

Adéla Souralová  
a kolektiv

# *Péče na prodej*

*Jak se práce  
z lásky stává  
placenou službou*

MASARYKOVA  
UNIVERZITA



**muni**  
PRESS



# *Péče na prodej*

*Jak se práce  
z lásky stává  
placenou službou*

---

Adéla Suralová a kolektiv  
Ilustrace Vendula Chalánková

Masarykova univerzita  
Brno, 2017

Tato kniha vznikla díky podpoře projektu specifického výzkumu realizovaného Ústavem populačních studií Fakulty sociálních studií Masarykovy univerzity (MUNI/A/1151/2015).

## **KATALOGIZACE V KNIZE – NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR**

Souralová, Adéla

Péče na prodej : jak se práce z lásky stává placenou službou / Adéla Souralová a kolektiv ; ilustrace Vendula Chalánková. -- 1. vydání. -- Brno : Masarykova univerzita, 2017. -- 250 stran

Anglické resumé

ISBN 978-80-210-8651-7

316.362.1 \* 364.4-053.9 \* 64.047 \* 636.083 \* 649 \* 364-787.222 \*

338.46:64 \* 316:303 \* (048.8:082)

- péče o děti
- péče o seniory
- domácí práce
- péče o zvířata
- domácí péče
- pečovatelská služba
- služby pro domácnost
- sociologický výzkum
- kolektivní monografie

316 - Sociologie [18]

### **Autoři:**

Adéla Souralová (Úvodem, kap. 1, 2, 7, Závěrem)

Tereza Hronová (kap. 1, 4)

Matouš Jelínek (kap. 5)

Vendula Křivá (kap. 7)

Stanislav Makeš (kap. 1, 6)

Monika Španielová (kap. 3)

Knihu recenzovala: PhDr. Hana Hašková, Ph.D.,  
Sociologický ústav AV ČR, v. v. i.

**© 2017 Masarykova univerzita**

**Ilustrace © 2017 Vendula Chalánková**

ISBN 978-80-210-8651-7

ISBN 978-80-210-8652-4 (online : pdf)

<https://doi.org/10.5817/CZ.MUNI.M210-8652-2017>

*Věnujeme tuto knihu všem,  
kteří o nás kdy pečovali,  
i těm, o které pečujeme  
nebo jednou pečovat  
budeme my sami.*

# Obsah

---

Úvodem: S péčí na trh . . . . .	9
Trh s péčí pod drobnohledem sociologie . . . . .	15
Péče o děti v rukou expertek: Agentury na hlídání dětí . . . . .	45
Na cestě mezi rodinou a vzdělávacím systémem: Miniškolka jako přestupní stanice . . . . .	73
Jsme tu pro Vás a Vaši rodinu: Péče o seniory, či úleva pro rodinu? . . . . .	99
Agentury domácích prací: Profesionálně čistá a čistě profesionální péče o „špinavou“ domácnost . . . . .	127
Péče o „rozbitou“ domácnost: Zavolejte si hodinového manžela, když se Vám do toho nechce . . . . .	155
Hotely pro psy: Dopřejte svému mazlíčkovi vlastní dovolenou . . . . .	183
Závěrem: Kupte si péči, kupte si čas! . . . . .	211
Poděkování . . . . .	229
Summary . . . . .	231
Jmenný rejstřík . . . . .	235
Věcný rejstřík . . . . .	239
Použitá literatura . . . . .	243





# Úvodem: S péčí na trh

---

Adéla Suralová

Co mají společného miniškolky, hotely pro psy, hodinový manžel, agentury poskytující péči o seniory, děti či domácnost? Jedná se o místa, kde si můžeme koupit služby, které ještě donedávna byly vykonávány z lásky – tedy jako neplacené – samotnými členkami a členy domácnosti. I přes zjevné odlišnosti v zacílení těchto služeb můžeme sledovat mnohdy až překvapující podobnosti v jejich chápání. Všechny jmenované subjekty mají svůj vlastní návod, jak prodat co největšímu počtu lidí úkony, které řada z nás vnímá jako čistě soukromé nebo osobní a raději by je skryla před ostatními.

Nechceme tvrdit, že placení za služby péče (zejména o děti a domácnost) je něčím novým. Naopak, z množství zdrojů – ať už jsou jimi historické knihy, archeologické vykopávky nebo třeba černobílé filmy z třicátých let – víme, že „služebnictvo“ bylo vždy součástí bohatších domácností. Naším cílem je spíše poukázat na to, že první dvě desetiletí nového milénia přinášejí nové podněty do každodenní organizace péče. Pokoušíme se těmto novostem porozumět

a klademe si přitom několik důležitých otázek, které dříve či později napadnou snad každého, kdo o využití podobných služeb někdy uvažoval. Jak se tyto služby liší od toho, co běžně děláme, když zajišťujeme chod domácnosti? Kdo a proč si je kupuje? A koupíme-li si je, co vlastně získáme? Jak se úkony péče v domácnosti proměňují, jsou-li nabízeny na trhu?

Naše úvahy o procesu přesouvání péče ze soukromého života rodin a domácností na veřejný trh inspirovala americká socioložka Arlie R. Hochschild, která se dlouhodobě věnuje tématu tzv. marketizace osobního života. V roce 2012 publikovala knihu s příznačným názvem *Delegované já: Co se stane, když platíme jiné, aby za nás žili naše životy* (Outsourced Self: What Happens When We Pay Others to Live Our Lives for Us). Popsala v ní několik výzkumem podložených příkladů rozmachu služeb, které se ve světě orientovaném na zisk stávají výhodným byznysem. Kouč lásky vám poradí, jak správně udělat dojem a najít si toho pravého či pravou, agentka naplánuje svatbu snů, náhradní matka v Indii vám odnese a porodí dítě a filipínská chůva se o ně postará. „Přánílog“ vám pomůže zjistit, zda opravdu chcete nový dům, nebo byste raději zvolili větší byt. Žena z Latinské Ameriky vám dům uklidí a profesionální „venčitel“ psů se postará i o vašeho čtyřnohého kamaráda. Stačí zadat ta správná slova do internetového vyhledávače a najít někoho, kdo za úplatu všechno udělá za vás. Rozmach placených služeb se však neodehrává pouze na trhu. Naopak, pojem marketizace osobního života naznačuje, že principy, na nichž je trh vystaven (jako jsou konkurenceschopnost, platba za služby atd.), pomalu prostupují naším soukromým

prostorem a pozvolna proměňují naše já. Pokaždé, když si „koupíme“ hospodyně, aby nám třeba před Vánoce uklidila, ukrajujeme ze svého soukromí a necháváme trh – obrazně řečeno –, aby si z něho odlomil další střípek.

Nepochybujeme o tom, že situace ve velkoměstech Spojených států amerických se zásadně liší od českého prostředí. To ale neznamená, že podobné, ne-li stejné služby nemůžeme najít i ve střední Evropě. I když možná (zatím) nenajdeme nikoho, kdo by měl na vizitce napsáno „přánílog“, najdeme mnoho agentur, které se postarají o hlídání dětí, „pověňují“ se naší babičce, zajistí úklid či údržbu domácnosti a vyvenčí psa. A právě na tyto agentury se zaměřuje kniha, kterou držíte v ruce. Hovořili jsme s majiteli a majitelkami zmíněných agentur ve snaze zjistit, co všechno se dá v současnosti na českém trhu koupit a jak tyto služby vypadají. Zajímala nás perspektiva poskytovatelů služeb, ne těch, kteří si je kupují. Majitele a majitelky agentur jsme zvolili z toho důvodu, že jsou to právě oni, kdo vytvářejí nabídku daných služeb a řídí vlak marketizace našich životů. Rozhodnutí, zda do něj nastoupíme, nebo ne, je už na každém z nás.

Je třeba zdůraznit, že marketizaci nechápeme negativně, jako něco, co škodí a čeho bychom se měli vyvarovat. Naopak, snažíme se ukázat přesun péče na trh z různých úhlů pohledu. Sledujeme, jak se z péče z lásky stává placená služba a dotýkáme se přitom témat profesionalizace, kvalifikace, ale také odosobnění či instrumentalizace vztahů. V čem je lepší péče tzv. profesionální chůvy než kohokoli jiného? Proč by děti měly navštěvovat kolektivy v miniškolkách? Proč byste si měli najmout pečovatelku,

aby se postarala o vašeho dědečka či babičku? V čem se liší domácnost, v níž uklízíte sami, od té, kde probíhá profesionální úklid? Co si o vás pravděpodobně pomyslí hodinový manžel, zavoláte-li si ho na pomoc se skříní, kterou neumíte sestavit, nebo s opravou kapajícího kohoutku? Jaké služby pro vašeho čtyřnohého mazlíčka můžete očekávat, rozhodnete-li se využít nabídky psí školky nebo psího hotelu? Na následujících stránkách se pokoušíme na tyto i další otázky najít odpovědi.

Kniha je členěna do osmi kapitol. První představuje hlavní východiska našeho výzkumu a poskytuje přehled vybraných jiných výzkumů na téma delegace péče. Tento přehled má nejen ukázat, jaká témata jsou v současných sociálních vědách zpracovávána, ale také to, v čem se česká situace liší od situace v jiných – západních – zemích.

V dalších kapitolách je zpracován samotný výzkum. Ve druhé a třetí kapitole sledujeme nabídku služeb péče o děti, nejprve péči individuální (agentury na hlídání dětí), poté kolektivní (soukromé miniškoly). Čtvrtá kapitola se zabývá placenou péčí o seniory a na toto téma klade nečekané otázky. Kapitola pátá představuje placený agenturní úklid domácnosti, a sice jako vysoce profesionalizovanou službu, která je provozována špičkově vyškoleným personálem. Kapitola šestá nabízí věcný pohled na podnikatelskou činnost, která je na českém trhu relativně nová: služby hodinového manžela. Konečně v sedmé kapitole, nazvané „Dopřejte svému mazlíčkovi vlastní dovolenou“, představujeme zařízení, která prodávají službu péče o domácí mazlíčky, jako jsou psí hotely nebo psí školky.

V závěru se snažíme najít podobnosti mezi jednotlivými agenturami a zamýšlíme se nad tím, co si vlastně kupujeme a co získáváme prostřednictvím placených pečovatelských služeb.

Naše kniha není reklamou na hotely pro psy, hodinové manžele či agentury poskytující různé formy péče. Neporadíme vám, jaké služby si vybrat, ani nedoporučíme, zda si je koupit, nebo ne. To, co následující stránky čtenářům a čtenářkám nabízejí, je sociologicky poučený pohled na fungování těchto služeb, který může vést k zamyšlení nad mezilidskými vztahy a péčí v současné české společnosti. Kniha je určena širší veřejnosti a je zároveň odborným příspěvkem do aktuálně probíhající debaty o péči o děti (srov. Saxonberg, Hašková, Mudrák 2012) a péči o seniory (Dudová 2015), a to nejen v českém kontextu.





*Kapitola 1*

***Trh s péčí pod  
drobnohledem  
sociologie***

---

Adéla Suralová, Tereza Hronová,  
Stanislav Makeš

Přestože naše kniha není zacílena výhradně na badatele a badatelky v sociálních vědách, považujeme za důležité představit základní koncepty, teorie a přístupy rozvíjené současnými (především zahraničními) výzkumníky a výzkumnicemi. Tuto kapitolu tak nemusí číst všichni – bez znalosti informací, které zde zprostředkováváme, se při čtení dalších kapitol určitě obejdete. I když naším hlavním cílem je poukázat na společné rysy vybraných institucí, v této kapitole se kvůli diverzitě a širokému záběru knihy nevyhneme určité fragmentaci. Následující text je tematicky členěn do jednotlivých subkapitol, které konceptuálně rámuje péči o děti a domácnost (tzv. ženské práce v domácnosti), péči o seniory a péči o chod domácnosti (tzv. mužské práce v domácnosti). Další část pak stručně představuje nejdůležitější studie, které se tématu (placené) péče v českém kontextu věnují. V závěru kapitoly popisujeme metodologii výzkumu, na kterém je tato kniha založena.

Než přistoupíme k samotnému přehledu, považujeme za důležité objasnit spojení mezi „péčí z lásky“ a „péčí jako prací“, které se objevuje v podtitulu knihy. Jako *péči z lásky* označujeme péči vykonávanou v rámci rodiny, tedy neplacenou. Nechceme ji zde nijak romantizovat. Jsme si vědomi toho, že vyjednávání a vykonávání péče v rámci rodiny může narážet na limity a mezi rodinnými příslušníky nemusí vždy panovat shoda a harmonické vztahy. Přesto se však u péče vykonávané v rámci rodiny předpokládá citovost, altruismus a láska. Naopak pojmenování *péče jako práce* odkazuje k placené péči, tedy péči vykonávané mimo rodinné vazby. Komerční agentury samozřejmě nejsou jediné subjekty na pomyslném trhu péče, ale fungují paralelně vedle dalších institucí



– např. veřejných (školky, domovy pro seniory, léčebny pro dlouhodobě nemocné apod.). Domníváme se, že fungování komerčních agentur s sebou nese naprosto odlišná očekávání povahy péče, než je tomu u služeb poskytovaných veřejnými institucemi. Může to být z toho důvodu, že komerční agentury fungují na základě vztahu „jeden na jednoho“ (jeden pečující na jednoho pečovaného), a proto se zde očekává větší míra osobního kontaktu než v případě veřejných (kolektivních) institucí.

### **Vybrané aspekty delegace péče o děti a domácnost v současném výzkumu**

V posledních čtyřech dekáдах dochází v západních zemích k relativně mocnému boomu literatury na téma placená péče o děti a domácnost (Sarti 2014). Tento jev úzce souvisí s nárůstem počtu žen pracujících jako chůvy či pracovnice v domácnosti. Podle některých autorek je tento trend paradoxní v kontextu rozvoje moderních společností, a to z několika důvodů. Jmenujme především dva z nich. Za první, zvyšující se počet žen pracujících na těchto pozicích jako by šel proti logice postupné modernizace. Když v sedmdesátých letech 20. století vznikaly texty zmiňující placenou práci v domácnosti, hovořilo se o ní jako o fenoménu, který bude v důsledku mechanizace – využívání praček, myček, sušiček a dalších „pomocníků“ – překonán (Momsen 1999, Boserup 1970). Do stejné doby pak zpětně mnohé autorky datují počátek zvyšování počtu žen pracujících v domácnostech. A za druhé, jak trefně poznamenávají socioložky Hochschild a Ehrenreich (2003), nárůst počtu domácností, ve kterých jsou domácí práce

vykonávány jinými ženami za peníze, přichází v době, kdy jsou západní země poznamenány procesem individualizace, která v podstatě odmítá závislost a spoléhání na druhé. V důsledku toho se proměňuje postavení pracovníků v domácnosti: „služebnictvo již není vystavováno jako symbol postavení, oblečeno v bílých čepcích a zástěrách, ale zůstává v pozadí nebo prostě zmizí, když přichází společnost“ (tamtéž, 4). Odsunutí do pozadí pak do velké míry přispívá ke zneviditelnování těchto žen a k jejich znevýhodněnému postavení. V každém případě, jak autorky uvádějí, je zvyšující se poptávka po pracovníkách v domácnosti důsledkem dvou vzájemně propojených procesů: feminizace trhu práce a feminizace migrace. Již z tohoto argumentu je pak patrné, že placenou péči a práci v domácnosti většinou vykonávají migrantky (feminizace migrace), které „zaskakují“ za ženy Západu trávící čas na svých pracovištích (feminizace trhu práce).

Protože by nebylo možné shrnout na malém prostoru závěry všech výzkumů, které za posledních čtyřicet let vznikly, omezíme se pouze na malou část, již považujeme za důležitou pro téma naší knihy. Stručně tedy představíme přístupy těch výzkumů, které tematizují 1. vztah mezi těmi, kdo za službu platí, a těmi, kdo jsou za ni placeny a 2. chápání péče jako práce a služby. Nastíníme zde hlavní koncepty, s nimiž autorky věnující se tomu tématu pracují.

Společným jmenovatelem výzkumů, které sledují povahu vztahů mezi pracovníci v domácnosti a jejich zaměstnavatelkami, je důraz kladený na nerovnosti, hierarchie a mocenské vztahy. Skutečnost, že péče o domácnost a o děti je v západním světě nejčastěji delegována na migrantky, vede k zaměření pozornosti na vícenásobná znevýhodnění žen na základě

jejich etnického původu a třídy a přivádí řadu autorek k závěru, že tento fenomén je výrazně třídně a etnicky stratifikovaný (Andall 2003, Parreñas 2001, Colen 1995, Glenn 1992). Například Shellee Colen (1995) v této souvislosti hovoří o tzv. stratifikované reprodukci. Tím má na mysli skutečnost, že placení za péči o děti a o domácnost reprodukuje společenské nerovnosti založené na genderu, etnicitě, třídě či místě narození. Globální procesy a hierarchie tak vstupují do intimního každodenního života jednotlivých rodin a podílejí se na vytváření toho, co Rhacel Parreñas (2001) označuje jako hierarchie ženství. Autorky jsou tak velice často kritické k celé instituci placené péče o děti a domácnost v její stávající podobě a hovoří o vykořisťování (Anderson 2000), či dokonce novodobém otroctví (Apitzsch 2007). Delegace péče o děti a domácnost na migrantky vytváří a reprodukuje nerovné, hierarchické vztahy. Ty jsou založeny na tom, že jedna žena platí druhou a druhá prodává své služby první (Stiel, England 1997). Na začátku devadesátých let 20. století socioložky Gregson a Lowe (1994) pozorují v Británii vznik toho, co nazývají nová střední třída (charakteristická právě kupováním služeb péče o děti a domácnost) a třída služebných (poskytujících placenou péči). Společenské postavení pracovníků v domácnosti však není až tak jednoznačné – záleží na tom, zda je posuzujeme vzhledem k zemi jejich původu, nebo ve vztahu k zemi, v níž pracují. Pracovnice v domácnosti totiž zažívají to, co Parreñas (2001) nazývá „protichůdná třídní mobilita“. Termín označuje proces, kdy na jednu stranu ženy zvyšují svůj ekonomický status díky placené práci (dodejme – ve srovnání s možnostmi v zemi původu *dobře* placené práci), avšak

na druhou stranu dochází k úpadku jejich sociálního statusu, vzhledem k tomu, že pracují na pozicích považovaných za méně hodnotné. To ukazuje i příklad ženy, která autorce v rozhovoru řekla:

Pořád jsem jenom brečela. [smích] Když mi moje zaměstnavatelka dala kýbl na umývání, vůbec jsem netušila, kde mám začít. Samozřejmě jsme nebyli nijak moc bohatí na Filipínách, ale měli jsme hospodyně. (Parreñas 2001: 150)

Příklad ukazuje, jak ženy v každodenním životě zakoušejí zásadní diskrepanci mezi tím mít pracovníci v domácnosti a být jí. Je to právě zkušenost protichůdného nabývání a ubývání společenského statusu, kterou do života žen vnáší jejich role placených pečovatelek.

Nerovnosti jsou však jen jednou stranou mince. Vztah delegované péče je rovněž vztahem založeným na různých formách vzájemné závislosti (Lutz 2008, Souralová 2012, 2015a), které jdou často se zmíněnými hierarchiemi ruku v ruce (Glenn 1992, Andall 2003). Názorně jsou tyto závislosti vidět v konceptu tzv. globálního řetězce péče, který rozvíjí Arlie R. Hochschild (2008 [2002]). Tento termín označuje „sled osobních propojení mezi lidmi po celém světě, která jsou založena na placené a neplacené pečovatelské práci“ (tamtéž, 108). Typický řetězec péče pak funguje následovně:

Starší sestra z chudé rodiny ve třetím světě pečuje o své sourozence (první spojení v řetězci), zatímco její matka pracuje jako chůva pečující o děti chůvy, která odešla do země prvního světa (druhé spojení), ta následně pečuje o děti v rodině v bohaté zemi (konečné propojení). Každá část řetězce vyjadřuje neviditelnou ekologii péče, jedna pečující závisí na druhé atd.