

## METADATA

### General:

Author ID: PHA1110022

Test language: Czech

CEFR level of test: B2

Task : write an essay: Clothes make the man - ID: B2PS0201\_saty

Mother tongue: Slovak

Age: 3039

Gender: female

### Rating:

Overall CEFR rating: B2

Grammatical accuracy: B2

Orthography: B2

Vocabulary range: B2

Vocabulary control: B2

Coherence/Cohesion: C1

Sociolinguistic appropriateness: 0

-----

### Learner text:

Šaty d lají lov ka

V dnešní spole nosti, mnohokrát ozna ované jako konzumní, p ísloví "šaty d lají lov ka" platí snad mnohem více než v minulosti. Jestli je to dobré, nebo ne, to je otázné.

Vše podle mého názoru závisí na tom, jaké to šaty jsou a jakého lov ka nimi doty ná osoba má zájem prezentovat. Myslím, že velice pozitivní jsou ty snahy, kde oble ení plní nároky na vysokou kvalitu jeho p vodu a p evedení.

fair-trade. V takovém p ípade, i já, jako zákazník, si ho velice ráda oble u (i t eba priplatím, protože mám garanci, že oble ení je zdravotn nezávadné, má vyšší životnost a je ušité t eba v Evrop a ne v ín .

Avšak, bohužel zdá se, že zákazník který p istupují k oble ení odpov dne je mén a p evažuje skupina, která šaty používá (nebo možná až zneužívá) na demonstraci svého sociálního statusu. Oble ení se tak stáva prost edkem kastace, vyd lování se. A jeho po izování je povýšeno na cíl. A jak m žeme být

donno-denn sv dci, tento cíl je znakem "smetánky". To je smutné, protože forma tak nahrazuje obsah

Záv rem, i když se zdá, že mladá generace je inspirována hlavn "prázdnými vzori" pomalu se snad (a to i z d vodu ekonomické krize) p esadí zdravý a odpov dný životný styl.

inteligentního lov ka.

-----

### Target hypothesis 1:

Šaty d lají lov ka V dnešní spole nosti , mnohokrát ozna ované jako konzumní , p ísloví " šaty d lají lov ka " platí snad mnohem více než v minulosti . Jestli je to dobré , nebo ne , to je otázka . Vše podle mého názoru závisí na tom , jaké to šaty jsou a jakého lov ka jimi doty ná osoba má zájem prezentovat . Myslím , že velice pozitivní jsou ty snahy , kde oble ení plní nároky na vysokou kvalitu svého p vodu a p evedení . Myslím tím mnohé firmy , které up ednost ují ekologické materiály a jejich zpracování na

základ principu tzv. fair-trade. V takovém případě, i já jako zákazník, si ho velice ráda oblečím, i třeba pro iplátím, protože mám garanci, že oblečení je zdravotně nezávadné, má vyšší životnost a je ušito třeba v Evropě, a ne v Číně. Avšak bohužel se zdá, že zákazníci, kteří postupují k oblečení odpovědně, je méně a považuje skupina, která šaty používá (nebo možná až zneužívá) na demonstraci svého sociálního statusu. Oblečení se tak stává prostředkem kastace, vydělování se. A jeho popularizování je povýšeno na cíl. A jak můžeme být dennodenní svůdky, tento cíl je znakem "smetánky". To je smutné, protože forma tak nahrazuje obsah. Zároveň, i když se zdá, že mladá generace je inspirována hlavně "prázdnými vzory", pomalu se snad (a to i z důvodu ekonomické krize) prosadí zdravý a odpovědný životní styl. A ten, spolu s dalšími názory, postupuje i k progresivnějšímu postupu k šatům, které budou zrcadlem obsahu inteligentního člověka.

-----

Target hypothesis 2:

Šaty dle lidí člověka V dnešní společnosti, mnohokrát označované jako konzumní, pro sloví "šaty dle lidí člověka" platí snad mnohem více než v minulosti. Jestli je to dobré, nebo ne, to je otázka. Vše podle mého názoru závisí na tom, jaké to šaty jsou a jakého člověka jimi dotyčná osoba má zájem prezentovat. Myslím, že velice pozitivní jsou ty snahy, kde oblečení plní nároky na vysokou kvalitu svého provedení a provedení. Myslím tím mnohé firmy, které upřednostují ekologické materiály a jejich zpracování na základě principu tzv. fair-trade. V takovém případě, i já jako zákazník, si ho velice ráda oblečím, i třeba pro iplátím, protože mám garanci, že oblečení je zdravotně nezávadné, má vyšší životnost a je ušito třeba v Evropě, a ne v Číně. Avšak bohužel se zdá, že zákazníci, kteří postupují k oblečení odpovědně, je méně a považuje skupina, která šaty používá (nebo možná až zneužívá) na demonstraci svého sociálního statusu. Oblečení se tak stává prostředkem kastace, vydělování se. A jeho popularizování je povýšeno na cíl. A jak můžeme být dennodenní svůdky, tento cíl je znakem "smetánky". To je smutné, protože forma tak nahrazuje obsah. Zároveň, i když se zdá, že mladá generace je inspirována hlavně "prázdnými vzory", pomalu se snad (a to i z důvodu ekonomické krize) prosadí zdravý a odpovědný životní styl. A inteligentního člověka.