je to o pohledu jiných, o jejich souzení. O pohledu, kteří dělají ostatní. Zároveň je to slovní hříčka, protože je to optika.
- Do ulice svítí nápis Salon Korunka. Nic víc.
- V dále visí plakát na něm jsou asi lidé cvičící na strojích. (případně cvičící lidé)
- Vidím siluetu ženy a nápis bezbolestná lyposukce. Je to svým způsobem dvojí (výhoda). Liposukce odstraní naráz tuk bez snažení pacienta, ušetří mu čas. Tím, že je bezbolestná, tak ho to ani nebolí.
- Na ceduli Studio Athena sedí nebo leží žena na stole nebo stroji a cvičí nebo se podrobuje nějaké proceduře? (cvičící lidé) Ostatní se proceduře podrobují.
- Pod cedulí je nápis solarium. (řetezení). Nápis solarium jinde v mysli odkazuje na toto solarium spojené s procedurou pro tělo nebo cvičením.

9.

Václavské nám. (střední část) - Celetná - Národní knihovna

Dne: 18.3.

Trasa: Od tanečního centra na Václavském náměstí, přes Příkopy, ulicí Celetnou kolem FF přes Staroměstské náměstí a Mariánské náměstí k Národní knihovně.

Prostředek: pouze chůze

Poznámka: po opačné straně chodníku než minulá verze trasy.

- Přes chodník přešla skupinka dětí v dresech, nějaké fotbalové družstvo, (přiznaná) Odkazuje to na sportovní soutěžení.
- Na obchodním centru "Dobrý pocit z dobře padnoucí podprsenky, poradenství zdarma" Je to (pomocník) pro výběr té správné velikosti. (velikost?)
- Na plakátě je fotka těla štíhlé ženy bez hlavy, (hlava)

- Když se podívám do průchodu, je tam cedule Squas, Climbing, solarium, masáže...opět to připomíná sportování.
- Pohled DD na lidi vycházející z Mc Donaldu. **(kontrast)** Jídlo vedlo připomenutí sportování.
- Při dalším pohledu vidím reklamu na Hooters a na thajské masáže. Hned zatím je plakát Přidej se a běž a s obrázkem běžící ženy. ...**(jednoznačný) (ostatní)** Je to jasný příkaz, sdělení, že to dělá někdo jiný.
- Míjím už známý plakát s Jágrem.
- Jdu okolo cedule kde je M (jako McDonald) a 70m.
- Fialový plakát na čokoládu Milka, který říká "Troufni **(jednoznačný)** si na jemnost". Je to vlastně příkaz. Příkaz být jemný, ale je to reklama na čokoládu.
- Dívka DD.
- Příkopy jsou plné značkových obchodů, módy, ale nikde se přímo neříká nic o postavě..
- Jdu okolo mladé dívky a ta mě oslovila: Dobrý deň, ako se páčí a podala mi reklamní tašku. F Znamená to, že člověk není jenom pozorovatel, ale tím že nese tašku s názvem obchodu Desigual, tak svým způsobem se stal součástí svého okolí, také teď vlastně říká okolním lidem něco stejně jako reklamy na obchodech.
- Opět potkám fotku ženského štíhlého těla bez hlavy **(hlava)** a o kousek dál reklamu na thajské masáže, o dalších pár kroků dál Nail-art- industry.
- Další dívka DD a plakát s Jágrem a další dívka DD...Pořád a pořád opakuje, co už člověk viděl.
- Ve výloze nápis "Push-up, super změna" a malovaný obraz dívčího těla. **(změna)** Přímou se mluví o změně nějaká očekávaná forma, ona změna je super.
- A zase další připomenutí sportu na plakátu s Jágrem.
- F Dívka na plakátu oblečená ve sportovním, možná v dresu, s florbalkou v ruce a míčkem u nohy se asi snaží udeřit, ale dívá se jinam než na míček. **(přiznaná) (cvičící lidé)** Je další obrázek sportujícího člověka. Co to je? Objevuje se to často. Je zde vyobrazen prvek soutěže a sportu, ale zároveň je kladen důraz na vzhled.
- F Na lampě je pověšená cedule s reklamou na sushi-restauraci se slovy "neomezená konzumace". **(Kontrast)** Vlastně předpokládají, že se u nich člověk přejí, až nebude moc. Což je v rozporu se veškerým sportem okolo.
- V celém okolí je velká a viditelná nabídka dalších restaurací.
- Na divadle visí nápis "Prague ballet festival" a černá nereálná silueta hubené baletky. **(tvar)** Je to silueta, která má zcela nereálný tvar lidského těla.
- F Na autě je namalovaná skupina jedlíků a nápisem "A je to tady...", je to propagace restaurace. Vypadá to jak nějaký závod (soutěž) v jídle...
- Celé to dění na obraze ve smyslu závodu dokresluje bubnování jakýchsi žebráků-umělců vedle.
- Na cestě vidím reklamy na další jídlo, subway, café.
- Spojení postavy a jídla je v reklamě na hooters, štíhlá dívka nese jídlo a rukou zdůrazňuje pas.
- Opodál je fotografie dívčího štíhlého těla bez hlavy. **(hlava)**
- Z některých restaurací vychází ven hudba, jako kdyby se přesunovaly na ulici.
- Thajské masáže, kde muž v kostýmu nese nějakou asijskou loutku na zádech a hned za nimi je muzeum čokolády a hned potom následuje muzeum voskových figurín.
- Na Staroměstském náměstí je hodně restaurací s výraznými vývěskami, před sochou Jana Husa sedí lidé, dva mladíci se upřeně dívají, možná soudí.
- Na další cestě míjím pár okolo třiceti, elegantně oblečený a žena soudí:"ono to rizoto bylo to".
- Celá radnice je poseta sochami zobrazující lidské postavy, ale ne tak štíhlé jako na reklamách. **(tvar)** Zde je zobrazen jiný tvar postavy, než jinde, není tak častý.
- Při vstupu do Klementina míjím dvě dívky, moderně oblečené, které mají plné ruce papírových tašek. Zřejmě nakoupily oblečení.

-Nápis "food court, pochutnejte si" (**jednoznačný**), vybízí k jídlu, k užívání si jídla. Forma vy. Příkaz k užívání si jídla.

-Obchod Sportissimo a před ním je stánek s čokoládovými pralinkami. **Kontrast**. Jako kdyby si člověk měl prvně koupit čokoládu a pak jít do Sportissima.

-Na parfumerii visí logo Ona dnes.

-F Jdu okolo Fitness shopu s oblečením, v něm visí fotky kulturistů s extrémními svaly, slova **muscle, complex, performance**. U výlohy je fotka štíhlé dívky v plavkách a nápis **Burn Fats Faster**. (**jednoznačný**) (**Výhoda**) (**čas**) (**Tuk**) (**boj**) (**změna**) Příkaz ke zbavení se tuku rychleji. Opět ušetření času na základě slova faster oproti ostatním. Jako soutěž o to, kdo spálí co nejméně tuků a nejrychleji? Tuk se spaluje, ničí. Spálit tuky je podobná změna jako zhubnout.

-F Ve výloze s mobilními telefony je fotografie muže formálně oblečeného se sportovními botami, jak sedí na lavičce z posilovny a jednou rukou cvičí s činkou a nápisem (...nabídka služeb) "s Vámi zacvičí." Je to slovní hříčka, ale zároveň cvičí muž (**cvičící lidé**).

-Při dalším procházení vidím nápisy jako péče o pleť, kadeřnictví, výlohu kosmetické firmy Yves Rocher a všude po okolí je ze stánku cítit ovčí sýr.

-Celé obchodní centrum je pokryto motivy z časopisu Čtyřlístek a soutěží. Ale k tématu to přímo nepatří, sice prvek soutěže, ale o něčem jiném.

-Na obuvi Deichman je napsáno **xxl, xxs, nadměrné a malé**. (**velikost**) (**hodnocení**) Zde jsou tábory určeny, malé a nadměrné (jedno pojmenování táborů), **xxl** a **xxs** (extrémní skupinu proti sobě).

-F Na obchodu s kabelkami a taškami je fotografie dívek v plavkách, které ze sebe sundávají igelit. Dojem, jako by tam byly jenom proto, aby ukázaly štíhlou postavu.

-Rozhovor dvou prodavaček v obuvi: (ze zápisů potom)...mluvila jsem včera s tou blondýnkou z parfumerie, když tady včera byla, s tou jak má ty umělé řasy, víš ne..(Zazvonil telefon a druhá žena ho zvedla). Chtěla jsem tu mikinu od Takka, ale mojí velikost (**velikost**), oni jsou neschopný, já vím, kde co mám, oni lítají po prodejně jak blbý a podle kódu to nenajdou. (Položila telefon) Sháním tuhle mikinu v jiný barvě, on dělá vedle, stejně zavolat až za půl dne. No, co si říkala? Byla tady a je to v pohodě hoka, ale je strašně umělá, to je jak smetáky, kdybys jí šla lžičkou do obličejce, a ty vlasy, přepálené chemlon, taky umělý. Je fakt v pohodě, ale zblízka je to hrůza. Stovku bys jí dala. **Prej tam má problémy s vedoucí**. (**hodnocení**) Souzení druhých, ne konkrétně o postavě, ale o vzhledu celkově. Souzení třetí osoby, když se dva baví. Shání konkrétní velikost pro sebe, někam se zařadila, nazývá to moje velikost, ne podle konfekčních velikostí.

-V další výloze jsou různé povalující se míče, připomíná to sportování.

-Obrázek dvou žen, které si navzájem koukají do nakoupených tašek. (**hodnocení**) Posuzují. Mohou také posuzovat svoje nakoupené velikosti, ikdyž to je jen domněnka...

-Název obchodu zní **Modní oděvy od s do xxxl**. (**Velikost**) V tomto případě také dva tábory, ale jmenují se zase jinak-S nemá u sebe x a L má tři x. Je to ale rozpětí od někud někam a zobrazeny jsou pouze ty krajní.

-F Plakát na chodbičce k toaletám - dívka oblečená v Addidas posiluje u bedny. (**cvičící lidé**) Dívka cvičí. Nápis "40% sleva pro držitele karty", jako kdyby se předpokládalo, že o tu slevu bude mít divák zájem.

-Štíhlá modelka je vyfocena na plakátě značky Triumf.

-V samotném Tesco u věšáků s plavkami stojí babička s vnučkou. Babička se probírá věšákem a říká "Akorát M, S. **Velikost**. To je tak na Adrejku." A tyhle černé nechceš?" "Ne, dej to (**jednoznačný**) zpátky." a dívka odchází. Vlastně srovnávání dvou osob na základě velikostí, souzení o druhých. Skrz standardizované velikosti.) Hodnocení podle velikostí, ale nejsou přítomny dva tábory. Nebo je to obsaženo ve vyslovení malých velikostí S a M a další velikosti L a XL již jsou v druhém táboře, tedy tam, kde by hledala plavky ona dívka. Příkaz jako odmítnutí malých velikostí. Forma ty.

-Papírový stojan s fotbalovými míči a nápisem "Fotbalisti world camp". (**přiznaná**) Slova word camp svým způsobem odkazuje k úspěchu v soutěži, protože ne každý má možnost tam odjet, ať už na základě sportovních úspěchů nebo finančního zázemí. Ale o postavu se zde přímo nebojuje.

-Při východu z prvního patra na místě, kde lidé zastavují, aby nastoupili na jezdící schody jsou vystavené v prostoru přístroje na cvičení. (**změna**) Pomocí přístrojů dochází ke změně postavy.

-F V oddělení nápojů je **cola ligh** a **cola zero**. Důležitý počet cukru.

-Stále ještě v nápojích je **voda "prolinie"**. Podobné, ale vlastně není jasné co má a nemá tahle voda. Rovnou už připravené pro dietu, ale v čem?

-U pokladny dívka nakupuje kalhoty a knížku o domácím cvičení. Na knize je napsáno, že je to cvičení pro ty, co nemají čas někam chodit. (**výhoda**) (**čas**) Člověk nemá čas a tak cvičí doma, i ti mohou pomoci výhody cvičit.

-Prodejna Tchiba, což je vlastně kavárna, kde se konzumuje, má na stěně plakát s běžící usmívající se ženou a nápisem "Sport-dělám to pro sebe." (**kontrast**) Vlastně říká, že nesoutěží. Není tam

pomocník. (pomocník?) A vlastně se neohlíží na ostatní. Ale je tomu opravdu tak? Sama je (cvičící člověk) Další plakát v prodejně "pojd'te s námi ven" (jednoznačný) Na obrázku dvě děti, jedno drží helmu, druhé skateboard. Forma vy. Vzhledem k fotografii se jedná o příkaz ke sportu. (pomocník) Slovo s námi říká, že oni jsou ti hlavní, sám ven člověk nepůjde.

11.

Knihovna Opatov - Kubánské nám

Den: 3.4.2012

Trasa: Knihovna Opatov, odtud autobusem 213, pravá strana jízdy po směru, pěšky přesun na tramvaj, jízda jednu stanicí tramvají na Kubánské náměstí a odtud pěšky do ulice Omská

Prostředek: chůze, autobus,

-Při odchodu z knihovny vidím u budovy ceduli na Fitness Opatov a šipka. (šipka) Příkazuje navštívit posilovnu.

-Vidím nápis cukrárna, pekařství. (kontrast) Posilovna a jídlo kousek od sebe.

-Lékárna má u sebe šipku. (šipka) Příkaz jít do lékárny, Samotná lékárna o tělu nemluví, jediné snad nějak skrytě.

-Na zastávce je nápis Poznej sebe sama dle filozofie Indie.

-Z autobusu vidím nápis Aerobic, paprsek solarium, zumba, pilates.

-Na další zastávce je nápis zdraví a krásy a u toho je telefonní číslo. (verze šipky?) Také to ukazuje přesné a jedinečné číslo pro onu službu.

-DD

-Všimla jsem si reklamy na hospodu.

-DD

-Vedle mě v autobuse sedí paní a v časopise u rozhovoru s Michalem Davidem je napsáno: "Je důležité jít šanci naproti".

-Muž, kterého vidím nastupovat do autobusu, drží časopis o posilování nebo o počítačových hrách, a na titulní straně je taková umělá figura a nápis mass perfekt /perfektní hmota/. (hodnocení) Ohodnocení hmoty někoho, někoho, koho neznáme, nedefinovaný.

-DD

-Na paneláku je veliká plachta s nápisem "Zdaleka nejlepší úroveň nakupování" a pod tím nafocené jídlo.

-Na kruhovém objezdu je maxi billboard a ten hlásá "V pohodě do plavek" "www.dietavpohode.cz" a na billboardu je krabička s jídlem. (dieta) Dieta je v pohodě, není s ní spojeno nic špatného. Je internetová adresa přesný ukazatel?

-Na zastávce je lavička Ona dnes a je pomalovaná.

-Reklama na nějaký alkohol a fotografie pouze úst jak kousají něco, zřejmě víno nebo angrešt.

-Na budově visí veliký obrázek auta a u něj je nápis Atlet estét sedmá generace.

-V dále mezi stromy je plakát a na něm velkým písmem napsáno pouze "Líná?" a u toho fotografie asi vysavače a kočky. (hodnocení) Hodnocení vlastností zvířete. Ale je očekávanou vlastností kočky aktivita? Nebo je to slovní hříčka, že ztrácí chlupy....

-Všímám si reklamy Human body s fotografií těla svlečeného z kůže.

-Na parkovišti před samoobsluhou stojí dodávka, které má na sobě napsáno "Do života s chutí" "Delta pekárny".

-Lavička říká: "Motocykly, přijď" (jednoznačný) a vyhrať motorku. Forma ty. Příkaz k přijetí někam.

- "Recepty" je napsáno u střechy stánkové trafiky.

-Při cestě se mihne reklama na fitness, solarium, na ceduli je napsáno "for-one".

-Zahlédla jsem nápis Aqaupalace.

-Viděla jsme nápis "dokonalá nabídka", jedná se o počítače.

-Další plakát Body exhibition. (tělo) Opakuje je neustále, ukazuje tělo zevniř...

-Ve střední části autobusu starší paní čte noviny a v nich je vidět nápis článku "Restaurace mají zvláštní menu."

-DD

-Vzadu v autobuse probíhal hovor, na jeho konci nějaký mladý muž dal babičce s vnučetem nějakou krabičku. Asi s bonbóny, s cukrem. Říkal u toho, že je to z reklamy, nebo že on je do toho z reklamy, ať si jí klidně nechají, že jich má dost.

-Vodafone reklama, která se mění mezitím co k ní přijždíme, nějakí panačci na ní mají sportovní helmy.

-F Lavička "Game o hraní víme vše." (**přiznaná**) "Hraj (**jednoznačný**) fotbal, fotbal je vášně" a u toho obrázek dvou fotbalistů, jak jsou na trávníku vedle sebe, oba mají jiné dresy, jeden se usmívá, druhý něco volá. V malém kolečku na lavičce se píše "Zápasy komentují Jaromír Bosák a Petr Svěčený", oba jsou v černém a kolem krku mají fotbalové šály. Forma ty. Je to rozkaz k aktivitě, k hraní fotbalu. Fotbal je sport, kde se soutěží.

-F Na sportovní aréně je nápis "enjoy" (**jednoznačný**) a u toho silueta fotbalisty nebo běžce na červeném pozadí a hned vedle je na obrázku jakoby poházená zelenina. (**Kontras**), (**cvičící lidé**) Rozkaz k užívání s něčeho. Jídlo spojené se sportem. Silueta na pozadí běžil, dělá fyzickou aktivitu.

-O kousek dál je podobný obrázek a je jasné, že se jedná o reklamu na McDonald. Na obrázku jsou dvě siluety jak hrají proti sobě fotbal, každá má jinou barvu a vedle je fotografie hamburgeru, hranolek a cocacoly a nápis "Fresh". (**kontrast**) Fyzická aktivita spolu s těžkým jídlem.

-Po chodníku a v okolí se jezdí průběžně hodně cyklistů, ale nevypadá to na nějaké profesionály.

-F Lavička je polepená plakátek s nápisem "Interbeauty Prague" "Buďte (**jednoznačný**) nejen krásná, (**hodnocení**) ale i zdravá" "Veletrh kosmetiky a kadeřnictví." "Hlavní partner Ona dnes" Forma vy. Příkaz k tomu, aby byl člověk krásný a zdravý. K tomu jaký má člověk být. Hodnocení, že někdo má být krásný a zdravý a asi teď takový není. Na fotografii je výrazně naličená žena se zlatou maskou a silueta dlouhovlasé ženy. Dále nápis "Incheba Expo Praha" a schématicky nakreslení lidé v logu.

-Přes ulici vidím kadeřnictví, (**řetězením**) připomíná postavu.

-Jdu kolem pekařství a to říká skrz ceduli před obchodem "Nabízíme chlebičky, zákusky, párky, dorty."

-Ve výloze zahlédnu Hamé.

-Opět výstava Human body.

-Když brzdí tramvaj, tak na zastávce zahlédnu nápis "Giganti" (**velikost**) Název pojmenovává pouze tábor těch velkých.

-F Procházím okolo obchodu Legend sport, ve výloze jsou fotografie sportujících lidí (**cvičící lidé**). venku je teplo na obrázku jsou lyžaři, kteří jedou tak rychle, že od nich létá sníh. A mezi nimi je dívka v tílku jak běží. Další zobrazení lidí, které mímám, jsou lidé cvičící.

-Přes ulici zahlédnu solarium a cukrárnu.

-Modrá reklama na baráku, je na ní napsáno: "Jaká by to byla svatba bez cukru." Tady je přítomnost cukru zase zdůrazňována.

-F Velká kancelářská budova má mezi okny plachtu a na ní nápis "Fitness-solarium-zumba-aerobic" a u ní fotka ležícího zamilovaného páru. (**řetězení**) Fitness je tu spojeno se solariem, které se hodně vyskytuje.

-Mímám kosmetické studio

-Okolo po ulici projde asi desetiletý kluk ve sportovní šustřákovce a v ruce má nějakou elektronickou hru.

-Na hřišti před domem dívky hrají asi softbal. Mezi sebou: "V klidu." "Jsme dobrý." (**hodnocení**) Hodnocení týmu. Tak dělej (**jednoznačný**), bylo to v poli." "Nebylo". Na dalším hřišti za nimi kluci běhají, asi fotbal. (**přiznaná**) Forma ty. Rozkazování, aby člověk vykonal nějakou činnost rychleji. Soutěží se tam, ale nic o postavách.

12.

Nákupní centrum Eden-nákup šampónu

Den: 3.4.2012

Trasa: Nákupní centrum Eden, areál obchodu i samotného Tesca, nakupování šampónu

Prostředek: chůze

-U vstupu do obchodního centra stojí ve výloze stroje na cvičení. F V rohu výlohy je plakát "Reebok Easytone-Dokonalejší (**hodnocení**) (**změna**) křivky s každým pohybem Reetone Dokonalejší křivky s každým pohybem, Lucie Vondráčková pro Reebok", na plakátě je herečka ve sportovním, v dlouhých legínách a tílku a usmívá se na sebe do zrcadla. Ohodnocení, že existují dokonalejší křivky, ke kterým je nabízena změna.

-Hned při vstupu vidím nápis Food court,pochutnejte si. (**jednoznačný**) (**kontrast**) Příkaz k jídlu, ale předtím se mluvilo o křivkách těla.

-Vstupuji do prodejny Yves Rocher. Prodavačka se ptá, s čím může pomoci. Ptám se po šampónech. Zavede mě k regálu a ukazuje šampóny. Na regálu jsou šampóny pro objem. Vedle je nějaký produkt na zeštíhlení, (změna) na krabici je vyfocen pas v plavkách, hlava není vidět. (hlava) Je zde i další produkt, na kterém je napsáno "detoxikace, zeštíhlení." Zeštíhlení je změna postavy, být ještě štíhlejší. Je tu jen kus těla, ne celý člověk.

-V parfumerii jsem žádné šampóny neobjevila. Na regálu jsem viděla přípravek s nápisem antiage. (boj) Na dotaz mi prodavačka odpověděla, že šampóny nevedou. Přípravek je proti věku, stárnutí.

-Za výlohou vidím plakát Jágřteam. (přiznaná) Team odkazuje na soutěž, ale není to o postavě.

-Nehtové studio nabízí prodloužení řas, barvení obočí, epilace obočí. (změna) Nabízené změny na těle.

-F Obchod, který je plný fotografií extrémně vypracovaných těl má ve na výloze nalepenou ruku, fotku část svalnaté hrudi s hlavou, která pokračuje rukou, která svírá činku (cvičící lidé). Ruka cvičí s činkami.

-V další parfumerii jsem šampóny také nenašla. U reklamy na řasenku se píše mega objem, na dalším regále vidím přípravek s názvem cellular, další nese název tinted body. (tělo) Mluví se o barvě těla.

-F Obchod značky Triumf. Na obou dvou stranách jsou žaluzie a na nich je napsáno: "Perfektní vzhled (hodnocení) ze všech stran. Shapes sensation. Zaměřte (jednoznačný) se na své křivky." Uvnitř obchodu je fotografie nahé dívky zezadu, která je tvarovaná podle tvaru jejího těla. F Forma vy. Rozkaz k pohledu a zabývání se svými křivkami. Hodnocení vzhledu, asi té dívky na fotografii.

-Na plakátě na mobilního operátora je napsáno "Zacvič s vámi".

- "Nejrychlejší kopačka dostala jméno." říká plakát v dalším obchodě. Adidas F. Tři boty jsou ve výloze vystavená jako v galerii na panelu, za nimi je fotbalista jak někam běží. (cvičící lidé) Další lidé při fyzické aktivitě.

-F Obchod, který růžově svítí Módní oděvy od S do XXXL (velikost). Tady jsou tábory následovně: S, které u sebe nemá x a dokonce třikrát písmene x zdůrazněna velká velikost.

-F V drogerie kousek od vstupu vidím krabičku, menší krabičku a tubu s nápisem Celilitide gel-creme a na něm vyobrazeno pozadí dívky v plavkách.

-Po lavičce leze asi dvouletý chlapec, v ruce má barevnou knížku a na mikině má na zádech velký nápis Athletic, žena, asi maminka, na něj zavolá a on slézá a běží za ní.

-Při cestě na toaletu vidím plakát Aidas, kde dívka cvičí u bedny (cvičící lidé), sleva 40% a nápis Adidasbene

-Okolo projde dáma asi 60 let oblečená v kostýmku, minisukni, s pečlivě upravenými vlasy. V minisukni a na podpatkových lodičkách jsou vidět její extrémě vychrtlé nohy.

-Dívka nese obrovskou tašku Sportissimo a má problém ji unést.

-Potkávám kamarádku na infostánku Českého Švýcarska, povídáme si o cestování, neříkám jí o důvodu mé návštěvy v nákupním centru. Po chvíli projde okolo nás opět vychrtlá dáma a kamarádka přeruší hovor a říká: "Podívej (jednoznačný), to musí být anorektička (hodnocení), ty nohy, tyjo, to jak z Afriky." "Hm". Forma ty. Opět se jedná o stočení pohledu. Na základě těla hodnocení o nemoci.

- F V drogerii v Tescu vidím police s vitamíny, na jednom je napsáno Energy release, vitamín B complex a po nápisem dvě siluety lidí, ženy a za ním v pozadí asi muže, jak cvičí, jsou pomalovány kroužky, které by mohly na něco ukazovat, něco symbolizovat. (cvičící lidé) Cvičí obrázky, ne lidé na fotografiích.

- FF (rozmazané) V Tescu při hledání šampónu mímám regál se zpevňujícími (změna) tělovými (tělo) mléky proti celulitidě. (boj) Jsou na nich siluety ženských těl a fotografie ženských těl v plavkách, vždy se okolo těla obtáčí jakási stuha, závoj. Přípravky názvem určené pro tělo, dělají s ním změnu. Proti celulitidě probíhá boj.

-Na šampónu je napsáno repair

-U vstupu na jezdící schody mímám posilovací stroje.

-Při sjíždění dolů po schodech vidím ze shora, že na paletách mléka pode mnou je napsáno polotučné, hned vedle jsou čokoládoví zajíčci. (tuk) (kontrast) Informace, kolik je tuku. Od cvičících strojů se přejede ke sladkostem.

-Dole na jezdících schodech je nápis "jídlo na skok." (čas) Málo času na jídlo, potřeba rychle koupit jídlo a asi ho i rychle sníst

-V oddělení vod je voda Aquilinea a Aquagym.

-V pečivu visí cedule F : Křupněte si pro zdraví. Víceznrné pečivo obsahuje vlákninu důležitou pro zdravý život." a pod tím zabalené muffiny.

-Paní za mnou na při čekání na pokladnu má tvaroh, kde je napsáno max.obsah tuku 0,5 %. (tuk)

- Kadeřnictví Klier má ve znaku hřeben a nůžky a nápis "Je snadné vypadat skvěle." (**hodnocení**) "Vaše vlasy, vaše vášeň."
- Na dalším plakátě je dárek Loreal, řasenka, nápis hairstyle.
- Při cestě k východu míjím výlohu Yves Rocher zezadu, FF: "10 denní zeštíhlující program, detoxikace, zeštíhlení." a vyfotografované dvě tuby, na jedné je naznačený centimetr. (**čas**) (**měřidlo**) Člověk bude štíhlejší za 10 dnů. Pomocí centimetru si změří tělo. Zaváděcí nabídka 199Kč. Spojení účinných látek citrus a koriandr. Na další fotografii je štíhlá žena z boku v krat'asech, lodičky na vysokém podpatku, horní díl plavek bez ramínek a jako kdyby někoho vyhlížela. Nápis 10 denní detoxikační program, DETOXIKACE, ZEŠTÍHLENÍ, (**změna**) 88% procent žen (**ostatní**) konstatovalo zeštíhlující účinek. Zeštíhlením se člověk změní. Nějaké ženy už vyzkoušely, jinak by nemohly konstatovat účinek. Novinka a opět vyobrazeny čárky jako na centimetru. Zobrazení citronu trochu připomíná hodiny. (**měřidlo**) (**čas**) Připomenutí času. Na dalším panelu je Sněhurka a ptá se zrcadla.
- Nápis na Sportissimu hlásá "Život v pohybu."

13.

Jazyková škola Akcent - hlavní budova FF

Dne: 4.4.2012

Trasy: Z jazykové školy na stanici metra Budějovická, metrem C na Muzeum a tam přestup na metro A, výstup na Staroměstské a chůze k budově FF

- Na jazykové škole je cedule Akcent café a šipka. (**šipka**) Příkaz jít do kavárny.
- F Na parkovišti stojí auto "www.celebrity baby". Je to propagace hlídání dětí. Dělení na celebrity a necelebrity.
- Na plotě se píše "navštivte naši internetovou kavárnu, dorty".
- Vedle projel cyklista a holka na in-line bruslích.
- Slovo Dance je několikrát nasprejované na chodníku. Kousek od toho leží obal od tatranky.
- V protějším domě je kadeřnictví s telefonním číslem, je to dámské i pánské kadeřnictví.
- Ceduli na Lidl má v sobě zahnutou šipku (**šipka**) a 400m. Příkaz jít nakoupit potraviny.
- Betonová zídka u školy je popsána: "Kuřáku smrdíš!, Strach, že by se tam mohlo přiště psát něco o vzhledu.
- F Velikánský bilbord říká: "Casting Elite model look 2012, N1 model search", je tam datum i vlasová kosmetika Schwarzkopt, černobílá fotografie obličeje dívky bez výrazu s rozpuštěnými vlasy. Je to o modelkách a castingu, ale přímo o postavě nebo soutěži mezi nimi se nemluví.
- Nehtové studio má na fotce ruce. Manikúra, pedikúra, poradenství.
- Na křižovatce se všude prodává jídlo, hlavně pizza. Na obrázku je kousek vedle nákupní košík s jídlem.
- Všímám si nápisu Giganti, je to asi na nějaký pravěk podle obrázku.
- Procházím okolo zcela prosklené restaurace, pár lidí ve věku asi 40let jí těsně u skla.
- Herna sportgames.
- Stánek nabízí kuřecí řízky.
- Lékárna Body pharm (**tělo**), je u ní šipka (**šipka**), a slova health a beauty. Příkaz navštívit lékárnu pro tělo, která jeho zajistí zdraví a krásu
- Bilbord "Lady XL fashion", "móda pro plnoštíhlou ženu" zobrazuje obličej ženy, ne postavu, má hodně kudrnaté vlasy a sluneční brýle, je na něm uvedena adresa i internetová www.ladyxl.cz. Je to spojení velikosti xl a slova plnoštíhlá. Kdo má velikost xl není štíhlý. Opět se vymezuje, soudí, pouze ten druhý tábor, druhá smečka dle Canettiho. (**velikost**) (**hodnocení**)
- Vedle je bilbord na nehtové studio a něj šipka. (**šipka**) Příkaz pečovat o nehty.
- Lékárna Body Basic má ve výloze uvedeno, že je nově otevřená a celou výlohu má polepenou čísly jako počty slev v barevných kroužcích. Vedle Body Pharm, (**tělo**) vchod je vedle lékárny, směřuje to tedy k léčení.
- Procházím okolo drogerie Rosmann, ta nic explicitně neříká. Pak míjím kadeřnictví "dříve tu byla barva, dnes je tu inoa."
- Z dálky to vypadá jako lékárna, je uvnitř hodně krabiček, nápis je "Urtica, královna zeleného zdraví."
- U metra je nápis Trika všech barev s vaší fotkou. Být jako idol na tričku.
- V metru dívka nese chleba v pytlíku a pak si sedne a vyndá sýrový rohlík a jí ho. Oblečená je v saku, stažené vlasy, brýle.

- Z metra vidím nápis "Hunger game", (přiznaná) "Adidas original", další "Hunger game", stihla jsem si to prohlédnout, dívka na něm napíná luk, "Najděte (jednoznačný) rozdíl a vyhrajte." (přiznaná), slovo "refresing", "really smooth legs." Forma vy. Vlastně je to rozkaz k soutěžení, k hledání rozdílů a výhře, přítomnost her, ale moc to k tématu neváže.
- Dva cizinci v metru nesou v ruce láhev s vodou, dítě jí rohlík.
- Naproti na sedačce žena listuje časopisem, na zadní straně je muž v letech a je tam napsáno "Handy cure" a jakési fotky jednotlivých částí těla, která jsou červená. Pak žena sáhla do kabelky a vzala si bonbon Halls.
- V novinách, které někdo čte o sedačku dál, se píše: "Vězni se musí učit hrát šachy." (přiznaná) Nažřené soutěžení.
- Obrázky míjející se na jezdících schodech v metru "Human Body, Polreich a podnikání, Human body, Umění nakupovat a ženy v šatech."
- F Mladý pár (Rolins a Rytmus) oblečení ve sportovním, Adidasu, "All originals, nastaluj se (jednoznačný) s adidas original." Okolo prošel muž s taškou Adidas. (stylizování) Forma ty. Příklad se tu ke změně vzhledu, ke stylizaci sebe sama.
- Plakát 800rolí čeká a líčí se žena. Vždyť ona se vlastně stylizuje... (stylizování)
- V metru žena pije fantu, muž nese krabici "Rollerbalade", asi kolečkové brusle. Další žena nese igelitový pytlík a v něm je vidět několik balíčků, jeden má nápis "čočko.."
- V novinách sedící naproti je titulek: "čeští hokejisté...Zamarovský...angína.
- Hodně starý pán má špinavý batoh Adidas.
- V při cestě na schodech "gastro Polreich podnikat" "Mířit vysoko se vyplatí", "human body", "Food časopis."

14.

Jazyková škola Oxford Tefl - Lužiny

Dne 4.4.2012

Trasa: Z jazykové školy Oxford Tefl pěšky na stanici metra Národní třída, odtud metrem do stanice Lužiny, přes pasáž až do ulice Brdičkova
 Prostředky: pěšky, jízda metrem, pěšky

- F Na schodišti stojí tři panely, na jednom je vyobrazená dívka, která si rukou s květinou a vlasy zakrývá obličej. "Dříve tu byla barva, nyní je tu Inoa" "Loreal Professionnel". Salon La Fayette, je tam kadeřnictví a kosmetika
- Na ceduli je napsáno Salon La Fayette, (šipka) a nápis 1.patro. Příklad k návštěvě salónu.
- F Na dveřích u východu je nalepená fotografie dívky a u toho dotaz Toužíte po absolutní blond?. Zeptejte (jednoznačný) se svého kadeřníka zde v salónu. Blondmánie by Majirel. Forma vy. Příkladování k dotazování.
- Míjím hodně barevnou ceduli na nehtové studio, Nails American style. (stylizování) Nastylizování se do Amerického stylu.
- F Cedule říká Fitness, solarium, masáže, infra sauna a u fitness je šipka (šipka), vedle je šipka (šipka) do salonu La Fayette. Dva příkazy k zabývání se tělem, ve fitness a v salonu.
- Vedle je fastfood, kde je z ulice vidět příprava jídla a za tím KFC. (kontrast) Hned za šipkou do fitness je vidět příprava jídla.
- F Do ulice z obchodního domu My svítí tabule, na které se bílým písmem na černém pozadí píše: "Mrkněte (jednoznačný), jak fantasticky (hodnocení) vypadá v jednašedesáti manželka seriálového Kutila Tima." Forma vy. Je to zase rozkaz ke stočení pohledu někam. Sdělení, že někdo vypadá fantasticky.
- Namalovaná figurka běží na plakátu připevněném na lampě, dále se na ceduli říká "Hervis 1/2 Maraton Praha" "Závod je součástí nového běžeckého seriálu Run czech.com (cvičící lidé) Tentokrát běží figurka.
- Další Run plakát a šipka (šipka) do KFC. (kontrast) Potkání se příkazu k návštěvě fastfoodu a běhu marathonu.
- Z chodníku odjíždí auto s nápisem potraviny.
- Na domě vedle je napsáno 3D Salon centrum krásy.
- Kousek dál studio zdravého obouvání.
- Po nástupu na eskalátory míjím "Human body exhibition" (tělo) s obrázkem těla bez kůže, plakát "smooth legs" s obrázkem holítky a nohy, nápis "Dobrá manželka, je to sexy, (hodnocení) je to

drama", "Human body", "Mířit vysoko", "Human body", "Dobrá manželka". Hodnocení, že nějaká žena je sexy.

-F V metru je fotografie běžící dívky v kraťasech a tílku (cvičící lidé), s růžovými botaskami. "Každý trénink se počítá" (přiznaná) "Make it count" "Přidej (jednoznačný) se k Nike+run club" (ostatní) a informace, kde jsou srazy. Forma ty. Prikazuje k přidání se k fyzické aktivitě, kterou už dělají ostatní. Dívka už běží. Tréninky jsou přípravou na soutěž.

-F Další fotografie v metru, muž běží po trávníku, jako kdyby padal, v rohu je fotbalový míč, (cvičící lidé). "Výbušná rychlost", "kopacky.cz" "sportisimo.cz" "dostupné v prodejnách Sportisimo". Muž hraje fotbal, provádí fyzickou aktivitu.

-F Všimám si plakátu na Národní Divadlo, je na něm sedící žena před zrcadlem a líčí se, na stolečku má líčidla a u zrcadla světla. "Očekávání. 800 rolí čeká na ztvárnění". (stylizování) Bude se mnohokrát stylizovat.

-V metru svojí dva muži v oblecích, vypadají hodně sebevědomě, jeden toho druhého o něčem neustále přesvědčuje, "Zeptej se (jednoznačný) nadřizených, já bych to udělal." Forma ty. Rozkaz k dotazování.

-Na další stanici je plakát Vichy a na něm fotografie dívky.

-V metru nějaký muž, vypadá spíš jako pracovník na stavbě, má čepici Adidas.

- Plakát a na něm je jakási zvláštní bojující figura. "Ne zkrácení, 90 dní ležení. Budwaiser." Figurka bojuje, ale nesouvisí to s tématem. (boj)

-Při cestě metrem zahlídnou na dalším nástupišti "Hledáme nové perspektivy." "All original".

-Na nástupišti při čekání na metro, které pojedou dál než na Smíchovské nádraží, nahore na schodišti vidím pár s malým dítětem, které sotva chodí. Všichni mají cyklistickou helmu, dítě nemá kolo.

-Muž má noviny a v nich se píše "Doma Dnes XXI." (velikost). Znovu zdůraznění jen něčeho velkého.

-V řadě se mnou sedí dvě slečny co drží papírový kelímek s pitím, ta dál ode mě má kelímek KFC a je na něm napsáno Free a druhá slečna Starbuck a po boku na něm vidím jakousi tabulku, kde se dá křížkem zaškrtnout a je tam například napsáno milk. Asi obsah nebo nějaké měnitelné vlastnosti nápoje.

-Nad kolejištěm protější trasy visí plakát "Sněhurka, v kinech od 5.4.2012", dvě ženy, jedna má na hlavě korunku.

-Muž nese igelitku Albert quality a v něm prosvítá jogurt Holandia.

-Další muž má přes rameno sportovní raketu a prohlíží si kupony do Mc Donald, pak je uklízí do peněženky. (kontrast) Má sportovní náčiní, ale kupony na jídlo.

-Jdu okolo trafiky a v ní visí plakát "Vychutnejte si (jednoznačný) spojení chutě kuřete s colou." a fotografie jídla. Forma vy. Je to příkaz k jídlu a k užívání si jídla

-F Nad vstupem do pasáže je na každé straně nápis "Solarium, posilovna, (změna) fit studio" a šipka (šipka). Všechny posilovny provádí změnu posílením. Šipka do posilovny. Žádný obrázek. Nalevo je pod tímto nápisem fastfood "papej" (jednoznačný)(kontrast), v něm akce 2+1 zdarma. O kousek dál je informace, že v posilovně jsou biotrubice. Znovu příkaz k jídlu, člověk má papat. Forma ty. Příkaz k jídlu spolu se šipkou do posilovny.

-F Lékárna má slevový plakát v rámečku, je tam Vlákna a u ní se píše: Napomáhá snižovat (změna) tělesnou hmotnost, (tělo) V běžné stravě jí je nedostatek...Chrom pomáhá regulovat hladinu cukru v krvi, (změna) Potlačuje chuť na sladkosti a tím napomáhá snižovat tělesnou hmotnost např. při redukčních dietách." (dieta) "Doplňek stravy." a je o 23% v akci. Změna ve snížení hladin. Tělu se snižuje hmotnost.

-F "Vyplnění hlubokých vrásek zevnitř, bez injekcí." a černobílá fotografie ženy a krému. Na plakátě je také nápis "anti-age". (boj) Přípravek bojující proti vráskám.

-Jdu okolo potravin Billa.

-F Černobílý papír s nápisem: "Neradi večeříte sami? Srdečně Vás zveme do nově otevřeného Klubu správného stravování na Lukách. Přijďte (jednoznačný) k nám na zdravou inteligentní výživnou večeři ve společnosti příjemných lidí. (ostatní) Naučíme (pomocník) Vás jak: se bezpečně stravovat pro vylepšení a udržení zdraví, dobře se cítit a vypadat, mít energii a chuť do života. Forma vy. Rozkaz k přijetí a přidání se k ostatním při jídlu a zároveň rozkaz k naučení se určitého způsobu stravování. Ostatní už v klunu jsou. Oni vás naučí, budou vás vést.

První návštěva- Zdarma, otevírací doba 18,00-20.00hod. Objednávky na tel.606 939 752, těšíme se.. (ostatní) Ostatní, jiní lidé se těší. (utržené)", hodně lístečků pod tím utržených, na zbylých dvou je napsáno "Výživná večeře v Klubu stravování 606 939 752."

-Procházím okolo plakátu "Meditace, vnitřní světlo života".

-Po vyjití schodů potkávám "Kadeřnictví dámské a pánské, tel. i bez objednání.", a posilovnu, která měla ceduli u vchodu do pasáže. F Na ní nalepen papír: "Posilovna v obchodním středisku Uni-market je opět otevřena a otevírací hodiny."

-Jdu okolo cyklo obchodu, je přeplněný koly. Ve výloze "Turisti, cyklisti, běžci GPS Kudy šel", pak je tam plakát s fotkou dítěte a nápis: "Nábor rugby", a Plakát, kde jede cyklista (**cvičící lidé**) a nápis "zimní příprava ve Reebok Fitness".

-Malé dítě s cyklistickou helmou běží po chodníku, za ním jde muž, asi otec, a nese něco jako kolo, ale nemá to jedno kolo a je to delší, volá na něj. "Tak pojď (**jednoznačný**) na kolo." Dítě běží dál..."Hm, nepůjdeš." Forma ty. Rozkaz k tomu, aby dítě šlo a nasedlo na kolo, rozkaz k fyzické aktivitě -F KROTITELÉ TUKŮ (**boj**), 13 týdenní vzdělávací kurz o snižování (**změna**) váhy a výživě (1hod/1 týden) (**čas**) Dovedeme Vás do výsledku!!! (**pomocník**) (**tuk**). Objednejte se (**jednoznačný**) na bezplatnou ukázkovou hodinu ještě dnes (**čas**) na tel. (utržené) omezená (utržené)" je tam logo Weight lost challenge a obrázek hodin nebo váhy. (**měřidlo**) Forma vy. Rozkaz k objednání se na hodinu, kde se bude člověk učit snižovat váhu Objednat se ještě dnes znamená je podobné jako hned teď. Udělat něco bez dlouhého rozmyšlení. Krotit je násilí, bojování. Snižováním váhy se mění tělo. Informace jak často bude setkání probíhat. Váhá nebo čas bude přesně odměřovat.

-Hodně silná žena jde po ulici a nese tašku z Kauflandu a vedle ní štíhlá slečna jí nějaké pečivo.

15.

Koleje Chodov - brigáda Pobřežní

Dne: 5.dubna 2012

Trasa: Z koleje Otava pěšky na autobus, autobusem na Chodov, odtud metrem na stanici Florenc a odtud jednu zastávku tramvají do stanice Karlínské náměstí a pěšky do ulice Pobřežní

Prostředek: chůze, autobus, metro, tramvaj

Poznámka: Pršelo a v druhé půlce bylo lepší spíš fotit, než za mokra psát dlouhé zápisky.

-Na podlaze je přilepená nálepka Studentská pečeť.

-"Španělsko na kole" u toho nakreslené kolo, tenhle papír visí na nástěnce u vchodu. (**kontrast**)

Fyzická aktivita spolu se sladkostí.

-Na jednom balkónu "Ask you, Ask you wanna do". Neříká to nic nebo ano?

-Míjím Solární studio.

-Na lampách po cestě plakáty suit up párty, některé jsou potřhané, na nich je muž co dopíná oblek a žena v šatech.

-Student si nese krabici piv a chipsy.

-Nad silnicí velký plakát s nápisem "Platit za polibek?"

-F Na zastávce visí trochu potřhaný plakát, "Tělo musíme překvapit" (**tělo**), poslední slovo je vzhůru nohama, na plakátě je vyobrazena běžící dívka lesem (**cvičící lidé**), přes větve není skoro vidět, "2.ročník běžecký kros." "velká cena". (**přiznaná**) My bojujeme se tělem, když ho musíme překvapit? Tělo tedy je něco, co je nutné překvapit, někdo, proti komu bojujeme, takže je pro nás výhodný moment překvapení. Bude se jednat o soutěž, protože je velká cena. Dívka vykonává fyzickou aktivitu, běží lesem.

-Autobus projíždí okolo billboardu "studentská regata" s fotografií mladých lidí.

-Při jízdě se za oknem míhá Fitness, solarium, florball, indoor golf, human body exhibition.

A když se otočím tak velké kolečkové brusle s nápisem "Hervis", Spartánské srdce, Fitness solarium BBC Praha a fialová cedule Hervis. Slovo Game. Cyklistické kolo Hervis -30%. Je to takový slet všeho.

-Na chodníku je kvádr a ten je pokryt plachtou, na které je modelka-herečka v pruhovaném triku, nahoře v kroužku je napsáno "get the look." (**jednoznačný**)

-Všímám si cedule "nehtové studio".

-Všude okolo je pizza.

-F Na stěně je plakát "Těhotenská a dětská móda" a na něm žena ve spodním prádle s bříškem a šipky. (**velikost**) (**šipka**) Jiné dva tábory, také na základě tvaru postavy - těhotné a netěhotné. Vymezená je skupina těch s velkou postavou. Další dělení na děti a dospělé, také je rozdíl na základě velikosti těla.

-Procházím okolo plakátu, kde je nafocená kopačka v pohybu a říká se tam "výbušná rychlost".

-Další plakát Human Body.

-Ve vývěsce městské části se píše Semifinále fotbalu.

-Muž táhne po nástupišti velkou sportovní tašku.

-Při vstupu do metra je na dveřích nalepený plakát Pole dance, je potřhaný, jen název je vidět a náznak akrobatky.

-Když metro opouští stanici, tak se míhají Human body, smooth legs, cyklista.

-Žena sedící vedle drží deštník, nápis na něm "pour plasire" pod těžko čitelným nápisem.

- Na nástupišti vidím nápis "hunger games" a u toho dívka, jak napíná luk.
- Z okénka vidím obrázek hrnečku s polévkou a na další zastávce sportgames hernu.
- Druhý člověk, který si v metro luští sudoku, tenhle má i speciální destičku na psaní.
- Svítilící cedule Burger King říká "Královská nabídka".
- Obrázek ženy u zrcadla, role čekají na ztvárnění vidím z metra
- Při jízdě metrem "ne nahrazování surovin" je napsáno na plakátě asi k pivu.
- Na dveřích v metru je nalepeno "Salsa for fun-přijďte si (jednoznačný) nabít pozitivní energii. Forma vy. Prikazuje se kolemjdoucímu, že má někam přijít, tančit tam a nabýt se tam pozitivní energií. Je to příkaz k fyzické aktivitě.
- F Vystoupila jsem z metra a tam vedle sebe stojí dva plakáty cyklistů, jeden říká "Jsem na hlavu" a "Giant je cyklistika".
- Zase další Sportgames.
- Prší a lidé se schovávají u domů, když čekají na tramvaj, ve vchodu do Billy stojí papírová postava a ta se ptá: "Víš jak dlouhý je můj jazyk?" (velikost) Je to pobízení ke zjištění velikosti.
- Okolo je pizza, paniny, saláty.
- K obchodu přichází mladík se psem, vypadá trochu jako bezdomovec nebo žijící hodně alternativně a říká: "Bacha lidi, vedu krvelačnou Bestii!" a přivazuje psa k ráám asi pro kola a odchází.
- Na zastávce visí nápis Giganti.
- Prodejna Billa má na sobě napsáno "chutné, čerstvé, kvalitní." Před tím stojí auto zelenina od Moniky.
- Z okénka tramvaje zahlédnu nehtové studio, potom ceduli visící z domu směrem do ulice "Dream body" (tělo) a u toho jsou fotografie na detaily těla v plavkách bez hlavy. (hlava) O kousek dál se mihne nápis solarium. Tělo je jako ve snu a nemá ale tvář, nemá hlavu.
- Vystoupím u plakátu "Vrásky z lásky", zřejmě na film.
- Naproti v oblečení visí cedule těhotenské kalhoty. (velikost) Opět pojmenován jen ten tábor, který má velkou velikost.
- F Na sloupu Smina, studio krásy a zelená šipka (šipka) s adresou. Prikazuje se k návštěvě studia krásy.
- Vedle cedule "!!!nestiháme!!!" "!!!spěchá!!!".
- F Naproti je výloha obchodu s figurínou a nápisem "Šití na míru."
- F Čtyři postavy štíhlých žen a pátá reálná žena stojí před nimi. Co se o tom dá říci.
- F Kadeřnictví a na dveřích fotografie smutně se dívající dívky, která má na hlavě přilepené nůžky. (změna) Potřebuje tedy být ostříhána, změněna.
- F Na parkovišti přívěs. Je na něm namalováno Hot-jóga, Flowin, Zumba děti-koutek. Znamená to, že děti chodí na zumbu v koutku? Už i děti mají být nějaké?
- F Na vysoké lampě visí nápis "Doplňek stravy" a je u toho obličej dívky s upřeným zkoumavým pohledem.

16.

Hlavní budova FF - sídliště Letňany

Den: 6.dubna 2012

Trasa: Z hlavní budovy FF na stanici tramvaje Staroměstská, odtud na tramvaj na Strossmayerovo náměstí, přestup, tramvaj na Vltavskou a odtud metrem C do stanice Letňany, odtud autobusem do stanice Tupolevova a pěšky do ulice Bludovická

Prostředek: chůze, tramvaj, metro, autobus

- Ze zastávky vidím Taneční konzervatoř, nápis Giganti, levné potraviny, projelo auto s fotkou sýra a 31%, na protější tramvaji je výstava Human body i s rentgenovou lebkou. (tělo) Tělo, ale o postavě přímo nic neříká.
- Uměleckoprůmyslové muzeum má výstavu Fashion house a u toho fotku ženy v šatech z první republiky.
- Ve výloze visí fotka dívky, slovo you a new collection.
- Dítě v tramvaji asi babička říká dítěti: "Něco s kamerou, natáčí tam."
- Z okénka mímám několik plakátů na Sensation, je na nich dívka, která je hodně nalíčená, až pomalovaná.
- Na domech je reklama na zdravotní matrace a "pro život jaký (sic) je", Budvar.

- Dva muži jdou a nesou v ruce plechovku, žena jde s nimi a nic si nenese.
- Vidím cukrovinky Nebeský a na tabuli je asi křídou hustě napsáno, že jsou kvalitní a z Belgie a výčet, co všechno mají.
- Přede mnou je velká obchod Fashion look a ve výloze jsou nohy od štíhlé figuríny nohou v punčocháčích.
- F "Módní textil, opravy a úpravy oděvů do 48h. čistírna, s-xxxl. **(velikost)** V tomto případě jsou proti stojící tabory s a xxxl.
- Vedle je asia fast food.
- Projela tramvaj a na ní je napsáno "Můj nový život" **(změna)** a fotka muže, bude to zřejmě sbírka pro onkologicky nemocné. Nový život odkazuje na změnu, život nepokračuje v dosavadním dění, ale člověk se stane někým jiným. Na dalším vagónu je plakát Antigue a fotografie sošky, které by na dnešní poměry neměla dokonalou postavu a měla by moc oblé tvary.
- V dále je těhotenská móda.
- KFC na výloze píše "Něco lehčího, něco grilovaného." Co znamená lehčího?
- V řadě domů jsou pekařství nebo cukrárna, sportovní potřeby a pak lékárna. Ta v oknech má plakáty na přípravky proti akné, Prostenol. F V druhém okně je nápis "Jste unavení a vyčerpaní" a obrázek ženy, jak stojí u obrovského nákupního košíku, ve kterém je i zelenina, a muže jak drží obrovskou tenisovou pátku. Celé je to polepeno -35%.
- Ve výloze trafiky vystavují vedle sebe tři ženské časopisy. FFF, Marianne- "Projezte **(změna) (jednoznačný)** se ke skvělé postavě **(kontrast)**: Otestovali **(ostatní)** jsme dietu, která funguje. A výsledek? Minus 9 kilo za 3 měsíce." Forma vy. Je to na první pohled protirečící si příkaz, prikazuje se tu člověku, aby jedl a tím si vytvořil skvělou postavu. Je to rozkaz k jídlu a skvělé postavě. Dojde ke změně těla. Nějací ostatní už zmíněnou dietu drželi, už to udělali. **(dieta) (čas)** Označení kolik kilo za jak dlouhý časový úsek. Jako rychlost. "Slevy až 50% na péči o tělo **(tělo)** i duši, kupony uvnitř." Tělo společně s duší. "Ukážeme vám, že půvab není otázkou věku." ELLE "Happy birthday Elle." Dieta "Svatební manuál, ...šaty na míru, poradna pro nevěsty. Extra tip Dieta pomocí čtyřnohého mazlíčka, **(dieta) (pomocník)** Dieta probíhá s něčí pomocí. Tipy filmových hvězd, "... dobře hublo" **(změna) (hubnutí)**. Zhubnutí je změna postavy. Je k tomu přibaleno Caro vitality, Vaše tělo si to zaslouží." **(tělo)** Ten někdo, tělo, si od nás něco zaslouží.
- V řeznictví vedle je za 89 vepřová pečeně s kostí a za ní pekařství Rembrandt donut. **(kontrast)** Předtím o dietě, teď o sladkém a tučném jídlu.
- Vidím další časopis Dieta. **(kontrast)** Označení, že tam je časopis.
- V podchodu je stánek s oblečením a na něm stojí štíhlé figuríny ve spodním prádle. Jsou jakousi dominantou provizorního stánku.
- Na plakátě "everybody will love it" **(ostatní)** a hrneček s polévkou, potom plakát "výbušná rychlost" s fotbalistou. Každý bude něco dělat.
- Starší žena se loučí s mladší a říká: Ať tě pořádně vyšupou." Je to odkaz na krásu skrz velikonoční zvyk?
- "Svět se bude dívat, hunger games." říká velký plakát nad kolejemi.
- Na obrazovce u kolejí: "Finové zapíjeli konec prohibice." Něco zakázaného konzumovat. A pak je to povoleno, tak se toho sní hodně.
- Na nástupišti je vidět Husky outlet a fotky lyžaře, cyklisty, ženy na kolečkových bruslích.
- Opět polévka a výbušná kopačka.
- Mladík nese batoh Adidas.
- Šipka **(šipka)** do Sportgame. Je to příkaz do herny.
- Na pekařství je napsáno XXL hotdog **(velikost)**, pečeme na prodejně. Opět je řečeno, že je něco velkého oproti ostatním nebo očekávání.
- F Cedule říká "All original, připravte se **(jednoznačný)** na festival" a fotka mladíků v Adidasu, jak stojí v kruhu. Forma ty. Věta prikazuje připravit se na festival. Zřejmě tím, že bude člověk originální v produktech Adidas.
- Muž na stanici jí něco papírového tácku a pod tím drží igelitový pytlík s dalším pečivem.
- U výstavní haly je na bilbordech "for bikes, for outdoor"
- Bazén Aqualace, děti za korunu.
- Human body.
- Parkem prochází mladí lidé oblečení ve sportovním, některé nesou tašku přes rameno, je jich hodně.
- Slovo relax je napsané na autobusu.
- V autobuse slyším, "jdi, zaplav si. **(jednoznačný)**" Forma ty. Jedná se o rozkaz k vykonání fyzické aktivity

- Plakát hlásá "zvolte i vy nejlepšího tanečníka". (hodnocení) Ještě neurčitý taneční, co to vyhraje, bude nejlepší.
- Další parta mladých lidí ve sportovním jde směrem za tou první.
- Mezi mnoha jinými reklamami Klub Karate, středisko vrcholového sportu, člen reprezentace, výkonnostní i kondiční soustředění, je tam uvedena internetová adresa i telefon. (přiznaná) V reprezentaci se soutěží za republiku.
- Zahlídla jsem svatební salon.
- Projelo auto Simply Fresh Hamé.
- F Lampa je pomalovaná a popsaná: "Sport centrum Praha, badminton, šerm, centrum rekondice" a u toho je srdce, šipka 350m. (šipka) Příkaz do sportovního centra.
- Opět Hamé auto projelo.
- Na pekařství je vyobrazeno slané pečivo a kus koláče.
- "K velikonočnímu jídlu to právě" a fotky slazených nápojů. "Čerstvé pečivo přímo z pece" říká další cedule.
- Žena nese tři přeplněné tašky jídla a na samotných taškách je obrázek jídla.
- Na staré, snad se dá říci socialistické, budově je starým písmem napsáno Sauna, posilovna. (kontrast) Zde je posilovna a lidé si nosí plné tašky jídla.
- F Studio Dokonalé tělo, (tělo), bez obrázků, nic víc. (hodnocení) Řečeno slovo tělo, dalšího se nic nedozvím, jen to, že tělo je dokonalé.
- Na kulturním domu je informace, jaké jsou zde sporty, aerobic, strečink, jóga, cvičení pro dospělé i děti a obrázek štíhlé baletky, jak dělá provaz. (tvar) Baletka je vyobrazená jako neuvěřitelně hubená.
- Naproti je jakési kosmetický salon, říká "akční nabídka v salonu zeštíhlující (změna) zábal a cvičení na power plate", o kousek dál je třikrát fotografie ženy, na jedné se usmívá, na druhých dvou si nechává k obličejí přikládat kovové nástroje, je u toho slovo lift, poté je tam prodlužování zahušťování řas, " (změna) jarní akce na tělovou (tělo) péči 50% sleva" Zeštíhlování je změna i zahušťování je změna na těle. Tělová - určena tělu.
- Na obchodě s oblečením je fotka hubené dívky, jak si sundává džíny, vyniká její štíhlá postava.

17.

Barrandov - Anděl

Den: 7.4.2012

Trasa: Z ulice V Remízku přes sídliště na zastávku tramvaje Sídlíště Barrandov, odtud tramvají na stanici Anděl

Prostředek: chůze, tramvaj

Poznámka: pravá strana po směru jízdy

- Na lampě je přilepený papír, "Nábor! Taekwondo wtf, (...), Olympijský sport, rozvíjení (změna) osobnosti po psychické i fyzické stránce, zdravý tělesný (tělo) vývoj: strečink, posilování, přiměřená nálada..., možnost závodů, (přiznaná), soustředění, věk 5-99let". Mění se v něm fyzická stránka osobnosti a tělo se vyvíjí. Závodí se, tedy soutěží se v něm.
- Další a další nábor po cestě.
- Čistírna oděvů nic neříká o velikostech.
- Ve výloze jsou vybledlé fotografie jídel na talíři, ani není poznat, co to bylo za jídlo. Slovo "Nabízíme."
- Na stěně paneláku je Wellness Bell corpo a šipka. (tělo) (šipka) (hodnocení) U šipky se říká, že vchod je z Trnkova náměstí. Vedle je kadeřnictví se šipkou. (šipka). Říká se o těle v názvu, že je krásné a je nakázáno šipkou studio navštívit. Stejně jako se nakázáno navštívit kadeřnictví.
- F Ve výloze Bell Corpo "Odlehčeme (jednoznačný) (ostatní) zeměkouli! Celonárodní motivační, zábavný a vzdělávací projekt. Mr. Jack varuje: 4,2 mil. Čechů trpí obezitou a nadváhou (ostatní) (hodnocení) . Za posledních 5 let stoup počet těchto lidí o 450000! Změňte to (změna) (jednoznačný) a zapojte se (ostatní) do unikátního celonárodního projektu, který vás v tom nenechá! My všichni .Je to příkaz k hromadnému hubnutí, který je vysvětlen větou, která následuje. Další věta rozkazuje k tomu, aby člověk svým zapojením změnil globální čísla. Je to rozkazování k hromadné

změně planety skrz vlastní hubnutí. Forma vy. Je v tom předpoklad, že je člověk obézní. Že je tak ohodnocen. Více než 200 kontaktních míst v ČR! Odborné vedení-Vstupní dárkový balíček-Výživový konzultanti (pomocník)-Zapojení do Projektu zdarma-Motivace a sounáležitost-Psychická podpora-Kila shazující (změna) jednotlivci i týmy (příznaná)-Kniha bonusů-Soutěž (příznaná)-VakuShape...a Mr. Jack!V pozadí je maldá dívka v tričku. (pomocník) Konzultanti a Jack jsou lidé, co pomohou. Tělo se změní, když se shodí kila. Tými a dokonce napsané slovo soutěž mluví o soutěži přímo ve shazování kilo, a to mezi jednotlivci i skupinami.

"Jdu do toho s vámi, Ilona Csaková (s podpisem). (ostatní) Fotografie, jak je ponoření o nějakého "sudu" a rukou se drží obrazovky nějakého přístroje. Do hubnutí je zapojen nějaký další člověk - Ilona Csaková.

Internetová adresa a email a tel na registraci. Partneři-jste to co jíte, žena in, Luxor, Glanc (mezi jinými)

-Na okně se dále mezi záplavou plakátů píše: "Hubneme do plavek" (ostatní) My všichni, člověk to nebude dělat sám. "Dětská zumba" .Darujte (jednoznačný) dětem pohyb. Forma vy. Příkaz k darování pohybu dětem, k posílání je na zumbu. "Bodystyling" (styling) (tělo) Jedná se přímo o stylizování těla.

-F vedle na okně je další plakát-"VakuShape, jděte (jednoznačný) svou cestou-podtlakový pohybový systém, účinnější spalování (změna) depotního tuku (menším písmem) (boj) (tuk) (změna) problémových (hodnocení) partií břicho, boky, hýždě, stehna" (tady je slovo problém!)

"odstraňování celulitidy (změna), vyhlazení a zpevnění kůže,(změna) zlepšení fyzické kondice, aktivace krevního a lymfatického oběhu", fotografie slečny ve sportovním prádle a sudu, ve kterém byla Csaková. Příkaz být sám sebou, jít svou cestou,hned zatím je ona cesta nadiktovaná. Bojuje se proti tuku, spálením se změní tělo, i vyhlazení a zpevnění j změna těla.

-Z okénka tramvaje mímám lékárnu, restaurant, ovoce a zelenina obchod, pizza stánek "osvěžte (jednoznačný) se s pepsi", reklamu na časopisy Elle, Marie Claire. Příkaz k pití, osvěžení se.

-Elegantně oblečená dívka v saku má položenou u nohou raketu.

-Z okénka de dále mihá plakát Giganti, "dveře na prahu elegance", "vytváříme dokonalý svět" na auto, běžec (cvičící lidé) u značky Sportisimo. Běžec provádí fyzickou aktivitu.

-Plakát se ptá "Líná?" a u něj chundelatá velká kulatá kočka, "vysavač na chlup to, co potřebujete"

-Za stromy prosvítá plakát na casting Elite.

-Slovo Davis cup a obrázek sportovců.

-Velký plakát "Přidej se a běž..."

-Projíždíme okolo velké lékárny.

-FFF Velký a dlouhý pás fotek s vypracovanými postavami bez hlav. (hlava) Faktorypro Kreslený obrázek zad svalovce jak zdvihá matici (tvar) Schématicky jeho tvar těla načrtnut., šipka a 80m, (šipka) "Chceš prostě cvičit? Jsme PRO, FaktoryPRO opět v Praze,480Kč měsíčně při roční platbě. "Každým tréninkem jsi blíž k cíli" a pod tím vypravovaná mužská paže , šipka (šipka) a 100m. Rozkaz přes šipku fitcentrum navštívit. Další nápis překrytý lampou "Cvičení je (...),U nás na to (...),(ostatní) jak často chce(...) Vychutnej (jednoznačný)si sv(...), "80%úspěchu je začít. Řečeno, že u nich se nějaká činnost související postavou dělá. Chceš to zkusit? JsmePRO. FaktoryPRO, Předprodej zahájen, získej (jednoznačný) 2 měsíce zdarma." (výhoda)Rozkaz ušetřit, ale zároveň je v tom obsažena koupě služeb pro postavu. Výhoda, že to bude levnější. A pod tím mužská a ženská vypracovaná postava bez hlavy.(hlava) "Jedinečná cena za fitness! Užij si(jednoznačný) skvěle vybavenou posilovnu a cardiozónu za super cenu. Rozkaz k užívání si posilovny. Navíc kruhový trénink jen pro ženy. "Kruhový trénink jen pro ženy" a po tím fotka ženy bez hlavy jak v ruce drží činku. (hlava) "Faktory pro-fitness pro tebe." (tykáni) "Ty i tvá peněženka ve formě?" "Jsme PRO. FaktoryPRO za 480 Kč měsíčně" a rozeepsaná otevírací doba. "Neomezená radost z pohy(...), Opravdu ničím neomezené vstupy po celý rok. Začni právě teď. (jednoznačný) (čas). Faktory PRO-Fitness pro tebe." Na každém plakátě internetová adresa.Mluví o udělání něčeho na místě, hned a teď. Forma ty, rozkaz začít měnit svojí postavu.

-V dále je billboard, na kterém žena drží něco v ruce a jí.

-Vidím Top sun, solární centrum.

-Na dodávce je černoška jak tančí nebo cvičí a nápis "Time to start" (čas) Je čas k něčemu, je čas začít.

-Zahlédla jsem obrázek ženy jak jí jahody a název pohotovost prosing??

-Lavička Ona dnes, ženy jaké opravdu jsou...

-Plakát Lodě na Vltavě a dívka, které je v námořnickém a odhalené štíhlé břicho. Není to o hubnutí, ale prostě si toho člověk všimne.

- Ve výloze je "Hubnutí řízené počítačem" a jen černá silutea ženy. (změna) (hubnutí) (pomocník) Hubnutí je měnění postavy. Počítač je neživý pomocník, který s ním pomáhá, řídí ho.
- V těsném sledu za sebou bioderma o a podrobné obrázky obličejů a na druhé straně zvětšené fotky housky.
- Na velikonočních trzích je na stánku napsáno jitnice.
- Cedule na rozcestníku "Tanec, pohybové studio Pure a šipka". (šipka) Rozkaz navštívit pohybové studio.
- Mc Donald a šipka. (Kontrast) (šipka) Rozkaz jít do fastfoodu. V kontrastu s rozkazem k pohybu.
- Pâtisserie a slovo čerstvé
- Zelená cedule na sloupu vysoko "Nature House-Experti (pomocník) na výživu a redukci"(změna) jen schématický obrázek květiny,šipka, (šipka) www i telefon , i místo umístění. Jsou to pomocníci pro redukci a výživu. Redukce je změna v těle. Je v tom příkaz navštívit v přítomnosti šipky.

18.

Nákupní centrum Nový Smíchov- nákup bot

Den: 7.4.2012

Trasa: Nákupní centrum Nový Smíchov, areál nákupního centra a hypermarketu Tesco

Prostředek: chůze

- U vstupu do centra je lékárna s letákem zlevněných výrobků.
- Zeštíhlující účinek, vyčistění hlásá plakát i Yves Rocher. (změna) Zeštíhlení je změna.
- Dvakrát vidím na plakátech kolem štíhlé odhalené nohy. Ale plakáty neříkají nic o štíhlosti těla, prodávají něco úplně jiného.
- Nějaký muž na plakátu, co rychle zmizel za další, říká: "Pojďte (jednoznačný)si zahrát s power ballem". Rozkaz k fyzické činnosti.
- Kadeřnictví se ptá: "Máte 20 minut?" (čas) Dotaz, zda má člověk čas.
- Prodejna Body Basic má nalepeno na sobě, že má -80% slevu. (tělo)
- Z okolí se dozvídám, že "skvělá pleť začíná zevnitř".(hodnocení) Neurčená skvělá pleť někoho, neví se koho, ale ví se, že je skvělá.
- Uprostřed chodby stojí krámeček s malovaným perníkem.
- F Café coffe day Emporio má nad barem černobílé fotografie lidí. Jsou zde obličejy čtyř žen, dívají se na kolemjdoucí a vyzývavě každá něco ukusuje, z toho jedna je určitě čokoláda. Je skoro výsměch, provokace vzhled k plakátům a štíhlým figurínám okolo. Pak je tam fotka muže jak dává polibek ženě. Žena jak krmí něčím muže. A fotografie dvou žen jak hlavami leží u sebe. Vyznačuje to pohodu, něco, co by každý chtěl dosáhnout.
- U jednoho obchodu stojí žena, která má obepnuté tričko a její postava není stejná jako postava figuríny, je mnohem kulatější. Soud z mé strany.
- Plakát ve výloze Adidas říká: "Nastaluj se."(jednoznačný) (stylizování) Příkaz stylizovat se.
- V obchodě jsou nápisy jako anabolika, utradiet. (dieta) Na plakátě je vyfocená žena jak cvičí sedy lehy a muž jí drží nohy. (pomocník) Pomocník není jmenovaný, ale ukázaný.
- Další nápis "silové sporty" a na fotografii činka držaná mužem.
- Prodejna kosmetiky a v ní plakát "Hubněte Bio(jednoznačný)" a fotografie ženy bez hlavy s odhaleným břichem a krabička s kosmetikou. (hubnutí) (hlava) (změna) Příkaz ke změně, opět žena nemá hlavu. Forma vy.
- Fotografie Sněhurky, která se ptá zrcadla..
- Okolo prochází žena, stahuje si tričko přes břicho.
- Potkávám nápis multi-lift, má něco zvyšovat, asi vrásky pleť, část těla. (změna) Změna asi kůže, má být víc nahoře, vypnutější.
- Procházím okolo doslova éterických štíhlých figurín, které mají na sobě plavky.
- Prodejna Hervis říká "get movin", (jednoznačný) hýbej se. Příkaz k fyzické aktivitě.
- U prodejny bot jsou další štíhlé nohy na fotografii. Za nimi figuríny nohou s pučocháči.
- V improvizovaném dětském koutku na chodbě centra je na sloupu namalovaná žirafa s číslí, kolik kdo měří. Když si k ní někdo stoupne, zjistí, jak je vysoký. (velikost) Posuzování velikosti člověka podle nakreslené míry.
- Názvy obchodů jsou Beltissimo, atraktivo. (hodnocení) Říká se, že něco je hezké.
- Jdou dvě dívky oblečené v černém s hodně mašličkama na oblečení, okolo prodejny se spodním prádlem, která má ve výloze drobné figuríny. Dívají se na figuríny. Jedna říká "potřebuju E, ta není v moc obchodech." (velikost) Zařazení se samotnou dívkou do jednoho z táborů.

- Okolo prošla žena s výrazným bříškem.
- Nálepka ukazuje ženu v plavkách tělových plavkách, jak dělá holubičku a na stejné noze má černou kozačku, je vidět její štíhlost a narýsované svaly. Je to reklama na dárkový poukaz.
- V botách je bota Adidas, je to připomenutí nastajlování se.
- V patře, kde je jenom kino a velké množství rozličných restaurací, **Kontrast**, je na konci patra Holmes Place, lidé okolo chodí ve sportovním. Je u toho i Holmes place kavárna. **Kontrast**. Jedno patro je vyhrazeno jídlu s posilovně. Najíst se pak jít do posilovny měnit postavu. Nápisy Baeuty clinic, bazén. Na třech obrazkách se mění obrazy F. Na jedné fotce jsou všude v celé místnosti vyskládané činky a dvě lavičky na bench. Druhá fotografie je plná místnost běžících pásů.
- Na restauraci je nápis: Proč je hovězí nejlepší a nejzdravější.
- Kousek od záchodků je čekárna a nápis Dentální estetika. Požadavek na krásu.
- F V kabině toalety je silueta asi kabátu, který má vosí pas, když si tam člověk na háček pověsí svůj kabát, tak vosí pas nemá. **(tvar)** Srovnání svého oblečení s nakresleným tvarem na dveřích.
- Když vycházím z toalet tak na chodbě je po celé její délce zrcadlo, ale jen na obličej a ramena. Člověk se má srovnávat a pozorovat.
- Na lavičce sedí několik cizinců oblečených ve sportovním. Pak k nim přicházejí další.
- Všímám si měnicího se obrazu ženy, kdy na obličejí má jasnou pleť a hrbolatou pleť, reklama říká. Chceš méně vrásek, jemnější póry...**(změna)** Oproti dnešku mít méně vrásek, změnit se.
- Po vstupu do samotného Tesca vidím velký panel s mnoha časopisy. F Píše se tam: Spokojená hned teď." **(čas)**. Také hned teď, tady na místě Je v tom předpoklad, že je člověk nespokojen. V dalším regále je časopis Nejlepší recepty. **(hodnocení)** Existují nějaké nejlepší recepty.
- V oddělení bot se žena ptá mladíka: "A tyhle skejtáčky?" a ukazuje na boty.
- Sjízdim schody dolů a na slevách jsou připevněny nůžky jako v kadeřnictví. **(změna)** Také přítomnost změny.
- Slečna na stánku s ochutnávkami mi nabízí alkohol s karamellem.
- Muž prochází s dalším mužem regálem a říká: "Jsem nějaký unavený".
- Optika dává slevu podle věku, čím vyšší, tím větší, ptá se :Kolik je vám let?
- Při odchodu z centra vidím slovo Minceur a detox, je to o celulitidě.
- Na lékárně je obrázek muže, jak neuzvedne tenisovou pátku a reklama se ptá: "Unavený, vyčerpaný..."

19.

Nusle - Dejvice

Kdy: 9.4.2012

Trasa: Z ulice Pod Pramenem pečky k zastávce Horky, od zastávky Horky tram 11, pravá strana jízdy po směru, přestup na metro A na Muzeu, jízda metrem, výstup na stanici Dejvická, poté pěšky do ulice Zelená

Prostředek: chůze, tramvaj, metro,

- Parašutistická škola Impakt nabízí základní kurzy, tandem.
- F Kadeřnictví má silutu černé hlavy a nad ní nůžky. To se opakuje na různých místech jinde v trasách. Prodává vlasovou kosmetiku. Je to standardizace...
- Burger King kelímek napíchnutý na zábradlí. Říká: "Have **(jednoznačný)** it your way." Opět příkaz mít svojí cestu.
- Restaurace má na vývěsce obrázek štíhlé servírky.
- Plakát s mladou dívkou s gelovými nehty, říká: "Dejte **(jednoznačný)** o sobě vědět". Je to reklama na reklamu. Forma vy. Příkaz k ukazování se.
- Na Tescu visí akce -44% slevy na polotučné mléku. Zdůrazněn tuk. **(tuk)**.
- Figurky reklamy Totem je extrémně štíhlá. **(tvar)** Vlastně je to takové naznačení lidské postavy, ale je naznačená jako extrémně štíhlá.
- V cukrárně mají v oknech málo obrázků, je to pouze napsané na skle. **(kontrast)** Postava pouze z čárek je oproti přítomnosti sladkostí zvláštní.
- Kadeřnictví je nově otevřeno po prodejně počítačů. Dívka se vyzývavě dívá do ulice, ale o postavě vlastně nic neříká.
- Z tramvaje se ve výloze zdůrazňuje mládí.
- Nabídka zahuštění vlasů, pak manikúra pedikúra solarium. Takové připomenutí skrz **(řetězení)**. Solarium je někdy spojeno i s hubnutím.

- Dobrý skutek se činní přes darování velké bábovky.
- Nápis, že může sníst všechno co chce, eat all you can. **(jednoznačný) (kontrast)** Příkaz sníst až tak, že nebudu moc. Potom hned následuje obchod s dietními službami,
- Za zatačkou naopak "Dieta v krabičce", "good food delivery", "výživové poradenství", internetové stránky i telefon. Na ve výloze je velikánské srdce. To je zajímavé, že to odkazuje na lásku nebo na zdravé srdce. **(dieta) (pomocník)** Bude tu poradce pro výživu.
- U reklamy na film je napsáno Lahůdka.
- Na fotografiích na optice má jedna z dívek krátké tričko a ploché břicho.
- Z tramvaje vystupuje žena, které nese velkou sportovní tašku a plný batoh.
- F Před vstupem do průchodu je cedule, které se ptá, zda máte hlad. A je na ní šipka **(šipka)** směrem do průchodu a obrázek gyrosu. Příkaz k jídlu.
- Pár vychází z průchodu a nese si jídlo, asi z Mc Donald
- V průchodu je to cítit jídlo, nic jiného se tam neprodává.
- F Na bílém nalepeném papíře nabízí kromě jiného "detoxikace organismu zbavení organismu toxinů=zdraví. **(změna)** Detoxikace jako změna v organismu. Předtím byla detoxikace spojená s celulitidou, ne se zdravím.
- Procházím kolem výbušné kopačky.
- Fotbalisté na obrázku a příkaz "tak si vsad' **(jednoznačný)**". Příkaz k sázení, k pasivnímu sledování sportu.
- Výstava Human Body.
- Muži středních let se otáčí na jezdících schodech, j má na mikině Reebok a member ship. Nápis patří ke sportu.
- Adidas se připomíná All original.
- Starší pár se asi až s nevraživostí dívá na mě a pak na skupinu mladých cizinců. Je to nevyřčený soud.
- Na plakátě v metru jsou vyfoceni tři muži ve sportovním, Česko versus Srbsko, za nimi tenisové pole. Jsou to prvky soutěže, boje. **(přiznaná)**
- Zbytky fotky odhalené slečny, hledáme tanečnice a hostesky. Poté plakát s podobnými dívkami a název "boj škol". **(přiznaná) (boj)** Je soutěž, boj škol, možná v kráse studentek nebo v užívání si party.
- Míjím velmi reálně vyfocené kolářky a poté cyklistku.
- Plakát s běžící dívkou a sdělením, že tělo musíme překvapit.
- Obchod s oblečením 5.Avenu má módní poradnu. **(pomocník)** Pomocník pro módu.
- Protější dům dále říká Styling, hair, make-up. **(styling)** Stylizování.
- F Všimám si obrázků cyklistů různého věku **(cvičící lidé)** na obchodě, který nemá nějaký výrazný název ani další text. Nic dalšího o sobě neříká.
- Vedle sebe je nehtové studio a pizza.
- F Plakát kde je více informací o výstavách-Biostyl, Evolution, Ecoworld, Esoterika a pod Biostyl se píše: "7.veletrh zdravé výživy a zdravého životního stylu." **(stylizování)** svého životního stylu.
- Stánek s novinami má vystavená časopisy, je tam časopis Dieta, který už jsem viděla jinde. F Potom časopis "Estetika-plastická a estetická chirurgie, kosmetika, omlazení." **(změna)** Jak plastiky, tak omlazení jsou změny. "Tak to je bomba. Na celulitidu zabere čokoláda." "Liposukce vs. Lipolýza, vítězí cena nebo výsledek. **(přiznaná) (boj)** Je v tom soutěž, sice ne mezi lidmi, ale mezi metodami, což je vlastně novinka...**(výhoda)** Obě jsou to svým způsobem výhody. "Strie mizí před očima". **(změna)** Ubývají člověku. "Tajemný vzorec krásy" "...jde to i bez řasenky".
- Další je Svět Kulturistiky, kde jsou vyfoceni dva muži hodně opálení nebo natření s vyrýsovanými svaly, je na něm napsáno: "Uspokojte svojí chuť na drůbež". **(jednoznačný)** Příkaz k uspokojení chuti.
- Na dalším domě je nápis masáže a telefon.
- V parfumerii jsou na obrázku hezké ženy, ale není nijak zdůrazněna štíhlost.
- Restaurace, cukrárna s obrázky jídla.
- V parku jezdí malý skejťák.
- V nabídce zájezdů je napsaný 3 hvězdičkový hotel u sjezdovky, počítá se sportem.
- Kadeřnictví mají opět nakreslené nůžky.
- F Vývěska podniku, který se jmenuje "Čas na jídlo". **(čas)** Může to znamenat mít čas na jídlo nebo je čas na jídlo.
- Herna nabízí sportovní přenosy.

Den: 9.4.2012

Trasa: Chůze po náměstí na tramvajovou zastávku Václavské náměstí, tramvaji 9 do stanice Biskupcova a do kina Aero

Prostředek: chůze, tramvaj

Poznámka: pravá strana jízdy po směru

-Na protějším domě je velká fotografie štíhlé dívky jak cvičí nebo poskakuje, vedle štíhlá dívka ve spodním prádle a muž se svalnatou hrudí ve spodní prádle s logem Calvin Claine.

-Vchod do metra se ptá: Bagety, jakou si dáte dnes?

-V dále visí z domu cedule My Clinic. Asi bude mluvit o zkrášlování, klasičtí lékaři by se tak asi nejmenovali. **(kontrast)** Za sebou bagety a zkrášlovací klinika.

-Turbo solária hlásí dům přede mnou.

-F Plakát Petra clinic, z názvu jakoby vyrůstá silueta štíhlé zelené dívky. **(tvar)** Předkládaný tvar těla. Plakát říká: "Jediný specialista na bezbolestnou liposukci v ČR, ověřeno." **(pomocník)** je přítomen ve specialistovi, **(výhoda)** je samotná liposukce, **(výhoda)** je také to, že je bezbolestná, **(změna)** celé je to o změně. Fotografie hlavy mladého muže, jméno Ing. Petr Havlíček-výživový specialista **(pomocník)** "Ošetření v Petra Clinic mohou jen doporučit. Efektivní výsledky, luxusní prostředí za přijatelné ceny a naprostá profesionalita jsou zde samozřejmostí."

Celý plakát je vlastně fotografie ředitelky kliniky, kde nejde moc nic poznat o její postavě.

"Když bezbolestnou liposukci, tak jen tu neúčinnější, když hubnout **(změna)**(hubnutí) tak v Petra Clinic. (Bezbolesti je to **výhoda**, liposukce **výhoda**, neúčinnější **výhoda**) "Estetické a proštíhlovací **(změna)** centrum Petra Clinic." Proštíhlovací je zvláštní výraz, zní to jak prořezání. Častější je zeštíhlující. Změna je v hubnutí i proštíhnutí.

Šipka **(šipka)** 30m, uvedena adresa, mail, telefon, slovo konzultace. **(pomocník)** Konzultace odkazují na pomocníka. Šipka prikazuje.

-Na lékárně jsou obrázky ženských obličejů hodně zblízka, "Pomáháme pokožce obnovit její přirozený mechanismus" **(změna)** Něco obnovit, také znamená změnit.

-Světlozor a fotky dětí se zmrzlinou a dortem a šipka. Šipka do Mc Donaldu. **(kontrast)** Na jedné stěně šipka do fastfoodu a cukrárny vedle proštíhlovacího centra.

-Bella Dona, moda Italy. Slovo Bella odkazuje k ženské kráse. **(hodnocení)**

-"Desing in every department",...desing všude. Splňuje člověk požadavky onoho desingu?

-Ergoline solarium má na výloze napsané ceny.

-Z tramvaje vidím nápis "Wellness pro tělo i duši". **(tělo)** Známa dualita tělo-duše.

-Reklama na nehtové studio a klasickým obrázkem Marilyn Monroe. Ona by dnes ale nespĺňovala ideál štíhlosti.

-Obrázek pokožky.

-Plakát Giganti.

-Na plakátu je napsáno párty a fotky několika štíhlých dívek.

-"Už jste ji viděli?, propagace nějakých tenisových pomůcek.

-Velká fotografie kolečkových bruslí a 10let Hervis.

-Po ulici běží muž ve sportovním, na paži má na oblečení připnutý nějaký přístroj.

-Další nehtové studio.

-Zahlídla jsem lymfodrenáže a další procedury na změnu struktury těla.

-Okna polepená slovy Fitness a za ním jsou svalnatá těla bez hlavy. **(hlava)**. Za tím je Box Club a fotky lidí jak se v ringu perou. **(přiznaná)** **(boj)** Zápas mezi sebou je na soutěž, až boj. Poslední fotka je oproti jiným barevná a je na ní muž, jak jakoby boxuje do ulice proti lidem. Je to soutěž? Slovo akce a nějaká částka.

-Plakát říká: "Sparta, tisíc příběhů, jedno srdce." Má to nějakou souvislost s tématem? Nebo to jen asociuje sport?

-V tramvaji silnější dívka jí pečivo a mluví u toho.

-Plakát na Human Body.

-Malovaný bilbort nabádá, že mají lidé poslat s úsměvem dobrý skutek dál, ja tam mladá žena jak muži v monterkách předává obrovitou bábovku.

-Dozvídam se, že 6 hřišť je za jednu cenu. **(výhoda)** Ušetří se peníze.

-Obrázek a figuríny štíhlých nohou u prodejny punčocháčů.

-Na zastávce je malý papírek: "Sportuj za mň, když můžeš." **(jednoznačný)** a internetová adresa. Příkaz ke sportování, forma ty.

-V dále vidím obchod "Dámské oděvy pro štíhlé i plnoštíhlé." **(velikost)**. Je to jasné rozdělení na dva proti sobě stojící tábory, štíhlí a plnoštíhlí

- Masna má hustě popsanou výlohu tím, co nabízí.
- Solarium Ergoline nabízí velikonoční slevu. Ve výloze mají henu a další zřejmě samoopalovací nebo opalování podporující krémy a přípravek "na plné tvary ženského poprsí". (tvar) (změna) V této oblasti se nehubne, nezeštíhluje, jde o to se změnit na plné tvary.
- Jde pár a mladý muž se směje: Takže mazanec, berana a na to tu vajíčkovou pomazánku..." Dívka se brání: "Ne, to ne.."
- Další útržek jiného hovoru: "V cukrárně si dává latté."
- Prodejna Bellazi, je to vybavení kadeřnických a nehtových salónů. (hodnocení) Slovo bell jako hodnocení krásy.
- Ve dvoře kina je cedule: "Máte hlad nebo na něco chuť, food a šipka. (šipka) Šipka přikazuje k jídlu.

21.

Hlavní budova FF - brigáda Drahobejlova

Dne: 10.4.2012

Trasa: Z hlavní budovy FF na metro Staroměstská, odtud přes přestup na Můstku, metrem B na Českomoravskou a do Drahobejlovy ulice

Prostředek: metro, chůze

- Na trafice se píše: Sexy kat ze superstar.
- F Plakát na výstavu starožitností, vyfocená je socha ženy, která má na dnešní měřítka plnější tvary. Je odhalená jako bývají modelky na bilbordech.
- Human body z obou stran při nástupu na eskalátory.
- Reklama na studium na střední škole gastronomické.
- Taška Billa, co hlásá 20 let čerstvosti v Česku.
- Na dveřích fotografie štíhlých dívek a nápis 18-ky.
- Skoro zničená nálepka "Nejlevnější kurzy Zumby v Praze" a silueta štíhlé tančící dívky.
- Známý plakát výbušná rychlost jsem minula.
- Reklama na pivo říká, že nechce zkracovat, ale 90 dní ležení.
- F "Sen o ideální pleti se stává skutečností.", "Vyhlazené vrásky". (hodnocení) (změna) Ideální plet' existuje někde v neurčitu, ve snu a teď bude skutečnou. Změna je přítomna ve vyhlazení. A jaký je vlastně rozdíl mezi vráskami a celulitidou? Obojí je to nerovnost.
- Cyklista jede na plakátě (cvičící lidé). Provádí fyzickou aktivitu.
- Starší muž má logo Adidas na čepici.
- Na sedačce sedí extrémně drobná a hubená holka-dítě, je ale oblečená jako kdyby byla třeba dvacetiletá. Když si člověk všimne třeba nohou, které má do uličky, tak nepozná, že je to dítě. Listuje si obrázkovou knížku.
- Logo nike je na oblečení cestujících.
- Plakát All originals opět.
- Přijíždí metro a muž na nástupišti si rychle nasype obsah sáčku do úst, asi oříšky.
- Na fotografii Dobrá manželka jsou vidět hlavně nohy ženy. (hodnocení) Žena na obrázku je hodnocena jako dobrá (manželka).
- Šipka (šipka) ukazuje cukrárnu s pekařstvím. Šipkou se přikazuje jít do cukrárny.
- F "6 hřišť neomezeně za jednu cenu 19000Kč." www.czgolf.cz" říká billboard. (výhoda) Nabídka něčeho více za jednu cenu.
- Srdce Sparty, obrázky fotbalistů, co jsem už mnohokrát viděla.
- Na sportovní aréně je napsáno sauna, (řetězení) Přes řetězení odkazuje n na hubnutí.
- Zakázkové krejčovství, nic neříká o velikostech.
- Salon pro zvířata má na vývěsece "stříhání, trinování, úprava. (změna) I zvířata jsou upravovaná do nějakého standardu.
- V okolí chřestí přibory.

-Na velikonoce mají v sauně slevu.

-Herna, do které není vidět, má na skle: "Lepší je hrát, než se dívat. sázkové příležitosti."

(přiznaná). Soutěž v sázení, ne ve skutečném hraní, ale tváří se jako aktivní hraní.

-Na domě visí cedule s nápisem Dietní programy. Naproti je zase "Relaxační centrum-sauna, solarium, masáže." a naproti velká reklama na salámy Amera. **(dieta) (kontrast)** Kontrast salámu a diety kousek od sebe.

22.

Václavské nám. (střední část) - Ládví

Dne 10.4.2012

Trasa: Pěšky přesun na metro Muzeum C, výstup na stanici Ládví a přes sídlištní náměstí do ulice Kyselova

Prostředek: chůze, metro

poznámka: pravá strana Václaváku

-U pasáže stojí dva mladí muži, působí hodně sebevědomě a arogantně. Jeden je oblečený v černých šustřákách s proužky a mikině.

-Zvenku je v prodejně zaměřené na sport vidět boxující žena s vyrýsovanými svaly na ruce a dívka, jak posiluje sedy lehy a taky je vidět svalnatá horní část těla. **(cvičící lidé)** Obrázky několika lidí provádějící různé fyzické aktivity, sporty.

-Lidé si nosí zmrzlinu a jsou zde cítit párky.

-Velký billboard, který říká: "Tělo musíme překvapit". **(tělo)** (Už dříve řečeno, opakuje je.)

-Velká skupina lidí si vybírá z jídelního lístku před restaurací.

-Na ulici se směje dívka z plakátu hooters.

-F V dálce je vidět reklama na kliniku.

-Plakát říká, že dali na nahrazování surovin.

-U metra je plakát s horolezcem, jak stojí na vrcholu, "nebojte se vstoupit" **(jednoznačný)** propaguje to finanční služby. Příkaz ke vstupu do banky nebo výstup na horu?

-Velký nápis před vstupem do metra přikazuje: "Dejte si." **(jednoznačný)** a na obrázku je CocaCola. Kousek vedle opět nohy se žiletkou. Příkaz k konzumaci nápoje.

-Mladík drží v ruce plechovku od coly a česky i slovensky je na ní řečeno "ochutnej/ochutnaj" **(jednoznačný)**. Opět příkaz ke konzumaci, k ochutnání.

-Znovu na nástupišti vidím all original.

-Velká nálepka v metru slibuje "domov přírodě u cyklostezky můžete mít už toto léto". Je v to předpoklad, že všichni nebo většina jsou cyklisté a bude to pro ně zajímavé? Na nálepce je dvakrát obrázek cyklisty. **(cvičící lidé)** Další lidé provádějící fyzickou aktivitu.

-Další dva cyklisti jsou na plakátě na nástupišti. Další cyklisté...

-Muž rychle jí, až se cpe jogurtem a houskou ve stoje. Mladá dívka vedle mě vyndala z kapsy načatou čokoládu Milka, půlka už je snědená, odlomila si řádku, bez emocí jí snědla a zbytek uklidila zpátky do kapsy.

-Na nástupišti se objevilo "hunger games". **(přiznaná)** Soutěž, mluví sice o hladu, ale vzhledem k filmu to asi nebude klasický hlad na jídlo. Zůstal tam prvek soutěžení.

-V podchodu je cedule s Ergoline solariem, je u toho obrázek štíhlé ženy a šipka **(šipka)**. Šipka přikazuje k návštěvě solaria.

-O kousek dál je móda šik. **(velikost)**. Je to jiný pohled na velikosti? Je šik, takže každému sedne a nesoudí podle velikostí. Tato položka naopak celé dělení popírá.

-Dvě ženy středních let mluví mezi sebou a jedna říká: "nádivku a zbytky."

-Vyjdu z metra a nahoře jsou farmářské trhy, hraje tu hudbu, lidé nakupují.

-Na kulturním domě visí žlutá cedule "Nadměrné oděvy." Nic dalšího na ceduli není. **(velikost) (hodnocení)** Vymezena je zde pouze skupina nadměrných.

-U místního obchodního domu ve informace, které říká, co všechno v obchodním domě je. U nápisu sport je dospělý a dítě na kole. **(cvičící lidé)** a u kadeřnictví je také obrázek dítěte, holčičky s dlouhými vlasy. Rodina cvičí společně.

-Na solariu visí hesla: Wellness, kvalita, bezpečnost. Připojeny jsou fotky dvou žen, které ale nejsou nijak vychrtlé.

-Když procházím kolem obchodů mívám nápisy break, florbaloví veteráni, poznej **(jednoznačný)** sebe sama. Příkaz poznat sám sebe.

-F Papír nabízející bezplatnou masáž na termálních lehátkách. Nabízí mimo jiné "regeneraci, detoxikaci." **(změna)** Zregenerování změna oproti současnému stavu, detoxikace také.

-Na casinu je fotografie, kde dívka ukazuje svoje superštíhlé nohy.

-Na cestě stojí trafika, které má většinu zboží ve stojanech na ulici. Nápisy, co jsem zaznamenala: "levné recepty, kamarádka tvrdila, že dcera nechce jíst- jak vychovat jedlíka. (změna) Změna člověk, tentokrát cíleně ze strany asi rodičů,
-F Jakýsi obchod nabízející adrenalinové zážitky má ze výlohou ceduli "Sportovní živé přenosy" a u siluety lyžaře, hráčů volejbalu, fotbalisty, dostihového závodníka, tenistky, hokejisty. (cvičící lidé,) ale jsou to jen přenosy, i když vyobrazení jsou cvičící aktivní sportovci.
-Na vybledlé zákazové značce na domě je běžící člověk. (cvičící lidé). Je to zřejmě jiný význam, než například na fitcentrech.

23.

Lužiny - Jazyková škola Tefl

Dne: 11.4.2012

Trasa: Z ulice Brdičkova k metru B Lužiny, výstup na stanici Národní třída a pěšky do jazykové školy
Prostředek: chůze, metro

-Ve křoví visí kelímek od sladkého jogurtu.
-Na sloupu lampy prosvítají mezi polepkami slova kurzy pilates. (kontrast) Pohybová aktivita kousek od odpadku jídla.
-Na dalším sloupu se papír ptá: "Zápis, co se učít break dance, street dance...
-Na obchodu pro cyklisty visí: "Velká jarní cyklojízda" a šipka (šipka) ke kolu. Na dalším papíru je "Evakuace na kole-cíl neznámý" v textu "všechny věkové skupiny, náročnost na fyzické podmínky mírná". (ostatní) Další papír ve výloze je nabídce pro cyklisty v Reebok fitness relax "rychlostní trénink, silová vytrvalost, rozvoj vytrvalosti a techniky, strečing." (změna) Rozvoj znamená, že se něco stávajícího bude rozvíjet. Šipka přikazuje jezdit na kole nebo vlastnit kolo? Pro všechny věkové skupiny říká, že se může účastnit každý.
-Na malém dá se říci náměstíčku jsou dvě kadeřnictví, fit studio a velký model zmrzliny skoro ve velikosti člověka a sochy, které mají spíše vychrtlou postavu.
-Když jdu dál...na zdi je "meditace" "krotitelé tuků". (tuk)
-V obchodě na oblečení je v vchodu tancující figurína.
-F Dámská klub Linie (slovo odkazující na postavu), Aqua aerobic!!! "moderní forma pohybu proti odporu vody, (boj) která šetří klouby a umožňuje cvičení i lidem s mírnými zdravotními obtížemi (např. bolestmi zad)." "Cvičení je stejně intenzivní jako na suchu" "je jen vnímáno příjemněji, protože voda zároveň osvěžuje." (výhoda) Je u toho fotografie elegantně učesané blondaté ženy ve vodě, jak cvičí. (cvičící lidé). Pohyb (těla člověka) proti proudu vody. Člověk se vlastně pere s vodou. Cvičení ve vodě je stejné jako na suchu, ale je příjemnější, což výhoda. Žena vykonává ve vodě fyzickou aktivitu. (Vlastně žádný obrázek cvičících lidí nebyl s obézními lidmi...)
-Jde žena ke schodům a volá na dítě, které jde s ní "...mám to moc těžký".
-Další krotitelé tuků, pak Solarium, které se jmenuje Z, cedule říkající že masáž je pár kroků za rokem a je zde dlouhá zahýbaná šipka (šipka). O kousek dál se dozvídám, že solarium má biotrubice.
-U metra stojí dodávka, ze které se ozývá: "Mléko, čerstvé mléko, vezeme vám mléko" a bučí do toho kráva.
-F Plakát Active Day, "Zumba s Táňou Rambouskovou" (pomocník). "zumba fitness" "Integrate power stretch". "Sport centrum Nové Butovice", www, adresa, telefon, vstupné. Uvedená žena je cvičitelka, někdo kdo hodinu vede, kdo pomáhá jiným cvičit.
-F Na sloupu je přelepený zbytek plakátu, kde zřejmě hledali "Wellness poradce...několik schopných lidí na pozici nezávislý Wellness poradce...solidní jednání a podmínky...konzultační činnost...proškolení zajišťují." Celé je to o hledání (pomocníka), který bude konzultant.
-F Krotitelé tuků, "dovedeme vás do výsledku" (pomocník). Budou člověka vést.
-F Proti sobě vidím bílou ceduli a na tom zeleným nápisem: "Zdravá výživa" a šipka (šipka). Nic víc, žádný další obrázek nebo nadpis. O kousek dál podobná cedule a je ní dopsáno "bio". Šipka přikazuje k nákupu zdravé výživy.
-Když jdu do metra, tak na stojanu v metru je napsáno: "sladká šedesátá-nejkrásnější herečky". (hodnocení) Hodnocení, že nejkrásnější herečky byly už dříve, ne teď.
-V metru je u stropu nálepka: Budeme vás rozmazlovat...rehabilitační cvičení, jóga, masírování" Fotografie muže i ženy na masáži. (změna) Rehabilitaci se současný stav těla mění.
-Na vedlejších sedadlech v průběhu cesty seděla parta dvou holek a dvou kluků, jeden z kluků stál nad nimi. Kluci byly ve sportovním-Nike, Adidas, Puma, všichni měli omotané asi fotbalové fanouškovské šály, stojící kluk jí měl podepsanou. Dvě ženy okolo třiceti sedící vedle mě se ně podívali jedna z nich zdvihla oči v sloup a naznačila, že jsou opilí. Rozhovor mezi partou byl o spíše

- takové přemítání vzpomínek kde kdo co dělal a řekl, podle mě bez souvislostí. Z rozhovoru: "Všichni jsou špatní... Já ten je pěkný... Poznáš, jak na tebe ten kluk kouká...Kácovi se ty bonbóny zalíbili...nemáš bonbón... pak tři pytlíčky...Asi je nasral, že vyrovnali..jedinej stadion...(Obsahuje hodnocení)
- V jiné části vagónu slečna celou cestu lízala lízátko.
 - V rámu ve vagónu byl plakát: "Souboj kapel..čekají Vás siloměry (měřidlo), air hokej..ukaz, (jednoznačný) že jsi ve formě".(boj) (přiznaná) Přiznaná soutěž, až boj. Boj mezi kapelami, ale i mezi lidmi v síle. Sdělení, že tam bude siloměr, tedy měřidlo. Příkaz k ukázání se.
 - Plakát Každý trénink se počítá.
 - Na plakátě dokonalá manželka jsou vidět hlavně její nohy. (hodnocení)
 - Human body
 - Na oplocení u výkopů je plakát: "Relax tanec".
 - V dálce na obrázku běžec marathonu,(cvičící lidé). Běžec běží.
 - F Na obchodním domě My je plán, kde je jaký typ zboží a u toho barevná siluta štíhlé ženy.
 - Nástěnka propagující tanec, obrázky, jak hubení tancují a jsou jim vidět břicho. F "Já create yourself" (stylizování) (jednoznačný) (změna) "s Evou Janíčkovou" (pomocní). Fotografie štíhlé ženy jak sedí v provazu. Je to něco jako nastajlovat se, vytvořit své já podle něčeho, změnit se. Rozkaz k tomu. Probíhá to s někým, s pomocníkem.
 - F Solarium Manhattan sun a fotografie dvou dívek jak leží proti sobě, tedy respektive jejich super štíhlých nohou, víc z jejich těl není vidět. (hlava) Je tam šipka (šipka), telefon a adresa. Jenom jedna konkrétní část těla, nemají obličej. Šipka přikazuje jít do solária, opálit se.
 - Salon nabízí prodloužení vlasů.
 - Reklama na novou barvu, jen tělo a vlasy, stejně jako u super vypracovaných těl, žádný obličej, (hlava). Tady není důraz na tělo a jeho tvar, ale na účes, přesto, když není možné (kvůli nutnosti předvedení účesu) neukázat hlavu, tak je zakryt alespoň obličej.
 - Tribal dance festival.

24.

Hlavní budova FF - Jazyková škola Akcent

Den: 11.dubna 2012

Trasa: Od budovy FF na metro Staroměstská A, přestup na Muzeu, metrem C na Budějovickou a pěšky k jazykové škole

Prostředek: metro, chůze

Poznámka: Tahle trasa byla navštívena už podruhé a opravdu tam kromě toho, co jsem zaznamenala minule už nic nebylo. Více jsem toho neobjevila.

- Štíhlá dívka v obepnutém oblečení stojí ještě s dvěma mladíky u metra.
- Trafika v má velký stojan s časopisy, jeden z nich se jmenuje Food a další v překladu italská kuchyně.
- Kluk běží a táhne skate. Po chvíli na protější schodišti jede kluk ve sportovní mikině.
- V metru je reklama na mobilní telefon, říká: "Výdrž, nad kterou se tají dech."
- Na nástupišti je plakát Sněhurky. Ta bývala nejkrásnější, navíc byla u kosmetiky Yves Rocher.
- Malý plakátek u stropu metra informuje, že proběhne benefiční běh seniorů a mateřinek.
- Plakát na casino mluví o hraní.
- Na domě cedule maxi chlebičky a na obrázku pod tím velikánská fotka dortu.
- Na parkovišti růžová bedna-přívěs, revoluce v hubnutí, břicho...A hned zatím před křižovatkou prodává hodně jídla, pizzerie stánky. (hubnutí) (kontrast) (změna) Hubne se na pozadí stánků s jídlem. Samotné slovo hubnutí je změna.
- Nad silnicí o kousek dál je billboard Casting Elite a fotografie hlavy dívky s rozevlátými vlasy. Jedním z partnerů je Ona Dnes.
- Vedle sebe stojí nehtové studio a kadeřnictví (řetězení) Kadeřnictví přes řetězení mluví o hubnutí.
- Na chodníku je napsáno Dance.
- Okolo mě projel cyklista.

25.

Anděl - BARRANDOV

Den: 12.4.2012

Trasa: Od metra Anděl B na tramvaj, tramvají do zastávky Sídliště Barrandov, pěšky v zastávbě do ulice V Remízku.

Prostředek: chůze, tramvaj

Poznámka: Pravá strana ve směru jízdy

-FF Nahore na sloupu od střechy metra několik cedulí "Nature house, nová výchova (pomocník) ve výživě, Trápí vás kila navíc?" fotografie dívky v plavkách jak drží váhu (měřidlo) a jí jablko....Pomocník bude učitel ve výživě, až hlídač. Váha je důležité měřidlo, podle kterého se určuje váha.

-Na obuvi Deichmann jsou na dveřích napsané velikosti XXL a XXS.(velikost). Stojí proti sobě dva tábory, oba mají dvakrát xx před sebou.

-V celém okolí je jeden nápis vedle druhého o jídle, ristorante, pizza, panini..

-Když odjízdim tramvají zahlédla jsem lavičku polepenou "Euforie fitness-pay as you go".

-Do tramvaje na mě z okolí přišel příkaz: "Přestaňte stárnout." (změna)(jednoznačný) Příkaz k zastavení stárnutí, ke změně chodu událostí, kterými je stárnutí.

-Jeden z obchodů s módou má na výloze velkým písmem napsáno S-XL-XXXL (velikost). Zase to nějak vymezuje silnější lidi, že mají zvláštní kategorii. Tady je dělení na tři tábory, ale svým způsobem jen vlastně opět na dva, protože mezi druhým a třetím je rozdíl pouze v počtu X.

-Obchod hlásá "Produkty pro jarní očistu duše i těla." (tělo) Je to jako detoxikace, které bývá u přípravků u celulitidy. Tělo a duše jsou tu vedle sebe.

-Bilbord na Miss se ptá: "Která bude královnou?" (přiznaná) Je to jasné soutěžení o královnu krásy.

-Vedle sebe je plakát Přidej se a běž (jednoznačný)(ostatní) a 1/2 marathonu. Příkaz k přidání se ostatním a běhu, tedy fyzické aktivitě.

-O kousek dál je Human body exhibition.

-Plakát v dálce vlastně ani nevím co znamená: "Bodycote, heat..".

-Připomíná se výstava Biostyl....už dříve bylo spojeno s postavou. (stylizování)

-DD

-Studio biogran nabízí mamikuru a pedikuru.

-V tramvaji mladá žena nese poměrně těžkou tašku, podle tvaru by v ní měla být tenisová páčka.

-Z okénka vidím na papíře siluetu bojovníka, zřejmě je to nějaké asijské bojové umění. (boj) Je to boj přirozeně přítomný v bojovém sportu.

-Vystupuje štíhlá dívka a ještě na podpatcích.

-Jiná slečna má minisukni, i když její nohy nejsou tak drobné jako předchozí dívky.

-V dálce se mihl nápis posilovna.

-F Zelená samolepka je na nástupišti tramvaje "Posilovna Barrandov v budově polikliniky, od 14.11.2011 nová otevírací doba ve všední den ráno již od 7:00." www adresa a tel. Co to znamená, že mají otevřeno už takhle brzo? Že mají lidé jít cvičit ještě před prací, že nebude přijatá výmluva nemám čas...??

-Další samolepka na posilovny je po cestě.

-Výrazný nápis cukrárna se šípkou. (šipka) (kontrast) Šipka příkazuje k návštěvě cukrárny. Předtím jsem ale minula posilovnu.

-Obchod Mini market je vidět za rohem.

-Na lékárně je plakát na snižování cholesterolu: (změna) "Přirozený způsob, bez nežádoucích účinků..kteří si chtějí snížit hladinu cholesterolu." Snižování je změnění.

-F Na Wellness studiu Bel corpo (tělo) je leták: "Darujte (jednoznačný) dětem pohyb, tanečky a cvičení s večerničky, tanečky z pohádky do pohádky, pohybová taneční průprava, společenský tanec pro předškoláky. Název zařízení říká krásné tělo. Jednoznačný příkaz k darování pohybu dětem. Forma vy.

-F Další plakát je "Hubneme do plavek" (změna) (ostatní) (hubnutí) My všichni hubneme, dělají to i jiní jedinci. Hubnutí je změna postavy." Jaro je tady a je čas myslet na léto. Jenže jak na to? (čas) Na jaře se myslí na léto. Známe recept. (pomocník) Pomocník zná recept, návod. Spojení certifikovaných strojů a našich zkušeností z oblasti Wellness (pomocník) nedává tuků šanci. (přiznaná) (boj) (tuk) Jako boj člověka s tuky, soutěž mezi tuky a člověkem. Pomocník má zkušenosti. Hubnout? Vytvarovat? Jmenovitě popsaná změna tvaru. Samozřejmě! Přijďte se (jednoznačný) podívat. Právě jsme zlevnili to, co k tomu potřebujete." Forma vy, rozkaz k přijetí sem. "Vacushape...Slimcaps přírodní spalovač tuků (boj) (tuk)-nejlepší na trhu (výhoda)....Podpurný anticelulitidní program na lékařském lehátku (boj) (tuk)...Lymforegen čaj...skořicový gel proti celulitidě...(boj) manuální lymfodrenáž..." Informace že slevy platí pouze v dubnu a květnu "Nepropásněte

(jednoznačný) jedinečnou příležitostí a navštívte **(jednoznačný)** Wellnes studio Bel corpo... Forma vy, opět příkaz k navštívení studia a využití příležitosti. Bojuje se proti tuku a celulitidě. Výhoda tím, že nejlepší na trhu.

-F Fotografie ženy, která není vychrtlá, je spíše štíhlá a stojí na Power Plate. **(cvičící lidé)**, Za ní jsou asi další posilovací stroje. Žena buď cvičí nebo se podrobuje nějaké proceduře.

-F plakát Dětská zumba. "...pro všechna akční kluky a holky **(hodnocení)**, To musíš **(jednoznačný)** zažít" Opět je to příkaz, asi dětem, že to musí prožít. Hodnocení, že je to pro akční.

-Další plakát na studiu se ptá: "Také **(ostatní)** se neumíte rozhodnout jakou dárkovou poukázku vybrat pro svou manželku či přítelkyni." a fotografie vykuleného muže. Forma vy. Rozkaz přijít si pro radu do wellness studia, když muž hledá dárkovou poukázku pro svou ženu. Je tam pouze poukázka pro ženy. Slovo také asi znamená, že i někdo jiný se nemůže rozhodnout. "Přijďte **(jednoznačný)** k nám! U nás **(ostatní)** najdete vše na jednom místě. Rádi vám poradíme a pomůžeme Vám se rozhodnout. **(pomocník)**. "Vacu shape" a žena stojící v nádobě. "A co taneční sál" a několik žen cvičí. "Na lehátko http" pouze lehátko. "Power plate?" a štíhlá žena s odhaleným břichem na něm stojí. "Nebo body roll?" Forma vy. Příkaz k přijetí sem. Pomocník poradí. U nich (u ostatních, jiných lidí) najdete.

-O kus dál je ve výloze jiného obchodu leták na nábor do tenisového klubu dětí. Píše se tam: "...bez přemrštěných výkonnostních nároků." Jako kdyby přemrštěnost byla běžná.

-Po cestě potkávám zbytky letáků na Takewoody.

-F Na domě, který vypadá jak zrušená teplárna je posprejovaná a pokreslená cedule "Asociace vizážistů a stylistů České republiky." Jsou to **(pomocníci)**. Sdružují se.

26.

Nákupní centrum Nový Smíchov - nákup šampónu

Den: 12.4.2012

Trasa: Nákupní centrum Nový Smíchov, nákup šampónu v areálu centra i v samotném Tesco

Prostředek: chůze

poznámka: Bylo složité si v obchodním centru dělat ke všemu podrobné poznámky. Po přepisu a doplnění komentářů k fotkám mohou být jednotlivé položky uvedeny v trochu jiném pořadí než šly za sebou v obchodním centru.

-V prodejně Ives Rocher jsem byla prodavačkou oslovena a dovedena k šampónům. Nad tím byly přípravky proti celulitidě. **(boj)** Bojuje se s celulitidou. Jeden měl trojí účinek-proti celulitidě, zeštíhlení, zpevnění a formování. Druhý bylo 14 denní **(čas)** zeštíhlující gel. **(změna)** I tento přípravek má uvedeno na kolik je dní, za kolik dní proběhne změna.

-Při procházce centrem jsem zaznamenala fotografii ženy jak jí čokoládu, prodejnu Body Basic **(tělo)**, kde prodávají šampóny, ale zřejmě nemají přípravky, které souvisí s hubnutím, pak jsem minula obchod věnovaný jen sportování.

-Obchod s oblečením má ve výloze růžovou ceduli: "Oblečení Reebok Easytone, získkej ze svého cvičení víc. **(jednoznačný)** **(výhoda)** Předběhnutí někoho, snaha být rychlejší než někdo. Forma ty. Rozkaz k získání více aktivit, které vedou k formování postavy, nošením určitého oblečení" Oblečení Reebok easytone má v sobě zabudované kompresní pásy, jejichž pevnost je navržena tak, aby vytvářely odpor **(boj)** v horní části těla **(tělo)** a na nohách při cvičení při každém vašem pohybu." K tomu je obrázek siluety ženy se zvýrazněnými pruhy na zádech a druhý se zvýrazněnými pruhy zezadu na stehnech. ...Vlastně už i nošením určitého oblečení se tvaruje postava. Tělo bojem s nějakou překážkou se tvaruje.

-Na nákupním košíku je napsáno: "Dostaň **(jednoznačný)** se na olympijské hry rychleji než Bold" **(čas)**. Předběhnutí někoho, snaha být rychlejší než někdo

-F F Potkávám výlohu, která je věnována jen hubnutí. "Hubněte Bio **(jednoznačný)**" **(hubnutí)**. "Melvita využívá dary moře" "Algascience zeštíhlete **(změna)** do plavek díky produktům moře" **(jednoznačný)** Forma vy. Příkazuje se zde, že člověk má zeštíhlit, změnit se. "Melvita biokosmetika s efektivním hubnoucím programem." **(hubnutí)** Uvnitř obchodu, kde prodávají také šampóny, je velký nápis "zeštíhlující kúra".

-Velká panenka Barbie v hračkářství má extrémně štíhlý pas.

-Parfumerie hlásá "zkrášli a ušetři". **(jednoznačný)** Forma ty. Rozkazuje se tu ke zkrášlování a ušetření.

-Jdu okolo Hervis sportu, vše je tam o sportu.

-V obchodě v rámci kadeřnictví mají jenom šampóny, žádnou jinou kosmetiku vypovídající o těle. U zboží ležel leták pro pro zákazníky, skoro až knížečka. První kromě jiného říká:

"Experimentujte, **(jednoznačný)** buďte kreativní a sami sebou." Jinak se letáku mluví o vlasové stylingu. Forma vy. Příkaz k experimentování a tomu, že má být člověk sám sebou, což je vlastně protiklad..což může být protiklad. **(stylizování)** vlasů přítomno.

-V další parfumeri je většina produktů popsána anglicky nebo francouzsky a české jsou hlavně popisky u cenovek. Hodně přípravků má nápis anti-age. **(boj)** Boj proti věku, stárí.

Popisky u produktů mají v názvu "zeštíhlující." **(změna)** Tělo se změní na štíhlejší. Jeden produkt má na sobě napsáno "I love my body" a "slimmg ritual"**(změna) (tělo)(ostatní)** Miluje své tělo, ale bude ho měnit. Nebo ho bude milovat až po změně. Další výrobek má nápis "celulitide-control". U regálu pak visí česká cedule "Zbavte **(jednoznačný)** se nechtěných **(hodnocení)** křivek" **(změna)** a u toho fotka hubené ženy v tričku a kalhotkách....když nechtěné křivky, tak člověk tedy část svého těla nemá rád. Rozkaz ke změně křivek, zbavení se, těch, co nechceme. Forma vy. Nechtěné křivky jsou toho, kdo to čte.

-Naproti je prodejna plavek se štíhlými figurínami, které byly po celou dobu okolo při procházce obchodním centrem. Tedy standardizace?

-Po vstupu do samotného Teska procházím kolem regálu s časopisy. Nejvýraznější nápisy hlásají: "Cizí špičky : Proč nás těší, když ostatní tloustnou" **(ostatní) (tuk) (změna)** Ostatní něco dělají nebo se jim něco děje, mění se. Mají více tuku. "Zadek jako broskev" **(hodnocení)** Porovnávání, hodnocení, přirovnávání, že něco je jako něco, že část těla je jako něco. V dalším regále se časopisy jmenují "Katka: Zdravá, krásná, fit" "Metro Zdravé hubnutí a na něm nápis Hubněte zdravě **(změna) (jednoznačný) (hubnutí)**. Forma vy. Tady se přikazuje hubnout. Měnit se. "Zdraví a na ně nápis Jak fungují spalovače tuků." **(boj) (tuk)** "Časopis Maminka a na něm Víte co jíte?" "Apetit a na něm Sladké Velikonoce".

-V oddělení oblečení visí na věšácích a ramínkách hodně plavek a letních věcí. Má to nějakou souvislost s tím, že dříve bylo řečeno, že se hubne do plavek?

FF Všimla jsem si rozdílu v postavách nafocených modelek. Na plakátu, kde není napsaná žádná velikost a je tam pouze značka, je vyfocena hubená modelka v plavkách. Na plakátu, kde je modelka kulatějších tvarů a je v letních sukni a šatech, velikost uvedená je(46-56). Obě modelky mají za sebou pozadí vody, ale pouze ta štíhlá má plavky. **(velikost)**. Běžné, normální, či malé velikosti jsou tedy brány automaticky, vymezují se pouze velikosti velké, ne malé

-V magazínu-katalogu, který je vydáván zdarma v rámci módní kolekce a je okolo plno stojanů s ním, má na obálce napsané "Nadměrné velikosti". **(velikost)** Soud rozděluje na dvě skupiny (normální) a nadměrný.

Po prolístování časopisem, kde jsou jen štíhlé modelky, je fotografie ženy s kulatější postavou na pláži v šatech a text: "V naší kolekci pro větší velikosti 46 až 56 **(velikost)** najdete nové barevné trendy léto sezóny-růžovou, purpurovou a černobílou" nadpis "Vysněný vzor." V článku se následně mluví o odvaze nosit potisky. Je zde věta: "Energické potisky vypadají **(hodnocení)** dobře na všech typech postav, **(ostatní)** své ženské tvary nejlépe prodáte v asymetrickém střihu." **(tvar)** Velikosti 46 až 56 jsou označeny jako větší. Mluví se opět o větších velikostech, není tu článek o menších velikostech. Přímě hodnocení jak něco vypadá, vypadá to dobře. Pojem ženské tvary. Všechny postavy, tedy všichni vypadají v tomto oblečení dobře.

-Na zadních deskách magazínu je fotografie páru, jak spolu běží a usmívají se na sebe. Oba dva jsou štíhlí, žena vychrtlá, muž má trochu svaly. Po boku je fotografie několika osobních vah **(měřidlo)**. "Dokonalý motivační partner **(pomocník)**. Připravte se na pláž"**(jednoznačný)** Forma vy. Jedná se o rozkaz ke snižování hmotnosti, před tím než člověk půjde na pláž, je to v tom skryto. Váhy měří hmotnost. motivační partner pomáhá. "Naše váhy jsou vyvinuty tak, abyste měli důvěru v jejich přesnost a kvalitu, a zároveň svým designem doplňovaly váš domov." (Je tedy důležité, aby váha dobře vypadala) "Váhy Salter jsou vašim dokonalým motivačním partnerem, **(pomocník)** který vám pomůže dosáhnout **(změna)** vaší cílové hmotnosti a který vám pomůže udržet toto léto v kondici. **(čas)** Toto léto budou váhy pomáhat udržet se v kondici. Dosáhnutí cílové hmotnosti je změna současně hmotnosti.

-V oddělení drogerie je nepřeborné množství krémů ve fialové tubě na hubnutí a celulitidu. Na různé části těla jsou různé krémy. Například "Lift-gel, vypínací gel na hýždě a boky", "intenzivní noční péče proti celulitidě" **(boj)** Proti celulitidě probíhá boj. "Slim-gel, zeštíhlující gen na břicho" "Slimming, Zeštíhlující tělové mléko." **(tělo) (změna)** Zeštíhlení je změna. Mlék určené pro tělo. Pak i gel na poprsí. Na většině krabiček je napsáno "zeštíhlí o jednu velikost" a nakreslený centimetr s červeným vyznačením. **(velikost) (měřidlo) (změna)** Ukázka snahy být menší a zařadit se tábora či smečky s menší velikostí. Je zde přítomen nástroj na měření velikostí i s vyznačením změny.

-FFF Další police v regálu jsou další výrobky: "Zpevňující gel proti celulitidě: Zpevňuje a redukuje vnější projevy celulitidy." (změna) (boj) a na obale štíhlá protahující se silueta dívky. Mění skrz zpevnění a redukování, vytvoří pevnější tělo a bez projevů celulitidy. Výraz proti celulitidě značí boj proti ní.

"Good bye cellulitide, my effect, 10 day serum" a tančící dívka v plavkách, kde je kolečkem daný důraz na její břicho, hýždě, stehna. (čas) Přípravek je na deset dní. "Zpevňující tělový olej, Pro všechny typy pokožky" (ostatní) a opět silueta dívky. (tělo) Je to olej pro tělo. Pro všechny pokožky, pro všechny lidi. "Zpevňující tělové mléko, Firming lotion, Zpevní již za dva týdny a zase silueta štíhlé ženy. (čas) Za dva týdny bude mít člověk pevnější postavu. (změna) Tělo bude zpevněno.

-F Sladká tyčinka se jmenuje Fitness, na krabičce je nakreslena také silueta štíhlé dívky podobné té nahoře a obrázek čokolády. (tvar) Silueta ukazuje tvar dívčího těla.

27.

Letňany - hlavní budova FF

Den: 13.dubna 2012

Trasa: Letňany, ulice Bludovická, pěšky na zastávku autobusu Tupolevova, autobusem na Ládví, odtud metrem C na Muzeum, přestup, metrem A na Staroměstskou k budově FF

Prostředek: chůze, autobus, metro,

poznámka v autobuse pravá strana po směru jízdy.

-Na obchodě s oblečením je tělo muže a ženy, svalnaté a štíhlé, ani u jednoho není vidět obličej, dívka je zády a muž bez hlavy. (hlava) Ukázka oblečení je bez hlavy.

-Reklama na solární kruhy říká "Ohřejeme bazén", je u toho štíhlá opalující se žena.

-Cukrárna nabízí.

-F Jako křížovka je sestaven plakát Střediska reflexní terapie...jsou zde slova například chirurgie, oxygenoterapie, rehabilitace, masáže, wellness, sauna, solarium, dream halter. Není tam žádný obrázek, jen modré pozadí, které připomíná moře. (kontrast) (změna) (řetezení) Díky např. solariu přes řetezení připomíná hubnutí a formování. Je to v kontrastu s cukrárnou, kde se jí sladké. Přítomna je tu i změna, chirurgie jistě mění tělo, rehabilitace také.

-Jdu okolo sportbaru.

-Na skle na naproti u polikliniky je napsáno "na tělovou péči 50% sleva". (tělo) Péče pro tělo.

-Na kulturním domě siluety lidí jak cvičí, (cvičících lidí), u např. cvičení pro ženy, aerobik, strečing.

-U střechy stejného domu F je cedule "Pohybové studio Sport Agency Praha". Nabízí hlavně tanec a pak například: cvičení pro ženy, rytmika pro nejmenší, taneční a pohybové kurzy pro děti.

-Za okénkem auta je nálepka McDrive. (kontrast) Cvičení a poté jídlo.

-F V zasklené nástěnce, kde jsou vývěsky pro občany plakát Studia zdravého pohybu. "Zumba-Joga-Flowin-T-Bow. Pomůžeme Vám-zhubnout, vytvarovat postavu, zlepšit fyzickou kondici, odstranit bolesti zda, upravit jídelníček." (změna) (pomocník) (hubnutí) (tvar) Postava na základě tvarování mění tvar. Oni pomocníci pomohou hubnout. "Nabízíme cvičební programy pod vedením zkušených lektorů, fyzioterapeutů a trenérů. Osobní a skupinové tréninky (ostatní) ve studiu nebo v přírodě." Když je skupina, znamená to, že to dělají i ostatní. V rohu je zřejmě logo "Fitness osobní trenér (pomocník) a silueta super štíhlé ženy. (tvar) Pomocník je trenér. Silueta určuje tvar. Dále jsou tam technické informace jako parkování a dopravy, www a tel., také portrét majitelky společnosti. Nahoře je fotografie štíhlé ženy jak s pomocí druhé cvičí (pomocník). Tentokrát je pomocník na fotografii.

-F Na té samé nástěnce je další leták či plakát, který má podobnou grafickou úpravu a použité barvy. "Fitnessie-Studio zdravého pohybu" (u dalšího názvu je i slovoProsek) a opět štíhlá silueta. "Hubnutí.(změna) (hubnutí) Zdravá záda. Jóga. Cvičení po porodu. Běžecská škola. Břicho zadek. Zumba. TRX." Potom "www.studio-fitnessie.cz." "Skupinové a individuální lekce cvičení s osobním přístupem. Skupinové lekce pro max. 5 klientů. (ostatní) Budou tam i jiní lidé. V kontaktech je v emailu za zavináčem @trener-fitness.cz (pomocník). Trenér je pomocník, vede člověka ve cvičení. Dále kontakty, mapa a vzdálenost časem od metra (čas). Vzdálenost ne v metrech, ale v minutách. Na plakátě jsou fotografie lidí při cvičení (cvičící lidé): Štíhlí lidé na lesní cestě, tři ženy a jeden muž, každá osoba s něčím cvičí a ukazuje to divákovi. Další - štíhlá žena v místnosti natahuje jakési posilovací lana, další-žena se protahuje nebo posiluje u lavičky v přírodě, další-štíhlá žena nese činky a stojí jednou nohou na polovičním míči, další-místnost se zrcadlem, další-místnost plná cvičebního náčiní.

- F Na potravinách Penny Market je "Začnete (**jednoznačný**) den Z(sic)ravým ránem i Vy" a fotografie produktů Aktivia. Forma vy. Rozkaz ke konzumaci něčeho, co má být zdravé. Je to rozkaz být jako ostatní, je tam uvedeno i vy, tedy ostatní už to dělají.
- Do Sport centra Praha vede šipka. (**šipka**) Příkazování k navštívení sportcentra.
- Všímám se velkého nápisu Intersport.
- Na lavičce se objevuje soutěž "O hraní víme vše." (**přiznaná**) Přítomnost soutěže mezi lidmi.
- Plakát nabízí produkt, který se jmenuje "hasičák na žaludek." Když se někdo přejí??
- Bude veletřh bazénů, saun a spa.
- Z ulice na mě dopadají nápisy "objednejte si dort" (**jednoznačný**) "mega-zdraví". Forma vy. Rozkaz k objednavce dortu, tedy ke konzumaci.
- Starší žena v metru má štíhlou vysokou postavu.
- Mladý muž jí rohlík s čokoládovou polevou.
- Prodejna Husky má celou výlohu plnou fotek lidí při sportu (**cvičící lidé**). Na nástupišti je plakát Human body, prošel muž kompletně oblečen v Adidasu, kluk pije z láhve vodu a na láhvi je třemi siluetami dívky rozkreslen nějaký cvik.
- Žena nese papírový balíček, vypadá to jako zákusky.
- Reklama hlásá: "Do práce na kole." Další "Poděbradské sportovní dny."
- Plakát na telefon má na sobě napsáno: "Výdrž, nad kterou se tají dech."
- Nápis "čas vaření." (**čas**) Některý čas je vymezen na vaření?
- Dívky se dívají na plakáty Human body a o něčem diskutují.
- Vidím sportovní budnu a tašku.

28.

Dejvice - Nusle

Den: 13.4.2012

Trasa: Z ulice Zelená po hlavní třídě ke kulaťáku, nástup na stanici Dejvická na metro, výstup na stanici Muzeum, tramvaji 11 do Nuslí, zastávka Horky, ulice Pod Pramenem

Prostředek: chůze, metro, tramvaj

Poznámka: v tramvaji na pravé straně po směru jízdy

- Na okně řeznictví je nápis: "Babiččin špek, tučný vepřový bok naložený tradičním způsobem dle našich babiček." (**tuk**) Je ve třech chutích pepř, paprika, česnek. Potom je uvedeno složení. Zajímavé...jinde se tuků a zbavují, tady je zdůrazněn, že tu je.
- Žena ve oblečená ve sportovním rychle jde po chodníku.
- Za výlohou je výrobek "Revital-pro zpevnění pleti". (**změna**) Zpevnění pleti, pleť bude změněna.
- O kousek dál je řasenka "díky síle tvarujících vláken". Opět tvarování. (**tvar**)
- Ve výloze se objevuje "youth code krém" a potom "mega objem." U řasenky je objem chtěný...
- Za oknem pravděpodobně starého bytu v přízemí je kelímek s kefirovým mlékem, které je polotučné. (**tuk**) Informace, kolik je tam tuku.
- Lékárna má reklama s nákupním košíkem a pálkou. Onem přípravek "posiluje tělesné a duševní funkce vitality." (**změna**) (**tělo**) Změna ve funkcích těla.
- Studio, které se zabývá pohybovým aparátem, nikde neříká, že se nějak podílí na hubnutí, se jmenuje "be balance."
- Pánské a dámské kadeřnictví má jen záclonky, vlastně žádné obrázky, které by něco říkaly k tématu.
- Studio Marilyn Monroe je nehtové studio, ale ona se neproslavila nehty...
- Na obchodu jsou fotografie cyklistů, je tam žena muž a dítě.
- F Spodek lampy je pomalovaný a popsáný, "Fitness Podbaba", činka a šipka (**šipka**). "Posilovna, solarium, intrasauna, aerobní cvičení, pilates-zumba-jóga" adresa, telefon, www.adresa. Šipka rozkazuje k cestě do fitness.
- V metru je plno a extrémně štlhá dívka si sedla kamarádce na klín, silná by asi nemohla...
- FFF Výtah vedoucí z metra Muzeum na chodník ven je několikrát polepen reklamou na sportovní aktivitu. Nálepky jsou ale hodně potřhané, takže není jasné celé sdělení "Revoluce ve světě sportu!" "Skákejte (**jednoznačný**) přes dva metry vysoko!" "Běhejte (**jednoznačný**) rychlostí 40km/h!" (**čas**) Kolik kilometrů za jaký čas. Jaká vzdálenost se dá za hodinu stihnout. "Zpevněte (**jednoznačný**) si postavu." (**změna**) "Zlepšete si (**jednoznačný**) kondici!" "Vše zábavnou formou" "Originální vánoční dárek" "Powerisers zvládne každý..." (**ostatní**) Na zbytku nálepky je silueta

člověka, jak má na nohou něco připevněno. Forma vy. Věty přikazují fyzickou aktivitu a zpevnění postavy. Oznámení, že je to zvládnutelné všemi.

-Procházím krytou uličkou plnou jídla a vůní. **(kontrast)** Předtím se mluví o fyzické aktivitě, přikazuje se k ní a teď je tu cítit jídlo.

-Na zastávce je reklama na kosmetické masáže a na nějaké pití, kde je detail úst jako koušou víno. Tramvaj informuje o benefičním běhu seniorů.

-U okénka vidím obchod s názvem Zdravá výživa. O zastávku dál je další zdravá výživa s biokomestikou.

-American style studio. **(stylizování)** Nastylizovat se jako v Americe...?

-Obchod inzeruje velikosti 34-50 a u toho je fotka hubené slečny v plavkách. **(velikost)**. Popsány velikosti odkud kam jsou, hraniční hodnoty.

-Výloha nabízí běhadla.

-"Formell" a u něj fotografie ženy v punčocháčích, zřejmě oblečení formující postavu. **(změna)** Oblečení formující, měnící postavu.

-Vidím sportoptiku.

-Stánek s pizzou a na něm retro fotky žen zezadu, jak sedí na lavičce.

-Na lavičce je plakát na veletrh Biostyl, **(stylizování)** který se věnuje výživě, a dole mezi partnery je Dieta (zřejmě onem časopis). Vytváření nějakého stylu, kde bude hrát roli i dieta.

-Jde muž po ulice a rychle jí.

-Žena s pivem v ruce vstoupila do kadeřnictví.

29.

Kino Aero - Václavské nám. (střední část)

Den: 14.4.2012

Trasa: Z kina Aero na zastávku Biskupcova, odtud tramvají do stanice Václavské náměstí a pěšky

Prostředek: chůze, tram, chůze

Poznámka: jízda po pravé straně tramvaje

-Plakát filmu Okresní přebor, o fotbale.

-Na dalším plakátě je žena v korzetových šatech, ale je to historický film... **(tvar)** Korzet jako předem daný tvar, do kterého se člověk nasouká.

-V dále je nápis na obchodu Vitalita.

-Obchod okolo kterého jdu se jmenuje Bellazi. **(hodnocení)** Už jméno je o kráse. Obchod pro kosmetické salóny. Ve výloze fotografie drobné ženy a v druhé výloze jakási trouba, asi na nějakou zkrášlovací proceduru, možná historickou?? Celé je to směrem ke standardizaci.

-Solarium Ergoline má ve výloze přípravek na "plnost a pevný tvar ženského poprsí." **(změna)** **(tvar)** Tvarování části těla je změna.

-Po zemi se po zbytek cesty na tramvaj povalují růžové letáky na "nail a beauty salon". Jsou tam ale uvedeny jen ceny za služby za nehty.

-Na lampě je leták s kurzy lezení pro děti.

-Růžový leták je špinavý pod autem.

-V druhé ulici jsou "Dámské oděvy pro štíhlé i plnoštíhlé". **(velikost)** Dvě skupiny vedle sebe.

-Na ceduli na domě se píše: "Kosmetika, laser, oční mikromasáž, pedikura, parafín, líčení a jiné..." Je u toho informace o otevírací době a telefon.

-Zahrada Žižkov nabízí sledování sportu i zapojení se do sportu.

-V atletickém areálu Sk Slavie se má konat něco, co je popsáno jako freestyle, disc, fotbal, ale asi to k ničemu neváže...

-Z tramvaje se mihají názvy steak, cukrárna, kavárna.

-Na fotografii štíhlé ženy v černém a černých punčocháčích a název Žižkov after.

-Mihlo se slovo box a obrázek boxerů.

-Lékárna má zase fotku velké tenisové pátky a nákupního košíků, tedy že lidem nezbývá energie.

-Dvě cedule na tenis za sebou. První je Tenis Olšanka a druhá "Tenisová škola Lucky H(...) Výhoda na vaší straně." **(výhoda)** Nic dalšího cedule neříkaly... Výhoda je dokonce uvedená, ale není nevím v čem.

-Na fotce jsou ústa jak kousají asi do vína.

-Nad hotelem Olšanka visí několik cedulí. Spinnig, swiming, zumba, kavárna, relax. Jako kdyby se v hotelu jen sportovalo a chodilo na kávu. **(kontrast)** Je to společně o sportování a konzumaci.

-Svatební šaty mají korzetový střih. **(tvar)** V šatech je člověk pomocí korzetu dotvarován.

--Prodejna Husky má celou výlohu plnou fotek lidí při sportu **(cvičící lidé)**. Na fotografiích lidé cvičí.

- V lékárně také běží na obrázku (cvičící lidé). Další lidé cvičí, provádí fyzickou aktivitu,
- Vchod do obchodu je z obou stran zarámován jakoby mumii nebo postavami z Egypta. Za výlohou jsou zřejmě obrázky procedur a tělocvičen, nápis je "Fitrop" a pod tím "Wellness".
- Svatební bílé šaty ve výloze vedle obleků pro muže jsou jen na drobných figurínách s drobným pasem. Silnější ženy se nevdávají...??
- Manikura a pedikura.
- Cyklisté přechází po ulici a o pár domů dál obchod "Moje kolo."
- Ležící štíhlá dívka oblečená jen do květin a u ní je nápis. "Která bude královnou?" (příznaná) Soutěží v kráse, hodnotit se bude i tělo.
- Taneční škola Danec.
- Za plakátem 1/2 Hervis marathon sedí zrudle několik žen.
- Výloha potravin je plná pití Relax.
- Siluety v pohybu u jakéhosi tanečního studia.
- Obchod s módou má figuríny oblečené v lehkých světlých modelech a tím vyniká jejich křehkost a štíhlost.
- Klinika Petra dlouze mluví o liposukci...už dříve řečeno.
- V jedné vitrině je nápis solerim inside a hned pod tím jsou kreslené skoro pastelkami figurky The Simpson family.

30.

Václavské nám. (střední část) - Ládví

Dne: 14.4.2012

Trasa: Z Václavského náměstí, na metro C Muzeum, výstup na stanici Ládví a odtud pěšky mimo sídlištní náměstí do ulice Kyselova

Prostředek: chůze, metro, chůze

Poznámka: po levé straně Václaváku

- Plakát říká, že se mám "nastajlovat". (stylizování) Tedy přetvořit se do něčeho.
- Česká televize natáčí nějakou ženu jak stojí a v pozadí má sochu koně. V televizi chce každý vypadat dobře.
- Hubená slečna od Hooters nabízí jídlo na plakátě.
- Fotografie štíhlé opálené dívky bez oblečení jak schoulí do sebe s výraznými šperky a vlasy, je to reklama Centrum krásy. "Beauty is what we do", kadeřnictví, spa a wellness, kosmetika, fitness a otevírací doba kadeřnictví a wellness. (ostatní) (pomocník) (řetězení) Oni dělají krásu. Oni jí dělají pro druhé a pro ně jsou pomocníci. Důležitý prvek v řetězení, je zde společně kadeřnictví a fitness.
- "Dopřejte (jednoznačný) své pokožce dokonalou výživu". Je to reklama na kosmetiku, na kosmetický salon, ne na jídlo. Forma vy. Rozkaz k pečování o pokožku.
- Štíhlé nahé tělo dívky bez hlavy propaguje epilaci. (hlava) Opět ukázané dokonce nahé tělo, ale hlavu má skrytou.
- Na stánku s jídlem je dívka nesená na zádech kluka, je štíhlá. Kdyby měla nadváhu, tak by těžko byla nošena..
- U vchodu do metra je obrovská prodejna pizzy.
- Na plátně při čekání na metro se míhají štíhlé, až vychrtlé, upravené a nalíčené dívky a u nich názvy metropolí.
- Skupina cyklistů čeká na stanici na metro a pár metrů dál jsou dva plakáty s cyklisty. (cvičící lidé) Cyklisté jsou přítomni na plakátech i v realitě.
- Plakát Human body.
- Dívka v metru si upravuje svetr v pase a pozoruje se přitom ve skle dveří u metra.
- Logo značky Puma je na tričku muže, špinavý muž, asi ze stavby, má adidas čepici.
- Mladík nese igelitku "pomáháme Vám žít zdravěji" (pomocník) (změna) "tesco organic" "recyklovaných." U toho nese mladík ještě tašku Kenvelo. Někdo pomáhá být jiný, než je člověk teď, pomáhá mu ke změně.
- Po výstupu z metra mívám nápisy "radíme cyklistům" (pomocník), "Biodomov", "Meditace". Jmenovitě popsaná pomoc, radí jim.
- Dvakrát jsou na kulturním domě Nadměrná velikosti (velikost) vedle Mladé módy, jednou na vývěskách a pak i fakticky obchody. Co to je mladá móda, protějšek staré módy? Zdůraznění skupiny, smečky mající velkou velikost. Mladá móda o velikosti nic neříká, vymezuje věk, což je jiné téma.
- "JM Sport" "vše pro sport a cyklo" a dále vidím vyhublou ženu s dítětem na kole.

-Kadeřnické studio nabízí kosmetiku Biolage a prodloužení vlasů. (změna) (Změna je pokaždé jiná - někde se ubírá, odebírá tuk, vlasy se přidávají..), presoterapie u které je fotka jak žena leží na lehátku.
-FF Dvě fotografie ženy v džínách a vysokých kozačkách, v tílku a dlouhých vlasech, štíhlé postavy, jak pózuje pro kolemjdoucí na chodníku u profi vibrastation, je u toho nadpis "cvičení na profi vibrastation."

F Pod tím je další plakát, který sděluje: "nenáročné cvičení na profiflošinách" "hubnete pouhým stáním" (hubnutí) (výhoda) "vibrace procvičí 100% svalstva" "10minut stání=1 hodina v posilovně" (čas, výhoda), "1 lekce trvá 30 minut" (čas) "účinné spalování tuků" (boj) (tuk) "posiluje svaly" "zlepšuje krevní oběh" "redukuje celulitidu" "zvyšuje hladinu kolagenu" "zlepšuje ohebnost" "zvyšuje hustotu kostí" "zlepšuje základní metabolismus" "zvyšuje hladinu testosteronu" "zlepšuje tvorbu hormonů" "šetrné ke kloubům" (výhoda), "prevence proti osteoporóze", "nemusíte se převlékat" (výhoda), "přijďte vyzkoušet zdarma" (jednoznačný).. (změna)- Celé to je příkaz k hubnutí..Forma vy. Příkaz k přijetí a vyzkoušení. Je to rozkaz k vyzkoušení metody formující postavu. Celé hubnutí a další zlepšení a vylepšení je změna. Výhody, že něco se opět dá nahradit něčím a uspořít při tom čas. Informace, kolik času člověku vezme jedna lekce. Proti tukům se bojuje. Výhoda je v šetrnosti ke kloubům. A není nutné se nijak upůsobovat, měnit šaty, což se u cvičení dělá.

Nikde ovšem není uvedeno kde a kam, výloha je to nějakých domácích potřeb. Další výloha patří prádlu Pleas. Dvě velké fotografie muže a ženy se dokonalými těly ve spodním prádle.

-Čtu nápis o Biolage "krása a zdraví vašich vlasů". Opět slovo zdraví...

-Trafika s časopisy a za sklem skoro celý stojan nějak mluví o tělu a hubnutí, jeho změně.

"Regenerace: přirozená cesta ke zdraví a kráse" "Kdy solíme pro zdraví?"

"Speciál Marianne zdraví a krása, Zdravé plastiky:Neškodné výplně a přirozené zákroky" (změna) (výplně-něco chybí ke standardu, potřeba doplnit.) "Jóga pro vás: Je libo zdravotní nebo relaxační?" na časopisu je fotografie ženy jak jí asi meloun nebo něco podobného.

"Dieta (časopis)" "VIP triky: Tipy filmových hvězd na dobití vašich baterek" "20 tipů jak být na jaře ještě krásnější." (změna) (hodnocení) Změnit se na krásnější. Něco možné přítomné v budoucno je hodnoceno jako krásnější, lepší." "Dieta za pomoci čtyřnohého mazlíčka!" (pomocník) (dieta) "Jak se vaří ve Jste to, co jíte" "Klára Issová: Od té doby co jím zdravě, nepřibírám." (ostatní) Někdo říká, nepřibírá, že si hlídá váhu.

Zvíře jako pomocník při dietě.

Neznámý časopis "Zdravá a fit: Tipy, díky nimž přežijete 21.století"

"Dejte sbohem tuku a čtěte FITNES" (jednoznačný) (tuk) Rozkaz říci sbohem tuku, zbavit se ho a číst časopis o sportování. Forma vy. "Krásné a pevné nohy" (hodnocení) Někde, není řečeno kde, jsou krásné a pevné nohy." "Vylepšete (jednoznačný) si figuru: snadno, rychle (čas) a doma." Forma vy. Jedná se o jasný rozkaz zlepšit svůj tvar postavy. Jde rychlé vylepšení figury, které nezabere moc času a nebude trvat dlouho. jsou tam možná šipky. "Vítězové se rodí v kuchyni" (přiznaná) To je zcela jasná soutěž, ale úplně jasné o co. "1..minu ...trén..bříc" zřejmě něco o tréninku břicha. Na obálce je žena v plavkách se štíhlou postavou, ani bych neřekla svalnatou.

"Jediný měsíčník o běhání Run, the world magazine". "Roman Skalský: Proč běhá jen do kopce?"

(ostatní) On , někdo jiný, běhá do kopce." "Ultra v sandálech: Na startus Tarahumary" "Revoluce v tréninku : Využijte pravěké geny(jednoznačný)" Forma vy. Příkaz k využití pravěkých genů při trénování. "39 bot na jaro a léto: Žhavé novinky v běžecké obuvi" "Maraton(...)" "Test Adidas miCoach (pomocník) Salomon XR Mission." Na obálce časopisu je běžec spíše drobnější postavy.

-Další plakát meditace, potom plakát futsal a florboll, human body.

-Slovo box a u toho fotografie několika boxerů jak se dívají na kolemjdoucího. (boj)

-V dále je "best golf shop."

-Za sklem v domě je stojanech na letáky je "XXXL nabídky týdne víc pro vás". (velikost)

Zdůraznění , že je to velké oproti jiným (letákům).