

STEREOTYPE

NOVÝ LIFESTYLOVÝ ČASOPIS

PRVNÍ VYDÁNÍ 20/12/2011

VYZKOUŠEJTE
NÁŠ TEST
ZJISTĚTE
JAKÝ JSTE
TYP



STEREOTYPE

VYZKOUŠEJTE NÁŠ
TEST, ZJISTĚTE
JAKÝ JSTE TYP



Tento projekt pracuje s genderovostí a nesmyslností testů v lifestyleových časopisech, a zároveň si pohrává s mediální realitou či simulováním výzkumu prostředí a postupů.

V různých fázích projektu jsme využívaly zejména taktiky cross-dressingu, transgendrové identity, tactical media a pseudovědeckého přístupu/mystifikace.



Dalším prvkem našeho projektu je mystifikace lifestyleových časopisů a snaha vymocit si od nich zveřejněním našeho testu jako právoplatného testu posvěceného vědeckou komunitou a vzniklého jako oficiální součást kurzu Tělo na poli umění a sociologie.

Námi vytvořený "genderově nestereotypní" test vyvolal u respondentů řadu (mnohdy protichůdných) reakcí. Téměř všichni respondenti se nás chvíli po začátku vyplňování testu ptali, zdali vůbec dostali dobrou verzi, jestli náhodou nedostali typ určený opačnému pohlaví.



TYP MARTIN



Jsi docela vyrovnaný člověk, ale nadruhou stranu si musíš dávat pozor abys nebyl vyrovnaný příliš. Vztahy ti většinou nedělají problém ale občas není na škodu dát si od nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřežej. Nezaškodilo by ti zajít si taky někdy do fitka.

Klasické testy mají zpravidla několik možných typů výsledků, ke kterým se respondent zařadí na základě počtu získaných bodů či převahy určitých odpovědí. Jelikož jsme ale chtěly poukázat především na to, že výsledky testů z internetu či časopisu obvykle nic nového neprozrazují, vytvořili jsme jeden univerzální výsledek.

Masarykova univerzita

Fakulta sociálních studií



„A je to vážně pro chlapy?“

aneb

Genderová stereotypizace v testech lifestylových médií

Závěrečná týmová práce do kursu Tělo na poli umění a sociologie

Andrea Bělehradová, UČO: 363058

Zuzana Jakalová, UČO: 231674

Dominika Marsová, UČO: 362105

Martina Měříčková, UČO: 363743

Kristýna Nytrová

Semestr: podzim 2011

1. Úvod

Náš projekt odstartovala diskuze o nesmyslnosti různých testů v lifestyleových časopisech. Ve skupině jsme dospěly k jednotnému názoru, že fungují pouze jako způsob, jak naplnit časopis stránkou navíc, nebo nalákat potenciální čtenáře pod příslibem, že se jim na základě deseti jednoduchých otázek dostane „vyhodnocení jejich osobnosti“. Toto vyhodnocení nicméně ve většině (ne-li ve všech) případech bývá velmi triviální, obecné, a absolutně nereflektuje „skutečné“ osobnostní typy, neboť neužívá (resp. neuvádí) žádných odborných metodologických postupů, a většinou se tak jedná jen o kategorizaci osob na základě stereotypních odpovědí na stereotypní otázky.

Náš předvýzkum, v rámci něhož jsme procházely různé ženské i mužské časopisy a webové stránky obsahující tyto typy testů, nám potvrdil domněnku, že klasické časopisové testy pro ženy se často zabývají ženskou psychikou, emocemi, mateřstvím, krásou, dietami a dalšími oblastmi, které jsou tradičně ve společnosti spojovány právě s ženskou genderovou rolí. Na druhou stranu testy pro muže obsahují témata jako kariéra, aktivní role v sexu, jídlo, alkohol, a podobně¹.

V rámci projektu do kursu Tělo na poli umění a sociologie náš tým zajímalo, jak by lidé reagovali v případě, kdyby se tyto testy otočily - tedy pokud by muži dostali „Test pro muže“, který by zahrnoval otázky z typického ženského testu, a naopak, kdyby ženy obdržely typicky „mužské otázky“ v testu nezvaném „Test pro ženy“. Tímto otočením totiž o to více vyniknou genderové stereotypy, se kterými se v těchto testech setkáváme, jsou lépe rozeznatelné, a reakce lidí tak můžeme o to lépe sledovat. Naším hlavním cílem tedy bylo zjistit, jaké reakce vyvstanou, pokud jsou lidé vystaveni situaci, ve které jsou genderové stereotypy obráceny.

Součástí projektu byla také jeho umělecká část, v rámci které jsme se na fotografiích stylizovaly do postav žen i mužů. Ty následně figurovaly na kartičkách s výsledky, jež testování respondenti obdrželi po vyplnění a „vyhodnocení“ jejich testu. Ve skutečnosti však k žádnému reálnému vyhodnocování nedocházelo, neboť našim hlavním cílem bylo sledovat

¹ Tato témata se objevovala v testech na stránkách ForExample.cz, kde jsou vždy v jednom sloupci uvedeny testy pro ženy, a v druhém verze pro muže. Po porovnání obou verzí je na první pohled patrné, jaké stereotypní představy o mužství/ženství autoři těchto testů uplatňují při jejich vytváření - například: Jak prožíváte Vánoce? vs. Znáte světové vánoční tradice?; Jaká jste matka? vs. Jste připraven být otcem?; Dokážete kontrolovat své emoce? vs. Jak komunikujete s ostatními? [www.forexample.cz]

a následně analyzovat pouze reakce testovaných osob na test a výsledné kartičky - jak na jejich text tak i fotografie.

Práci nejdříve uvádíme do uměnovědného kontextu, následuje představení přípravné fáze projektu a jeho samotného průběhu. V teoretické části poté představujeme teorii Suzanne J. Kessler a Wendy McKenna, kterou využíváme k formulaci výzkumných otázek a používáme v samotné analýze.

2. Uměnovědná část

Základním cílem projektu bylo pracovat s genderovaností a nesmyslností testů v lifestyleových časopisech, a zároveň si pohrávat s mediální realitou či simulováním výzkumného prostředí a postupů. V různých fázích projektu jsme využívaly zejména taktiky cross-dressingu, transgendrové identity, tactical media a pseudovědeckého přístupu/mystifikace.

2.1. Cross-dressing jako umělecké téma

V první fázi projektu bylo naším záměrem rozehrát hru s genderovou identitou. Kvůli jednoduchosti prezentace mužů a žen v testech lifestyleových časopisů jsme se rozhodly, že samy sebe nastylizujeme do různých poloh maskulinných a femininných rolí, které by potenciálně pokryly pomyslné spektrum typů, se kterými se běžně můžeme časopisech a výsledcích testů setkat.

S podobným pohráváním si s vlastní identitou pracuje například americká umělkyně Cindy Sherman. Tato pionýrka sebestylizace se sice neinscenovala do mužských rolí, nicméně v průběhu své několik dekad trvající kariéry se pózami, oblečením, výrazy obličejů, make-upem a vhodným pozadím stylizovala do pozic žen různého věku, sociálního statusu, původu či profese. Podobným způsobem pracuje např. i česká fotografka Dita Pepé, která se ve svých fotografických sériích „Portréty s muži“ stavěla do rolí partnerek mužů a matek od rodin z různého sociálního zázemí².

Témata sebe-stylizace a travestitních praktik v rámci našeho projektu ale nejlépe vystihuje termín cross-dressing, tzn. oblékání se do šatů tradičně v dané společnosti

² [www.ditepepe.cz].

příslušících opačnému pohlaví. Cross-dressing je v teorii běžně spojován s jevem transvestitismu, ale zatím co transvestitismus je chápán jako kontinuální převlékání se za opačné pohlaví, cross-dressing vyjadřuje pouze jednotlivý akt převléknutí se.

Jako fotografka lidí s různou sexuální i genderovou identitou pracovala od poloviny 70. let i Nan Goldin. Ta se proslavila právě zachycováním queer a transgender subkultury raných 80. let. Na domácí umělecké scéně se můžeme setkat s přímými ukázkami cross-dressingu jako umělecké strategie v podobě projektu Lenky Klodové „Travesti Show“ z roku 2001, kdy umělkyně v mužském převleku na veřejnosti kojila své dítě.

2.2. Tactical media a pronikání do mediálního prostoru

Dalším prvkem našeho projektu byla mystifikace lifestylových časopisů a snaha vymocit si od nich zveřejnění našeho testu jako právoplatného testu posvěceného vědeckou komunitou a vzniklého jako oficiální součást kurzu Tělo na poli umění a sociologie.

Toto vědomé pohrávání si s mediální realitou se v mediálním a uměleckém kontextu vyskytuje ve zvýšené míře od poloviny 90. let, naplno však vystupuje s výraznějším trendem politického umění po roce 2000. Již vstup Orsona Wellesse do vysílání s děsivou zprávou o napadení Země mimozemšťany v roce 1938 však můžeme chápat jako pokus o tactical media strategii. Emblematickými skupinami pracujícími se strategií tactical media jsou umělecké skupiny jako RTMark, Yes Men nebo Critical Art Ensemble.

Strategii tactical media se pokusil pojmenovat teoretik a kritik umění Ray Gene: *Tactical media pojmenovává proud různorodých kritických kulturních praktik a teoretických perspektiv (...). Ti, kteří používají tactical media, inklinují ke kolektivní práci, oceňují efemerní události a jevy před trvalými díly a monumenty, a amatérskou mnohostrannost před specializovaným profesionalismem. (...) Invenční, „udělej-si-sám“ praktiky tactical media mají tendenci být namířené na lokalizované, potulné nebo přenosné intervence, ukazují výjimečnou zálibu v technickém vychylování a zvratech, a někdy rozvíjejí anonymitu, kamufláž nebo podloudnost³, aby zahladily své stopy. Ti, kteří využívají tactical media, stojí často sebevědomě v opozici; primárně vůči autoritářským strukturám moci, a proti hierarchické kontrole technologií a zdrojů.* [Gene 2006: 31] Právě směs zmíněných principů jsme využily při obesílání různých tištěných magazínů, zejména z vydavatelství Stratosféra v závěrečné fázi našeho projektu.

³ Přeloženo z anglického „clandestinity“.

V českém kontextu můžeme na tactical media narazit zejména u několika uměleckých akcí realizovaných různými uměleckými skupinami. Výraznou a nejvíc medializovanou skupinou je pravděpodobně skupina Ztohoven. Ta proslula zejména nabouráním se do živého vysílání České televize a odvysíláním falešného jaderného výbuchu uprostřed českých hor, nebo neméně medializovanou kauzou Občan K, kdy na sebe členové skupiny vzali cizí identity a několik let v rámci nich fungovali a vykonávali různé civilní úkony (např. se ženili).

Ptáme-li se po genderovém rozměru aktivit tactical media, nebo strategií k nim přidruženým, můžeme se vrátit již do roku 1993. Právě tehdy americká skupina RTMark jako jedna z prvních, začala využívat postupy jako culture jamming⁴ pro napadení genderových stereotypů vázajících se ke kultovním postavám – mluvícím hračkám G. I. Joeovi a Barbie. Tyto výrazně genderované hračky skupina přetvořila tak, že ustanovila tzv. Barbie Liberation Organisation, kterou prezentovala jako organizaci rozzlobených dětských hraček, která bojuje proti genderovým stereotypům. V praktické rovině členové skupiny měnili mluvící součásti mezi Barbie a G.I. Joem, a vraceli je zpátky do oběhu. G.I. Joe tak vyzýval děti k tomu, aby s ním šly nakupovat, a Barbie vydávala zvuky střelení ze samopalů. Tato subverzivní taktika byla medializovaná i v americkém televizním zpravodajství⁵.

V českém prostředí rozebírá genderová témata pomocí tactical media strategií zejména umělkyně Jana Štěpánová. Ta vytvořila internetovou stránku „Rent a baby!“, kde nabízí možnost adoptovat si dítě, které by si mohli potenciální zájemci objednat formou e-shopu⁶. Projekt má poukázat na složitost české legislativy a byrokratické překážky při adopci dětí, tváří se však jako opravdový e-shop, s možností výběru dítěte jako zboží, které si můžete vložit do košíku. Dalším jejím projektem je rovněž internetová stránka „One of us“, na které je možné hlasovat ve třech anketách, které se týkají genderové či sexuální identity⁷. Hlasující si mohou vybrat ze tří osob, u kterých se rozhodují, které z nich ta-která identita nepatří (muž, žena, lesba). Není však úplně jasné, co může hlasující vyhrát, a zda, jak a kdy se dozví výsledky. Může však hlasovat i formou SMS, výtěžek bude použit na podporu Festivalu Jinakosti.

⁴ Culture jamming je kritická taktika, která pracuje s obrazy z komerčního průmyslu a využívá je pro kritiku konzumerismu, společnosti apod. Typickým příkladem je např. pozměňování log korporálních firem.

⁵ [www.youtube.com/watch?v=OVT4T7OR3iQ].

⁶ [www.rent-a-baby.cz].

⁷ [www.one-of-us.cz].

2.3. Umění a výzkum, společný jazyk, společný záměr?

Poslední výraznou rovinou, která se prolínala všemi dalšími, bylo zachování dojmu reálného výzkumu, i když jsme ve své podstatě nevyužívaly vědeckých postupů.

Metody, které se v uměnovědném diskurzu udomácnily pod jmény jako projektové umění (project-based art), umění založené na výzkumu (research-based art) nebo umění založené na vědění (knowledge-based art), by se daly charakterizovat právě výrazným příklonem k výzkumné složce uměleckých projektů. Teoretička Kathrin Busch říká, že *umělci (...) integrují výzkumné metody a vědecké poznatky do svých uměleckých procesů do té míry, až se zdá, že se z nich vyvíjí nezávislá, samostatná forma vědění* [Bush 2009]. Tyto projekty tedy stojí někde na pomezí výzkumu, vědy a umění a často řeší reálné problémy (ekologické, sociální apod.), nebo např. v duchu nové historiografie umělecko-historickým přístupem znovu zhodnocují význam událostí a dějů z minulosti nebo dějin umění.

Projekty založené na výzkumu ve smyslu research-based art se v umění začínají objevovat zejména od 70. let, kdy nastupuje silnější vlna konceptuálního umění⁸. Mnohé z takto orientovaných uměleckých projektů adoptovaly i metody sociálních věd, jakými jsou dotazník, terénní průzkum apod. Průkopníkem tohoto přístupu byl umělec Hans Haacke, který v roce 1970 vystavil v Muzeu moderního umění v New Yorku (MOMA) otázku, týkající se aktuální politické situace, a pod ní umístil průsvitné volební urny. Návštěvníci byly požádáni, aby otázku zodpověděli. Do jedné urny vhadzovaly kladné, do druhé záporné odpovědi. Navdzyory anonymitě odpovědí bylo možné v urnách vidět, která odpověď převládá⁹. Aktuálními projekty z českého prostředí můžou být projekty držitelky Ceny Jindřicha Chalupického Barbory Klímové. Ve svém projektu „For those who were not born here“ například budovala alternativní mapu Ostravy podle spomínek jejich obyvatelů na své dětství. Pracovala metodami, které stály na pomezí umění a sociologického či geografického výzkumu: formou procházek, rozdaných dotazníků a rozhovorů s respondenty¹⁰.

I my jsme se v našem projektu rozhodly čerpat z různosti našeho týmu, a pro podržení subverzivního (tactical media) tónu práce jsme využívaly sociologický přístup, který ale reálný výzkum představoval jenom zčásti, a zčásti jej pouze simuloval.

⁸ Konceptuální umění se orientuje zejména na myšlenku či koncept, který za daným uměleckým dílem stojí, než na jeho (estetickou) formu.

⁹ [http://www.arts.ucsb.edu/faculty/budgett/algorithmic_art/haacke.html]

¹⁰ [<http://www.ffa.vutbr.cz/~qvklimovab/?page=pga1&menu=2>]

3. Přípravná fáze projektu

Základem pro náš projekt bylo vytvoření dvou testů o deseti otázkách – jednoho pro ženy a jednoho pro muže. Nejprve jsme chtěly hledat inspiraci pouze v tištěných lifestyleových časopisech. Ukázalo se ale, že se testy v mužských časopisech buď neobjevují vůbec anebo jen zřídka. Z tohoto důvodu jsme se zaměřily především na internetovou stránku www.forexample.cz. Ta pravidelně uveřejňuje testy pro muže a ženy, týkající se zpravidla jednoho tématu, přičemž jsou ale oběma pohlavím kladeny jiné typy otázek, které korespondují se stereotypní představou o správném mužství/ženství.

Otázky jsme nechtěly zaměřovat jen na jednu oblast (například vztahy, kariéra, a podobně), a proto jsme zkombinovaly různé testy dohromady. Odpovědi jsme buď nechaly v původní verzi anebo si je samy stylizovaly tak, aby ještě více vynikla jejich absurdnost a stereotypnost. V poslední fázi jsme testy přetočily – tzn., aby původně ženský dostali muži a naopak.

Klasické testy mají zpravidla několik možných typů výsledků, ke kterým se respondent zařadí na základě počtu získaných bodů či převahy určitých odpovědí (např. typu A). Jelikož jsme ale chtěly poukázat především na to, že výsledky testů z internetu či časopisů obvykle nic nového neprozrazují, jsou příliš obecné (ostatně z deseti otázek přece nemůžeme o člověku nic zjistit), a nikdy nevyznívají veskrze dobře nebo špatně¹¹, vytvořily jsme jeden univerzální výsledek. A tak i když mohl být respondent na základě testu oficiálně zařazen do jednoho z pěti typů (Andrej/a, Dominik/a, Kristián/ýna, Martin/a, Zoran/Zuzka), výsledný text byl vždy totožný. Při tvorbě tohoto textu jsme taktéž vycházely z internetové předlohy. Formulovaly jsme ho velmi obecně, abychom obsáhly všechna témata, kterým se jednotlivé otázky věnují, a jelikož jsme se kvůli jeho univerzálnosti chtěly vyhnout používání kategorií muž/žena, záměrně jsme použily relativně neutrální označení „člověk“¹².

Abychom podpořily fikci možnosti získat rozdílné výsledky testu, nafotily jsme deset různých fotek – pět mužských a pět ženských korespondujících s výše zmíněnými typy. Každá ze členek našeho týmu tak ztvárňovala jednu ženskou a jednu mužskou verzi. Když jsme se fotily v podobách mužů, daly jsme si především záležet na tom, aby byli dva z nich výrazně femininní (Andrej a Dominik), jeden „střed“ (Martin) a dva výrazněji maskulinní

¹¹ Například ve výsledku z testu „Jste spokojeni ve své práci“ se lze dočíst, že vás náplň vaší práce sice stoprocentně nenaplňuje, ale v postatě to nijak zvlášť neřešíte.

¹² Uvědomujeme si, že ani označení „člověk“ není úplně neutrální, jelikož si ho stejně podvědomě spojujeme s maskulinitou.

(Kristián a Zoran). Výsledné fotky jsme následně vytiskly společně s textem na kartičky určené respondentům.

Jelikož pro nás nebylo důležité, jaké odpovědi respondent zvolí, koneckonců jsou výsledky našeho testu naprosto totožné a nic-neříkající, nepotřebovaly jsme do projektu zapojit velké množství dotazovaných. Vzhledem ke kvalitativní povaze našeho výzkumu jsme si stanovily počet respondentů na celkem třicet – patnáct žen a patnáct mužů. Výběr respondentů jsme provedly na základě dostupnosti – tedy přímo v budově Fakulty sociálních studií MU, čímž jsme zúžily výběrový soubor na studenty FSS cca ve věku od devatenácti do dvaceti šesti let.

4. Průběh projektu

Šetření jsme provedly ve čtvrtek 1. 12. 2011 od 10:00 do 14:00 hodin v atriu a Krmítku budovy FSS. Dotazníky jsme studentům prezentovaly jako možnost otestovat si svoji osobnost, přičemž jsme samozřejmě zdůrazňovaly dobrovolnost jejich účasti. Pokud měli zájem zapojit se do projektu, daly jsme jim k vyplnění námi vytvořený test. Když byli s odpovídáním hotovi, naoko jsme test vyhodnotily a víceméně nahodile¹³ jim přidělily kartičku s „jejich“ výsledkem. Celý průběh jsme nenápadně sledovaly z povzdálí a dělaly si terénní poznámky. Nakonec jsme se jich ještě zeptaly, co si o celém dotazníku a jejich výsledku myslí – co říkají na otázky, jak se jim odpovídalo, zdali bylo složité si z odpovědí vybrat, jestli na ně výsledek sedí a podobně. Do našeho výzkumu jsme záměrně nezapojily jen jednotlivce, ale i skupiny. V takovém případě jsme daly test všem členům dané skupiny a sledovaly jejich interakce nejen během samotného vyplňování, ale i po „oficiálním“ ukončení testování.

5. Teoretická část

Jak píše Suzanne J. Kessler a Wendy McKenna v knize *Gender: An Ethnomethodological Approach*, neexistují žádná kritéria, podle kterých bychom mohli osobu jednoznačně označit jako ženu, nebo muže, avšak pokud potkáme cizího člověka, jedna z prvních věcí, kterou o něm usuzujeme je jeho pohlaví. Tomuto přiřazování se říká gender attribution, což je proces založený na informacích, jejichž významy jsou společensko-kulturně

¹³ Podle toho, jaký typ nám respondent připomínal, či jaká kartička nám „přišla pod ruku“.

sdíleny. V zásadě jsou tyto významy podmíněny fyzickým vzhledem a genderovými rolemi, které se v dané společnosti k jednotlivým pohlavím vztahují. Gender attribution je velmi komplexní proces, který vyžaduje minimálně dvě osoby: jednu, která přiřazování provádí, a druhou, které je gender přiřazován. Základní schéma toho, jak lidé připisují gender ostatním, je popsáno následujícím tvrzením: *Pohlížeť na osobu jako na ženu, jenom pokud na ni nemůžeš nahlížet jako na muže.* [Kessler, McKenna, 1985: 158]. Přičemž pro kategorizaci jedince jako muže musí atributor spatřovat alespoň jednu známku typicky maskulinního rysu, kdežto u žen je jich často potřeba víc. [Kessler, McKenna, 1985]

Specifickým typem gender attribution je gender assignment, což je jednorázový proces, při kterém je dítěti těsně po narození přiřazen jeden ze dvou genderů, a to na základě jeho genitálií (penis – muž, vagína – žena). Je však rozdíl mezi tím, jaké má člověk genitálie a kým se cítí být uvnitř. Sebe-přiřazení k určitému genderu je označováno pojmem genderová identita, která je však naprosto nezávislá na tom, jaký gender člověku přiřadí ostatní. [Kessler, McKenna, 1985]

Kessler a McKenna prezentují teorii procesu gender attribution především na příkladech transsexuality. Zdůrazňují, že *nestudují transsexuály z toho důvodu, že by prováděli gender attribution neobvyklým způsobem, ale naopak protože konstruuji gender těmi nejobyčejnějšími způsoby jako my všichni* [Kessler, McKenna 1985: 127-128]. My s jejich teorií pracujeme a zajímáme se konkrétně o to **jak lidé reagují, když jsou vystaveni genderově nestereotypním otázkám? A v případě mužských respondentů zkoumáme i to, jak interpretují fotografie, na nichž jsou ženy performující muže.**

6. Analýza

Analýza se skládá ze dvou základních částí, které korespondují s našimi výzkumnými otázkami. Nejprve se zaměřujeme na reakce respondentů při samotném vyplňování testu a následně na to, jakými způsoby interpretují výsledné texty a fotografie z kartiček, které obdrželi po vyplnění testu.

6.1. Reakce při/na vyplňování testu

Nejvíce materiálu pro analýzu nám poskytly skupiny, jelikož spolu jednotliví členové test zpravidla nahlas rozebírali a nám tak bylo umožněno zaznamenat, jak na jednotlivé

otázky reagují. Kdežto u jednotlivců jsme zjišťovaly dojmy z testu pouze při závěrečném rozhovoru, takže nám mohly některé jejich reakce uniknout.

Námi vytvořený „genderově nestereotypní“ test vyvolal u respondentů řadu (mnohdy protichůdných) reakcí. Některým se vyloženě líbil, i když to bylo spíše z toho důvodu, že jim přišel vtipný a jiným připadal zajímavý (dokonce nás jedna slečna požádala o jeho kopii). Většina však reagovala neutrálně, nechápavě nebo negativně. Téměř všichni respondenti se nás chvíli po začátku vyplňování testu ptali, zdali vůbec dostali dobrou verzi, jestli náhodou nedostali typ testu určený opačnému pohlaví, jak ukazuje následující situace:

Test jsme daly vyplnit jednomu klukovi a řekly mu, že kdyby něčemu nerozuměl nebo potřeboval něco upřesnit, ať se nás zeptá. Po chvíli nás oslovil s dotazem, jestli „doopravdy dostal test pro chlapy, že se mu to fakt nějak nezdá“. Když jsme ukázaly, že je v hlavičce napsáno „Test pro muže“, řekl jen „Aha..!“ a bez dalších poznámek se vrátil k vyplňování.¹⁴

Poznámka č. 1

Otázku o správnosti testu pokládali jak jednotlivci, tak i skupiny. Zajímavé však bylo, že i když jsme všem řekly stejnou odpověď (že jsme jim samozřejmě daly dobrý test a ať se podívají na jeho hlavičku, kde je to napsáno), reagovali odlišně. Jednotlivci (viz. poznámka č. 1) většinou řekli jen „aha“, „tak jo“ a test vyplňovali bez dalších otázek nebo připomínek. Domníváme se, že zde klíčovou roli sehrál fakt, že neměli nikoho, kdo by podpořil jejich tezi o nesprávnosti testu. Jedinou možností pro diskuzi jsme byly my, ale jelikož jsme jim jejich domněnky vyvrátily a ještě k tomu byly vůči nim v pozici „autority“- neboť jsme byly v roli „výzkumnic“ – přijali test jako správný a navenek dál nepochybovali. Jsme si ale vědomi toho, že i když dále neprotestovali, nemůžeme vyloučit ztrátu jejich pochybností. Skupiny se naopak, zřejmě právě díky možnosti interakce, nepřestávaly nad testem pozastavovat a navzájem diskutovat jeho ne/správnost a „nesmyslnost“ či nevhodnost otázek.

Test současně vyplňují dvě kamarádky. Slyšíme, jak jedna z nich říká: „Ježíšíš, já vůbec nevím, co si mám vybrat.“. Druhá jí hned

¹⁴ Text vyznačený kurzívou je přepisem nebo parafrázováním našich terénních poznámek, které jsme pořídily v průběhu realizace projektu.

odpovídá: „Vid', taky vůbec nevím. Byly by tam potřeba jiný odpovědi... Nebo myslíš, že je to schválně tak rafinovaný?“ „Jo asi to tak bude.“ (...)

Po vyplnění testu se jich ptáme, jestli se dalo z možností v pohodě vybrat, nebo jestli jim něco dělalo problém. Obě odpovídají, že se sice pobavily a test jim přišel zajímavý, ale bylo by možná dobré tam dát i nějaké dopisovací otázky.

Poznámka č. 2

Z výše uvedené terénní poznámky vyplývá, že se respondenti nebyli schopni s testem genderově identifikovat¹⁵. Pro respondenty tedy nebylo jednoduché odpovědět na otázky už jen z toho důvodu, že neodpovídaly jejich genderové identitě. Řada z nich si proto stěžovala, že by potřebovali jiné typy možností nebo alespoň prostor, kde by mohli napsat svoji vlastní odpověď. Testové otázky jim přišly natolik nestandardní, že někteří z nich zdůrazňovali, že „*se s takovými situacemi ještě nikdy nesetkali*.“ V rámci projektu se nám dokonce stalo, že i když respondentka ze začátku projevovala zájem o vyplnění testu, po chvíli nám ho vrátila zpět s omluvou, že „*není vůbec schopná si z možností vybrat, a tak nám radši nevyplněný test vrací*.“ Ostatní si test sice vyplnili do konce, ale stejně přitom dávali najevo, že si nejsou schopni vybrat tu odpověď, která by jim vyhovovala. Reagovali slovy, že „*to jsou blbý možnosti, prostě si vyberou tu nejmíň hroznou*“ nebo do testu vpisovali komentáře. Respondentky dopsaly poznámky typu „*wtf*“¹⁶, „*lol*“¹⁷ a podobně, zatímco u respondentů se objevovaly spíše konkrétní „opravy“. Například u otázky „*Jak se vyrovnáváš s rozchodem*“ si respondent upravil odpověď „*jím tuny čokolády*“ na „*piju litry rumu*“. Měly jsme možnost vyslechnout i následující rozhovor:

Test vyplňují dva kamarádi, hlasitě komentují jednotlivé otázky a téměř nepřetržitě se u toho smějí. Během jejich konverzace zachytíme poznámky typu: „Který normální chlap by chtěl jako dárek anální kolík?! Ty někoho takovýho znáš?“, „To jsem

¹⁵ To jsme samozřejmě ani neočekávaly vzhledem k tomu, že jsme test sestavovaly záměrně tak, aby stereotypně odpovídal spíše druhému pohlaví.

¹⁶ WTF je zkratkou z anglického „*What the fuck?*“, což ve volném překladu znamená „*Co to sakra má být?!*“.

¹⁷ LOL je zkratkou z anglického „*Laughing out loud*“, což ve volném překladu znamená „*Směji se, až se za břicho popadám*“.

*nějaká pipina, abych po rozchodu brečel s čokoládou v ruce?!“
nebo „Když dám lásku, budu beznadějném romantik, když sex
budu prase, a když respekt tak budu gangsta.“*

Poznámka č. 3

Nejen že se respondenti vůči testovým odpovědím vymezovali, ale jak je patrné z terénní poznámky č. 3, zároveň si mnohdy odpovědi spojovali s „typicky stereotypními“ vlastnostmi mužů/žen. Kessler a McKenna uvádí, že součástí našeho každodenního života je proces gender attribution, kdy jedinci, věci či vlastnosti (a podobně) přisuzujeme jeden ze dvou genderů [Kessler, McKenna, 1985]. A tak i přes to, že jsme test prezentovaly jako mužský/ženský, dotazovaní si stejně spojovali otázky s genderovými atributy opačného pohlaví.

V poznámce číslo 3 můžeme spatřit i sebe-obhajování respondentů při ne/výběru odpovědí a zároveň snahy vyhnout se odpovědím, které by jim mohly dát určitou nálepku (viz. „gangsta“, „romantik“, „prase“). V případě obhajování odpovědí jsme zaznamenaly dvě tendence. V rámci skupin se respondenti vymezovali pomocí vzájemných interakcí – *opakovaně si zdůrazňovali, že s odpovědí nesouhlasí, že si vybrali tu nejméně hroznou, že nechápou, proč by měli chtít/dělat zrovna „tohle“*. Jednotlivci neměli možnost se k otázkám v průběhu testování vyjádřit, a tak nebylo výjimkou, když jsme od nich při přebírání vyplněných dotazníků slyšely věty jako: *„Mám potřebu ty svoje odpovědi obhajovat, protože se za ně skoro stydím“*.

6.2. Reakce na výsledný text a fotky

V této části se věnujeme reakcím respondentů na výsledné kartičky, přičemž se nejprve zaměříme na jejich text. Před realizací výzkumu jsme předpokládaly, že se respondenti do projektu zapojí právě proto, aby o sobě něco zjistili. Bylo tedy zajímavé pozorovat, že je výsledný text v podstatě skoro vůbec nezajímá. Jelikož na něj skoro nikdo nereagoval, alespoň jsme se na něj ptaly v rámci závěrečných rozhovorů. Většinou jsme se však dočkaly jen neutrálních odpovědí typu: *„Tak když mi to vyšlo, tak asi jo...“*, *„Zatím s těmi odpověďmi souhlasím, myslím si, že to na mě sedí...“* Jediná věta, která vyvolala alespoň nějaký ohlas, zněla: *„Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka“*. Kromě těchto velmi obecných reakcí jsme se však dočkaly i této zajímavé situace:

Test si vyplňují dva kamarádi. Během toho za nimi přijde spolužačka a ptá se jich, co to mají. Oni jí test ukazují a společně se otázkám smějí. Když jim test bereme k vyhodnocení, ona toho využije a ptá se nás, jestli si ho může taky udělat. (...)

Při čtení výsledných textů se všichni tři sebe navzájem ptají, co jim vyšlo, čímž přicházejí na to, že mají to samé. Jeden z nich komentuje spolužaččin text slovy: „Hej, ty máš úplně to samý, jen v ženském rodě.“

Poznámka č. 4

Jak jsme uvedly v úvodu, výsledný text kartiček jsme formulovaly tak, aby byl jednotný pro ženy i muže nejen sdělením, ale i gramaticky – tzn., že jsme hned v první větě použily označení „člověk“ a celý text strukturovaly v tomto univerzálním duchu. Bylo tedy překvapující slyšet větu „*Hej, ty máš úplně to samý, jen v ženském rodě*“, která byla naprosto mylná. Respondent zřejmě předpokládal, že jelikož kartičku dostala žena, měl by být i její výsledný text psán v ženském rodě. Situace je jasným příkladem procesu gender attribution, neboť jakmile je jedinci připsán určitý gender, vše ostatní se od této představy odvíjí nebo se jí podřizuje [Kessler, McKenna, 1985].

Zatímco výsledný text kartiček nikoho moc nezaujal, nebo to alespoň nikdo nedal najevo, fotky vyvolaly u mužů velký ohlas. Ženy do této části analýzy bohužel zahrnout nemůžeme, jelikož nemáme žádné terénní poznámky ze situace, kdy by obdržely fotografie mužů performujících ženy.

Dáváme výsledky skupince kluků, přičemž každý z nich dostane jiný typ (tzn. jinou fotku). Výsledný text je absolutně nezajímá a řeší jen fotky, které si navzájem porovnávají. Jeden z nich, který dostal fotku Dominika (femininní kluk), si stěžuje: „Sakra, proč nemám radši Kristiána, ten aspoň není holka!“ Nejvíce probíraná je fotka Zorana, který „je klasickéj antropolog“.

Poznámka č. 5

Kessler a McKenna říkají, že proces gender attribution je založen na informacích, jejichž významy jsou sociokulturně sdíleny členy dané společnosti a přisuzovány jednomu ze dvou genderů. Nejedná se jen o biologické a fyzické charakteristiky znaků, které jsou v tomto

procesu viděny jako klíčové, ale i o další informace (jako jsou například verbální a neverbální projevy jedinců, způsoby jejich sebe-prezentace, rolové chování a podobně). Jedná se o způsoby, za jejichž pomoci mohou členové určité společnosti určit gender jedince – tzn. moci vidět někoho jako ženu jen v tom případě, že ho nemůžeme označit jako muže. [Kessler, McKenna 1985]. Respondenti nebyli schopni označit Dominika jako muže, jelikož nevykazoval žádné maskulinní charakteristiky. Rozhodli se tedy, že jelikož to není muž, musí to být jednoznačně žena. Tím pádem se jim nelíbilo, že dostali výsledek „Dominik“, když neodpovídal jejich genderové identitě. Zorana si naopak byli schopni zařadit jako muže, a aby předešli možnému zpochybnění jeho maskulinity, označili ho za antropologa. Jakmile totiž Zorana hned na začátku přiřadili k mužskému genderu, všechny jeho ostatní charakteristiky tomu podřídili. Tím pádem jim „nevadily“ ani jeho dlouhé vlasy (femininní znak), jelikož existují i muži s dlouhými vlasy – dle jejich názoru zřejmě antropologové. Podobná situace nastala i v následujícím případě:

Výslednou kartičku (typ Andrej) řeší dva kluci. Ptají se, jestli „je to na tý fotce kluk nebo holka?“ Po chvíli se začnou dožadovat, jestli by nemohli vidět všechny fotky. Poté co si je prohlédnou, začnou nás přemlouvát, ať „jim dáme Kristiána, ten je aspoň chlap, ne jak Andrej!“ (...)

Po skončení testování sedíme v Krmítku a řešíme průběh akce. Oni kolem nás prochází, všimnou si Andrei, začnou na ni ukazovat prstem a řvou: „To je ona! To je ten kluk!“ Potom jdou k nám, smějí se a tvrdí, že to celou dobu věděli.

Poznámka č. 6

Stejně jako tomu bylo v předešlé poznámce č. 5, i v tomto případě respondenti nebyli schopni přiřadit Andrejovi mužský gender, chtěli tedy alespoň více maskulinního Kristiána. Když potom Andreu reálně viděli, dávali nám výrazně najevo, že celou dobu věděli, že je to holka, že měli pravdu. Zajímalo by nás, jestli by poznali i Kristýnu – Kristiána (seděla k nim zády), kdyby jí viděli do obličeje a jak by na to případně reagovali.

7. Závěr

V rámci našeho projektu do kursu Tělo na poli umění a sociologie se náš tým rozhodl zabývat se „osobnostními testy“, se kterými se běžně setkáváme v lifestyleových časopisech, nebo na internetu. Na základě jejich studia jsme vytvořily dvě verze testů – jeden založený na stereotypně ženských otázkách a odpovědích, který jsme dávaly k vyplnění mužům, a druhý naopak. Vytvořily jsme také výsledné kartičky, na kterých byl velmi obecně formulovaný text, kterým jsme chtěly především dát respondentům najevo nesmyslnost testů obecně, doplněný o fotografie „mužů“/žen, do kterých jsme se stylizovaly my. Hlavním cílem našeho projektu bylo zaznamenat reakce respondentů na tyto testy a výsledné kartičky.

Často jsme se setkávaly s poměrně negativními komentáři a hodnoceními těchto testů a jejich metodologie. Respondentům přišly testy „divné“, „debilní“ a celkově měli pochybnosti o jejich relevantnosti. Řada z nich se nás dokonce dotazovala, jestli jim náhodou nebyla dána špatná verze otázek – tzn. pro opačné pohlaví. Pokud se jednalo o skupiny, pak i po našem ujištění, že se jedná o správnou variantu testu, i nadále diskutovali o jeho ne/správnosti. Konkrétně jsme vyzorovaly snahy respondentů obhajovat své odpovědi, nebo si je alespoň transformovat tak, aby jim více vyhovovaly.

Co se týče reakcí na výsledné kartičky, zjistily jsme, že většina respondentů ani tak neřešila samotný text a veškerou pozornost upírala na fotografie. Velmi častým jevem bylo, že když muži obdrželi fotografii „femininního muže“, jednoznačně o něm usoudili, že „je to holka“ a pokud měli možnost vidět i další kartičky, často si je chtěli vyměnit za nějaký jiný typ, který by „vypadal víc jako chlap“.

Po realizaci projektu jsme si uvědomily, že jsme respondentům nedaly žádnou zpětnou vazbu v podobě toho, jak jsou testy nesmyslné. Právě proto bychom jako pokračování našeho projektu chtěly na ulici (například před fakultou FSS) distribuovat „časopisy“ s našimi testy. Časopis by vypadal podobně jako magazín od Metra „For woman/For man“, který je oboustranný – z jedné strany by byl ženský test, z druhé mužský. Oni by si je tak mohli oba prohlédnout a popřípadě si je i udělat. Zároveň by časopis nesl poselství o nesmyslnosti testů obecně.

Na úplný závěr našeho projektu jsme ještě rozeslaly emaily do redakcí časopisů z nakladatelství Stratosféra, s prosbou o umístění našeho testu na stránky jejich magazínů. Zatím jsme však neobdržely žádnou odpověď.

8. Internetový odkaz na plakát

<http://www.uloz.to/11930018/stereotypeplakatnew-pdf> (heslo: gender)

9. Použitá literatura a internetové zdroje

<http://www.arts.ucsb.edu/faculty/budgett/algorithmic_art/haacke.html>. [cit. 15. 12. 2011].

Busch, K. 2009. Artistic Research and the Poetics of Knowledge [online]. In: *Art and Research: A Journal of Ideas, Context and Methods*. Volume 2. No. 2. Dostupné z [cit. 19.12.2011]: <<http://www.artandresearch.org.uk/v2n2/busch.html>>.

<www.ditepepe.cz>. [cit. 15. 12. 2011].

Ekins, R. 1997. *Male Femaling. A grounded theory approach to cross-dressing and sex-changing*. London: Routledge.

<<http://www.ffa.vutbr.cz/~qvklimovab/?page=pga1&menu=2>>. [cit. 15. 12. 2011].

<www.forexample.cz>. [cit. 15. 12. 2011].

Gene, R. 2006. Tactical Media and the End of the End of History. In *Afterimage*. Jul-Oct 34. 1/2.

Kessler S. J., W. McKenna. 1985. *Gender: An Ethnometodological Approach*. Chicago: University of Chicago Press.

<www.one-of-us.cz>. [cit. 15. 12. 2011].

<www.rent-a-baby.cz>. [cit. 15. 12. 2011].

<www.youtube.com/watch?v=OVT4T7OR3iQ>. [cit. 15. 12. 2011].

10. Přílohy

10.1. Dotazník pro muže

TEST PRO MUŽE:

- 1) Kolik času trávíš ráno u zrcadla?
A, 5 minut
B, 25 minut
C, hodinu a víc
- 2) Na veřejnosti se:
A, cítím vždy dobře, i neupravený
B, snažím chovat nenápadně
C, cítím vždy špatně a nehezky, i když jsem upravený
- 3) Co je pro tebe ve vztahu nejdůležitější:
A, sex
B, láska
C, respekt
- 4) Co by byl pro tebe relevantní důvod pro odchod ze zaměstnání?
A, Kdybych byl hodnocen na základě vzhledu, ne na základě kvality odvedené práce.
B, Kdybych byl trvale vystaven sexuálnímu obtěžování.
C, Kdyby s mým zaměstnáním nesouhlasila moje partnerka.
- 5) Jak se vyrovnáváš s rozchodem?
A, promluvím si o tom s kamarády
B, tajně doma brečím
C, jím tuny čokolády
- 6) V tramvaji před tebou stojí výrazně atraktivní muž:
A, netroufnu si ho prohlédnout, aby nezahlédl můj pohled.
B, dívám se, kdo si ho prohlíží.
C, nenápadně si ho prohlédnu, třeba bych mohl okopírovat jeho styl a oblečení.
- 7) Se kterým z následujících zvířat se dokážeš nejlépe identifikovat?
A, kocour
B, brouk
C, jednorozec
- 8) Máš již dlouho dohodnuté rande s partnerkou, ale volá ti kamarád v slzách a chce se s tebou sejít. Co uděláš?
A, Půjdeš nejdřív na večeři s partnerkou a pak za kamarádem.
B, Dáš přednost kamarádovi, když je to akutní.
C, Užiješ si večer s partnerkou, kámoš počká.
- 9) Těsně po návratu z rodičovské dovolené tě chce šéf vyslat na víkendovou cestu do Paříže.
A, Jednoznačně odmítnu. Nikdo mě nemůže chtít, abych se od svého dítěte odloučil tak brzo.
B, Pojedu, ale budu umírat strachy, jestli to tady s mou partnerkou zvládnou.
C, Pojedu, jsem si naprosto jistý, že se s tím dítě i partnerka poperou.
- 10, Jaký dárek by tě od partnerky nejvíc potěšil?
A, kuchařka
B, zkrášlovací kůra
C, anální kolík nebo jiná sexuální pomůcka

10.2. Dotazník pro ženy

TEST PRO ŽENY:

- 1) Přišla jsi domů po dlouhém dni v práci a máš jenom dvě minuty do příchodu partnera. Co uděláš?
 - A, umyješ si nohy
 - B, vyčistíš si zuby
 - C, přestříkáš se deodorantem
- 2) Když před tebou jde žena se sukni zastrčenou do punčošek, co uděláš?
 - A, Upozorníš ji a požádáš ji o číslo.
 - B, Budeš se jí tiše smát.
 - C, Budeš jí koukat na zadek.
- 3) Co je pro tebe ve vztahu nejdůležitější?
 - A, sex
 - B, láska
 - C, respekt
- 4) Co by byl pro tebe relevantním důvod pro odchod ze zaměstnání?
 - A, Kdyby byla moje práce nedostatečně ohodnocená.
 - B, Kdybych se za ní musela stydět.
 - C, Kdybych neměla čas na své koníčky.
- 5) Jak se vyrovnáváš s rozchodem?
 - A, Vyspím se s prvním klukem, který se namane.
 - B, Pomluví ho a shodím vinu na něj.
 - C, Nebudu to řešit, stejně jsem ho nemilovala.
- 6) Tvoje kámoška dokáže sbalit každého chlapa a často je střídá. Co si o ní myslíš?
 - A, závidím jí
 - B, neřeším to
 - C, stačí mi jenom jeden
- 7) Jaké zvíře jsi v posteli?
 - A, tygr
 - B, slon
 - C, jednorožec
- 8) Jsi již dlouho dohodnuta s kamarádkou na maratón Sexu ve městě, ale tvůj partner si chce udělat romantický večer. Co uděláš?
 - A, Rychle odbudu večeri s přítelem a jedu za kámoškou.
 - B, Odmítnu partnera - potřebuju mít přeci po náročném dnu v práci i čas na sebe.
 - C, Strávím večer s partnerem, ale bude to z donucení.
- 9) Byla bys ochotna odejít na mateřskou dovolenou?
 - A, rozhodně ne
 - B, jenom kdyby se to finančně vyplatilo
 - C, nebráním se tomu
- 10) Jaký dárek by tě od partnera nejvíc potěšil?
 - A, 2 bečky piva zdarma
 - B, předplatné časopisu MotorSport
 - C, anální kolík nebo jiná sexuální pomůcka

10.3. Výsledné kartičky

TYP ANDREA



Jsi docela vyrovnaný člověk. Ale na druhou stranu si někdy musíš dávat bacha, abys nebyl příliš vyrovnaný. Vztahy ti většinou nedělají problém, ale občas není na škodu dát si odd nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřeháněj. Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka.

TYP ANDREJ



Jsi docela vyrovnaný člověk. Ale na druhou stranu si někdy musíš dávat bacha, abys nebyl příliš vyrovnaný. Vztahy ti většinou nedělají problém, ale občas není na škodu dát si odd nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřeháněj. Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka.

TYP DOMINIKA



Jsi docela vyrovnaný člověk. Ale na druhou stranu si někdy musíš dávat bacha, abys nebyl příliš vyrovnaný. Vztahy ti většinou nedělají problém, ale občas není na škodu dát si odd nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřeháněj. Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka.

TYP DOMINIK



Jsi docela vyrovnaný člověk. Ale na druhou stranu si někdy musíš dávat bacha, abys nebyl příliš vyrovnaný. Vztahy ti většinou nedělají problém, ale občas není na škodu dát si odd nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřeháněj. Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka.

TYP KRISTYNA



Jsi docela vyrovnaný člověk. Ale na druhou stranu si někdy musíš dávat bacha, abys nebyl příliš vyrovnaný. Vztahy ti většinou nedělají problém, ale občas není na škodu dát si odd nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřeháněj. Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka.

TYP KRISTIAN



Jsi docela vyrovnaný člověk. Ale na druhou stranu si někdy musíš dávat bacha, abys nebyl příliš vyrovnaný. Vztahy ti většinou nedělají problém, ale občas není na škodu dát si odd nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřeháněj. Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka.

TYP MARTINA



Jsi docela vyrovnaný člověk. Ale na druhou stranu si někdy musíš dávat bacha, abys nebyl příliš vyrovnaný. Vztahy ti většinou nedělají problém, ale občas není na škodu dát si odd nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřeháněj. Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka.

TYP MARTIN



Jsi docela vyrovnaný člověk. Ale na druhou stranu si někdy musíš dávat bacha, abys nebyl příliš vyrovnaný. Vztahy ti většinou nedělají problém, ale občas není na škodu dát si odd nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřeháněj. Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka.

TYP ZUZANA



Jsi docela vyrovnaný člověk. Ale na druhou stranu si někdy musíš dávat bacha, abys nebyl příliš vyrovnaný. Vztahy ti většinou nedělají problém, ale občas není na škodu dát si odd nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřeháněj. Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka.

TYP ZORAN



Jsi docela vyrovnaný člověk. Ale na druhou stranu si někdy musíš dávat bacha, abys nebyl příliš vyrovnaný. Vztahy ti většinou nedělají problém, ale občas není na škodu dát si odd nich pauzu. Evidentně na rodinu ještě připravený nejsi, ale kdyby k tomu došlo, tak si s tím hravě poradíš. V práci si udržuj dobré vztahy, ale zároveň to s tou blízkostí ke kolegům nepřeháněj. Nezaškodilo by ti zajít si někdy do fitka.