

# „NEKUPUJETE SI LÁSKU, KUPUJETE SI SLUŽBU“: (RE)KONSTRUKCE PÉČE O DĚTI V PROSTŘEDÍ AGENTUR NA HLÍDÁNÍ / ADÉLA SOURALOVÁ<sup>1</sup>

## “Don't buy love, buy a service”: (re)construction of childcare in the environment of placement agencies

**Abstract:** During the last couple of decades, paid childcare has become one of the central issues of feminist research. Agencies mediating childcare are a relatively new actor in childcare arrangements in the Czech Republic. This article argues that these agencies do not fill a gap in the market by offering childcare. Far from providing simple supply that reacts to a market demand, the agencies create the demand for specific care. Drawing upon qualitative research conducted with owners of these agencies, the text looks into the ways in which childcare is constructed. The issues of qualified, specialized, and professionalized care are discussed. The article aims to show that childcare in the agencies is deconstructed as a natural female activity and is reconstructed as a gendered activity requiring particular skills that are subjected to professional screening.

**Key words:** child care, placement agencies, nannies

*„České rodiny jsou hodně náročné, neslevují ze svých nároků, když si chtějí nechat pohlídat dítě, tak opravdu chtějí, aby se s tím dítětem pracovalo a aby se tam něco dělo, aby to dítě jenom neodložily, aby se to dítě rozvíjelo. Jsou velmi nároční na chůvu, ale jsou ochotni i za to zaplatit. (...) Mají nároky na její vzdělání, velmi často to dělají vysokoškolačky anebo opravdu chůvy se vzděláním. Jsou vlastně školené ty pečovatelky, jsou tam nároky na řídičský průkaz, na cizí jazyk, jsou to až nároky jako na nějakou manažerskou pozici.“ (majitelka agentury Sluně)*

### Úvod

Sladování pracovního a rodinného života se stalo v posledních letech jednou z hlavních agend akademického i (sociálně)politického diskursu nejen v ČR. Jak uvádějí např. Crompton a Lyonette (2006), rovnováha pracovního a soukromého života na konci minulého tisíciletí nebyla považována za problematickou, protože jí bylo automaticky dosaženo pomocí dvou vzájemně se doplňujících předpokladů: 1. klasickým zaměstnancem pracujícím na plný úvazek byl muž; 2. ženám byla připsána neplacená práce v domácnosti. Řada výzkumů tak vzhledem k proměňující se struktuře pracovního trhu (jeho feminizaci) začíná popisovat delegaci péče o děti a obecně zodpovědnosti za domácnost na různé typy aktérů. Velice zjednodušeně můžeme klasifikovat tyto aktéry na instituce, a to státní (jako školky, jesle apod.), nebo soukromé (jako agentury poskytující individuální péči nebo soukromé školky) a individuální jedince, a to neplacené (např. příbuzné), či placené (chůvy).

V českém kontextu se dosud většina studií věnovala zejména otázkám institucionální podpory péče o děti (Dudová, Hašková 2010; Křížková a kol. 2008 atd.). Zájem o privatizovou péči však zůstával stranou (srov. Kuchařová a kol. 2009). Hana Hašková (2008: 56) ve své analýze denní péče o děti předškolního věku přichází se závěrem, že „individuální soukromou placenou péči o předškolní děti využívá v Čes-

ké republice pouze 1 až 2 % rodin s předškolními dětmi, a to i z důvodu finanční nedostupnosti“ (viz též Kuchařová a kol. 2009). Tento model je relativně častý v zahraničí, kde je péče o domácnost a o děti delegována na migrantky (srov. v USA např. Hondagneu-Sotelo 2001; Macdonald 2010; Parreñas 2001; v Evropě viz Lutz 2011, 2008; Anderson 2000; Momsen 1999; Isaksen 2010; v Asii viz Lan 2006 atd.). V českém kontextu se nejedná o fenomén natolik plošně rozšířený, i když můžeme najít rodiny, které si najímají na pomoc v domácnosti ukrajinské migrantky (viz Ezzeddine 2011), ale také model delegované péče, který narušuje výše uvedenou etnickou logiku – české ženy pracující pro vietnamské rodiny (Souralová 2011). Tento text přináší závěry výzkumu, který se zaměřil na privatizovanou péči vykonávanou nemi-grantkami a zprostředkovanou soukromými agenturami.

Výzkum, jehož závěry následující text přináší, si nekladl za cíl zachycení celé komplexity vztahů mezi chůvami, rodinami a zprostředkujícími agenturami, ale zaměřil se pouze na poslední uvedené aktérky v trojúhelníku vztahů ve snaze zachytit způsoby, jak je vytvářena představa péče a s jakými významy se pojí. V této stati se tedy ptám, jak je v prostředí agentur na hlídání dětí definována péče o děti? Jaký obraz péče agentury vytvářejí? Tento text je příspěvkem do mezinárodní debaty o placených pomocnicích v domácnosti a v tomto ohledu přináší pohled na placenou péči, která je vykonávána ženami z majority pro ženy z majority pod rouškou „profesionalizované služby“. A zároveň v kontextu českého výzkumu popisuje *zatím* okrajové téma debaty („další formu péče o nejmenší děti“, Kuchařová a kol. 2009), které český feministický diskurs již po desetiletí zaměstnává – téma sladování pracovního a soukromého života. Na následujících řádcích nejprve představím konceptuální pole výzkumu, přičemž se zaměřím na otázku placené péče jako ženské aktivity/dovednosti. Následující části přinášejí závěry kvalitativního výzkumu. V nich sleduji vytváření poptáv-

ky a především nabídky placené péče a ukazují, že agentury vytvářejí specifické pojetí péče v očích svých zprostředkovatelek a tvůrkyň, majitelek agentur: péči specializovanou, kvalifikovanou a profesionalizovanou.

### Placená péče jako ženská aktivita nebo dovednost

Ve své analýze placené péče v agenturách vycházím z feministického teoretizování o mateřství a placené péči a jejich vztahu k sociálně konstruovanému ženství a ptám se, jak jsou pečovatelství (jako obecnější pojem stojící nad mateřstvím) a ženství vzájemně konstituovány. Feministické autorky ve snaze odbiologizovat definici mateřství a roli žen v sociální reprodukci již dlouhou dobu upozorňují na to, že mateřství a obecně pečovatelství je sociálně konstruovanou institucí, a to i když veřejnému diskursu spíše dominuje ideál mateřství splývajícího v jedno s (biologickým) ženstvím (Glenn 1994; McMahan 1995). Například Hays (1996) v této souvislosti hovoří o tzv. ideologii intenzivního matkování, která předpokládá naprosté podřízení ženy zájmům jejího dítěte a matkování na plný úvazek. Tento „mýtus o mateřství“ popisuje již o dvacet let dříve také Oakley (1974: 187) a jako hlavní bod identifikuje předpoklad, že „všechny ženy musí být matky, všechny matky potřebují své děti a všechny děti potřebují své matky“. Macdonald (1998: 26) k tomu dodává, že takové ideály nenechávají žádný legitimní prostor pro jinou pečující osobu než matku a „placená péče je přinejlepším nezbytné zlo“. Ideologie intenzivního mateřství a představa matky jako výhradní pečovatelky je v kontextu střední a východní Evropy živena mimo jiné explicitními refamiliazičními politikami, jejichž sdělením je, že rodičovství a výchova dětí jsou úkolem žen (Szelewa, Polakowski 2008), nebo neustále reprodukcí představou, že kolektivní péče o malé děti (do tří let) je škodlivá a nevhodná (Dudová, Hašková 2010).

Teze, že pečovatelství a ženství splývají v jedno, vede v tautologickou definici, že pečovatelství je odvozováno od ženství, které je zase definováno skrze pečovatelství. Z toho je patrné, že je v tomto ohledu třeba rozlišit dvě analytické roviny, které jsou sice komplementární, nikoli však nutně analogické, a sice že: 1. pečovatelství se odvíjí od ženství; 2. ženství je dosahováno skrze pečovatelství. Jinými slovy platí tato dvě tvrzení:

1. Všechny pečovatelky jsou ženy.
2. Všechny ženy jsou pečovatelky.

Péče je proto nejen kódovaná jako typicky (onticky) ženská reprodukční práce vykonávaná v žensky kódovaném soukromém prostoru (teze 1), ale je také považována za klíčovou aktivitu dělání genderu (teze 2, viz také Lutz 2008). Ženství je tedy definováno skrze pečovatelství – jak ukazují feministické analýzy, „jestliže je péče prací, která je po ženách požadována, je to také základní součást jejich identity“ (Nelson 1994: 182).

Byly to mimo jiné autorky vycházející z černého feminis- mu, které začaly poukazovat na to, že definice ženství skr-

ze mateřství je západocentrická a neodpovídá zkušenostem marginalizovaných žen (Glenn 1994; Collins 1994). Jejich výzkumy pak byly doplněny právě výzkumy zaměřenými na delegovanou placenou péči, které odhalily diverzitu rozličných způsobů „matkování“ (*doing motherhood*, Macdonald 1998). Placení za péči je nejen odrazem těchto odlišností, ale narušuje také výše uvedený ideál intenzivního mateřství na dvou rovinách. 1. Ženy, které z nějakého důvodu intenzivně nepečují o své děti (vracejí se na pracovní trh a platí jinou ženu za péči o své děti), narušují ideál oddané matky, dobré matky a vzhledem k neoddelitelnosti mateřství a ženství dochází ke zpochybnění nejen jejich mateřské role, ale také ženství jako takového. 2. Ženy, které jsou placené za péči o děti, nabourávají ideál péče motivované láskou k dětem vyvěrající z „ženské přirozenosti“ a biologického mateřství.

V tomto kontextu se jako podnětné jeví feministické teoretizování o mateřství a pečovatelství jako určité dovednosti (*skill*) a odmítnutí předpokladu o biologické předurčenosti. Definice kompetencí nutných k vykonávání pečovatelské role totiž znamená odmítnutí předpokladu, že všechny ženy jsou dobré pečovatelky. Nicméně z feministického diskursu zaznívá, že právě definice těchto dovedností je problematická. Jak uvádí mimo jiné Helma Lutz (2011), která zdůrazňuje, že definování souboru dovedností nutných pro vykonávání péče o děti je jednou z hlavních podmínek pro profesionalizaci (a obecně tedy uznání) této práce: „feministické analýzy ukazují, že dovednosti nutné v domácnosti jsou považovány za *každodenní dovednosti*, které tak unikají nebo vzdorují hodnocením podle meritokratických principů“ (Lutz 2011: 8). To nahrává představě o péči jako *přirozené* činnosti všech žen – jak píšou Bakan a Stasiulis (1995: 310), podle kterých vzhledem k tomu, že péče je považována za ženskou práci, hlavním předpokladem je, že její vykonávání nevyžaduje průpravu, a spoléhá tak na „speciální kombinaci ‚přirozených‘ charakteristik“. Ve stejném duchu Murray (1998: 150) dodává, že placená péče o děti je vlastně jen „rozšířením jejich kulturně schválené pečovatelské mateřské role“.

V zahraničních výzkumech zaměřených na agentury zprostředkovávající pomocnice v domácnosti jsou požadované dovednosti převedeny do etnického rámce a dovednosti jsou vysvětlovány skrze etnickou odlišnost. Dochází zde tedy k prolínání dvou esencialistických výkladů – k esencializaci ženství jako základu pro vykonávání role pomocnice v domácnosti, jež jde ruku v ruce s esencializací etnicity a/nebo národnosti, které toto ženství diverzifikují a specializují určité ženy pro určité činnosti. Například Stiell a England (1997) popisují poptávku po „vzdělaných evropských chůvách“ na jedné straně a „pomocnicích v domácnosti ze zemí třetího světa“ na straně druhé. Autorky zkoumají způsoby tematizace a konstrukce etnických/národních identit a ukazují, jak jsou „reprezentovány v termínech jejich vhodnosti pro určitý typ domácích prací a v termínech schopnosti poskytnout kvalitní péči“. K podobnému závěru dochází Cox a Watt (2002), kteří ukazují, že národnost je považována za základní vodítko, z něhož lze odvodit úroveň a kvalifikaci

pečovatelek. A tak například Portugalky a Filipínky jsou dobré v žehlení, zatímco ženy z Nového Zélandu vynikají v péči o děti (viz také Bakan, Stasiulis 1995; Stiell, England 1997).

Shrňme tedy, že trh s placenou péčí deklaruje jako jediný požadavek na placenou pečovatelku její ženský gender (či spíše biologické pohlaví), přičemž diverzita vykonávání této péče či kvalifikace pro vykonávání této profese je odvozena od etnického/národnostního zázemí. Výše popsané výzkumy můžeme mimo jiné číst jako analýzy znesamozřejměnění *samozřejmého a univerzálního* ztotožnění ženství a pečovatelství (teze 2) v tom smyslu, že poukazují na diverzitu etnicky definovaných dovedností a narušují představu, že *všechny* ženy jsou stejně *dobré* pečovatelky. Takové narušení je patrné ještě víc v agenturách na hlídání dětí, na které se zaměřuje tento článek. Na rozdíl od etnické definice kvalifikací nezbytných pro péči, kterou popisují výše uvedené autorky, následující text ukazuje, jak se specifický typ péče stává aktivitou vyžadující soubor kvalifikací, dovedností a vědomostí, které jsou učeny a postupně nabývány. Tato stať se tedy věnuje otázce, jak agentury na hlídání dětí definují soubor kompetencí, které musí ženy mít, aby se mohly stát chůvami, a sleduje, jak je tradičně jediná kvalifikace (ženství) doplňována dalšími, které dohromady tvoří obraz/postavu pečovatelky, která není jen ženou, ale ženou s určitými vlastnostmi, dovednostmi či zkušenostmi.

### Metodologie

Výzkum se zaměřil na agentury poskytující péči o děti ve věku 0–3 let. Hlavním cílem výzkumu bylo zachytit motivace žen ke zřizování těchto agentur, jejich pohled na péči o děti ve věku do tří let a obecně jejich výklad situace s péčí o děti v ČR, stejně jako na vztahy mezi rodinami a jejich chůvami. Celkem jsem realizovala devět polostrukturovaných rozhovorů s majitelkami nebo jednatelkami agentur (až na jednoho muže byly všechny mé informátorky ženy ve věku cca 27–40 let).<sup>2</sup> Rozhovory trvaly 60–80 minut, byly nahrávány na diktafon a následně přepsány. Hlavní otázka celého výzkumu byla: Jak je v prostředí agentur na hlídání dětí definována péče o děti? Další otázky, které z ní vycházely, byly: Kdo je pro tyto agentury „ideálním typem“ pečovatelky? Jak se vytváří poptávka po tomto typu služby? Jakou nabídku péče agentury zprostředkovávají? Pro tento text je stěžejní téma konceptualizace péče o děti, které tvořilo červenou nit analýzy dat.

Pro výběr agentur byla klíčová následující dvě vodítka: za prvé, agentury se musí zaměřovat na péči o děti ve věku 0–3 let, a to z toho důvodu, že se jedná o věk, kdy ženy mohou čerpat rodičovský příspěvek nebo zvolit jako řešení jelse; jinými slovy, mají vícero možností k dispozici, z nichž volí právě agenturu. Jedná se tedy o agentury s vázanou živností „péče o dítě do tří let věku v denním režimu“. A za druhé, agentury se nacházejí ve městě nad sto tisíc obyvatel a tímto městem není hlavní město Praha, kde – jak jsem předpokládala a majitelky mi to také potvrdily – je situace s hlídáním dětí vzhledem ke složení obyvatelstva odlišná od jiných měst.

V roce 2008 realizoval tým VÚPSV výzkum péče o děti předškolního a raného školního věku (Kuchařová a kol. 2009). Součástí výzkumu byla také sonda do fungování soukromých agentur v Praze, ve dvou okresech jižní Moravy a v severních Čechách. Hlavními závěry této studie bylo, že se prozatím jedná o málo rozšířenou formu služby (v roce 2008 existovalo celkem 93 firem s registrovanou vázanou živností „péče o dítě do tří let věku v denním režimu“) a že existuje poměrně velká disproporce mezi Prahou a ostatními regiony ČR (v Praze z těchto 93 firem působilo celkem 50, naopak v Jihočeském kraji ani jedna). Tuto diskrepanci popisují také mé informátorky, majitelky agentur, jejichž slova souzní s faktory prezentovanými výše uvedenou studií. Informátorky definovaly tři klíčové rozdíly mezi Prahou a ostatními městy. 1. V ostatních městech převládá tradiční model rodiny a rodiny se zde obracejí na své rodiče, protože placená péče zde ještě není běžným řešením. 2. V Praze žije hodně přistěhovalých, kteří se nemohou obrátit na své příbuzné, protože jsou vykořeněni z příbuzenských sítí. 3. V hlavním městě je větší koncentrace manažerů a jedinců pracujících v profesích vyžadujících flexibilní pracovní dobu (viz také Kuchařová a kol. 2009: 136–137). Ve srovnání s rokem 2008, kdy byl výzkum VÚPSV realizován, lze však v mém výzkumu sledovat menší posun naznačující, že soukromé agentury jsou na vzestupu také mimo hlavní město a začínají si získávat početnou klientelu.

Mou hlavní výzkumnou strategií tedy bylo pokrýt jeden partikulární lokální trh péče o děti, který se vyvíjí zhruba od roku 2005, kdy vznikla první z agentur. Pro tento trh je typické, že se teprve rozvíjí a – i podle slov mých informátorek – v posledních dvou letech dochází k jeho velkému rozkvětu. Závěry prezentované v této stati si tedy nekladou nárok na generalizaci, ale je třeba je číst jako závěry vycházející z omezeného výzkumného vzorku. Vzhledem k tomu, že některé z mnou oslovených agentur operují nejen v tomto městě, ale i v dalších (včetně Prahy), se však domnívám, že k velice podobným závěrům by bylo možné dojít také při realizaci výzkumu v jiných lokalitách ČR.

### Kdo je kdo v trianglu péče

Najímáním chův přes specializované agentury vzniká specifická konstelace vztahů mezi třemi aktéry: zprostředkovatelskou agenturou, rodinou a chůvou. V této části statě stručně představím jednotlivé aktéry a odpovím na otázky, jak, pro koho a kým probíhá hlídání dětí.

Agentury jsou soukromé firmy, jejichž majitelkami jsou ve vybraném regionu (až na výjimky) především ženy. Důvody, které je vedly k založení agentury, se individuálně liší, nicméně převažuje osobní zkušenost s nedostatkem podobných zařízení, kterou si prošly, když samy měly děti a toužily/potřebovaly se vrátit zpět do práce. Dalšími motivacemi, které majitelky uváděly, byly láska k dětem a touha mít práci, kde by tato láska mohla být naplněna, případně aspirace samostatně podnikat a objevení péče o děti jako možné realizace a vyplnění díry na trhu. Trh s agenturami se

začal v tomto regionu formovat kolem roku 2005, přičemž k největšímu rozvoji došlo postupně v letech 2007–2009. Některé agentury poskytují také další služby kromě hlídání dětí do tří let věku, například doučování, úklid domácnosti atd. Ideálním typem agentury však zůstává ta věnující se výhradně péči o děti.

Vzhledem k hodinovým sazbám za hlídání, které se pohybují kolem 120–150 korun za hodinu, jsou hlavní (avšak nikoli jedinou) klientelou movitější rodiny vyšší střední třídy, tzv. dvoukariérové domácnosti (Gregson, Lowe 1994). Služba, kterou agentury poskytují, je na symbolické úrovni definovaná třídně – jako komodifikovaná aktivita určená zejména pro movitější rodiny. Jak například uvedla majitelka agentury Slůně: „samozřejmě není to pro každého ta služba. (...) Pokud na tu službu nemáte, to je stejné, jako když nemáte na nějaké sako, tak ho nepůjdete koupit, tak si nemůžete koupit ani tu chůvu, když to tak řeknu na tvrdo, je to tak.“ Nicméně v každodenní praxi majitelky popisují nárůst klientely, která by spadala spíše do nižší střední třídy – především matek samoživitelek, rodin, pro které je dvojí plat nutností, a tak volí placenou péči jako řešení, a to i přesto, že velkou část svých výdělků vydávají za hlídání. Konkrétní služby, které klientky a klienti požadují, se liší podle věku dítěte a denního koloběhu rodiny. Některé rodiny tak hledají hlídání ve formě doprovodu dítěte ze školy, do kroužků apod., jiné potřebují hlídání přes den – pravidelně nebo nárazově. I když převládají matky podnikatelky, které chtějí udržet kontakt s pracovištěm a hledají chůvy na typicky tři až čtyři hodiny týdně, mezi klientkami jsou i ženy, které studují a potřebují hlídání, aby mohly navštěvovat přednášky na univerzitě, kurzy angličtiny, ženy, které chtějí pečovat o sebe (zajít na masáž, zacvičit si, do solária apod.) nebo vyřídit něco na úřadech či u lékaře.

Prototypem chůvy pracující v agentuře se stává mladá studentka zaměstnaná na dohodu o provedení práce/pracovní činnosti, a to přibližně na tři až čtyři hodiny týdně (naproti tomu v Praze je běžnější model chůvy pracující na plný úvazek, která – jak vyplývá ze zkušenosti jedné z agentur – si měsíčně vydělá 25 až 30 tisíc korun). Chůva tuto práci vykonává jako brigádu vedle svých studií na vysoké škole: některé agentury preferují studentky pedagogických či zdravotnických oborů (což souvisí s obecnější koncepcí péče konkrétní agentury a s jejím profilováním vůči konkurenci), avšak není to podmínkou. Podle majitelky agentur je jednou z hlavních motivací studentek pracovat jako chůva vedle hledání přivýdělku zkušenost s hlídáním dětí – mnoho žen před tím, než přijaly tuto práci, pracovalo jako au pair v zahraničí a chtěly znovu zažít těsné sepětí s rodinou a dítětem. Z hlediska socioekonomického statusu je nutné zdůraznit, že spousta chův pracujících v agenturách patří spíše do střední nebo vyšší střední třídy, tedy do stejné vrstvy jako jejich zaměstnavatelé a zaměstnavatelky. To je dané mimo jiné také tím, že některé rodiny požadují chůvu s vlastním automobilem, jak uvedla například majitelka agentury Želvička, mezi jejímiž chůvami jsou tedy „student-

ky z bohatých rodin“, kterým rodiče koupili vlastní auto.<sup>3</sup> Platit a být placena za hlídání dětí nezrcadlí automaticky třídní nerovnosti mezi ženami. Zatímco zahraniční literatura popisuje sestupnou třídní mobilitu u těch žen, které přicházejí do nové země a pracují zde jako pomocnice v domácnosti (srov. Andall 2003; Parreñas 2001), příklad agentur na hlídání dětí naznačuje, že implicitní ztotožnění nižšího socioekonomického statusu a poskytování této služby (práce chůvy) je problematické a nepřesné.

### Nabídka a poptávka po placené péči o děti

Agentury na hlídání dětí deklarují, že reagují na poptávku trhu po placených pečovatelkách, která je generována v důsledku šesti hlavních důvodů.

Za prvé, ženy jsou více nuceny/více se chtějí starat o své zaměstnání (kariéry), což vede jednak k tomu, že se vracejí dříve z mateřské/rodičovské dovolené a jednak k tomu, že jejich pracovní doba je čím dál více flexibilní (časově náročná) a neodpovídá otevíracím hodinám státních zařízení péče o děti. Zároveň jsou na rodiny kladeny větší nároky týkající se mimoškolního vzdělávání (zájmových kroužků), do kterých nemá kdo děti kvůli exponovaným pracovním hodinám vodit.

Druhý a třetí aspekt úzce souvisí s tím, že není možné spoléhat se na „tradiční“ model, kdy s hlídáním dětí vypořádali rodiče rodičů (babičky). Za druhé tedy důležitou roli hraje měnící se demografická struktura městského obyvatelstva, která je daná mobilitou rodin. Podle informátorek čím dál více (mladých) rodin směřuje do měst kvůli lepšímu pracovnímu uplatnění. Vnitrostátní mobilita způsobuje vytržení ze sociálních sítí (příbuzenských či založených na přátelství), na které by mohla být péče delegována. A za třetí, prodloužení ekonomické aktivity a posun odchodu do důchodu do pozdějšího věku vede k tomu, že prarodiče jsou ekonomicky aktivní v době, kdy jejich děti mají potomky.

Za čtvrté, vliv koncepce péče v západních zemích, kde delegace péče na jiné ženy – většinou migrantky – má svou tradici. Majitelky agentur hovoří o tzv. au-pairismu, který se postupně dostává do povědomí rodin, a placená péče je postupně demytizována. Majitelka agentury Chobotníčka uvádí: „Určitě nás hrozně podobně ovlivnil ten au-pairismus, vůbec taková ta mediální bublina, která byla veskrze pozitivní, která ho tady doprovázela (...) Ačkoliv jsme tady trošku pozadu, tak reflektujeme nějakým opožděným stylem ten západní vývoj a tam je to prostě běžné, takže si myslím, že k nám to jednou dospěje.“ Podobně majitelka agentury Tučnáček uvedla vliv médií, konkrétně amerických filmů o chůvách, jako jeden z kanálů, jehož prostřednictvím se do povědomí dostává model placené péče. Podle majitelky však nedochází k absolutnímu přijetí tohoto vzorce, a to zejména co se týče etnicity chův. Agentury zaměstnávají pouze etnické Češky, přičemž důvodem tohoto rozhodnutí je předpokládaný nesouhlas, který by to vyvolalo ze strany klientek a klientů. Jedním z argumentů je, že by rodičům vadily nižší jazykové kompetence imigrantek, protože jazyková socializace je po-

dle nich ve věku do tří let velice důležitá. Dalším argumentem je podle majitelek fakt, že česká společnost je nedůvěřivá a xenofobní.

Za páté, redukce počtu státem dotovaných zařízení předškolní péče o děti ve věku do tří let, ke které došlo po roce 1989. Ve městě, kde jsem výzkum realizovala, fungují pouze dvojce jesle a soukromé školky provozované agenturami jsou teprve na vzestupu. V následujícím textu však ukážu, že spíše než nedostatek těchto zařízení hraje důležitější roli – a je tedy šestým důvodem – prohlubující se nedůvěra v tato zařízení. Dudová a Hašková uvádějí, že již v 90. letech došlo k odmítnutí všeho, „co bylo spojeno se státně-socialistickým režimem“, jesle tak dostaly „nálepku ‚výmyslu komunistů‘“ a došlo k „posílení celodenní péče matky o dítě a k úplnému zániku státní podpory mimorodinné denní péče o děti mladší tří let“ (viz Dudová, Hašková 2010: 40 a 43). Jesle jsou ztělesněním nezdravé kolektivistické péče. Důraz kladený na individuální péči o děti do věku tří let v jejich vlastním prostředí byl živěn psychologickým diskursem hlásajícím mimo jiné, že „jesle mají rodinnou výchovu doplňovat, nikoliv nahrazovat“ (tamtéž: 42). Akcentována byla také zdravotní rizika: nemocnost dětí údajně souvisela „s jejich celkovým oslabením z důvodu časného vstávání a pozdních odchodů z jeslí přizpůsobených pracovním hodinám matek“ (tamtéž). Některé agentury<sup>4</sup> živí tento diskurs o nevhodnosti jeslí. Ilustrací tohoto negativního přístupu je vyjádření majitelky agentury Sluně: „Spousta rodičů nechce dávat děti do jeslí, protože ta kolektivní péče do tří let není pro děti vhodná. Ty děti do tří let věku pořád preferují tu individuální péči, kdy se jim ta chuva věnuje od rána do večera doma ve svém vlastním prostředí.“ Tento trend není specifický pro postkomunistické státy, podobné tendence potvrzují také zahraniční výzkumy. Bakan a Stasiulis (1995) v Kanadě upozorňují na ideologickou diskreditaci veřejné péče o děti bez prokazatelných důkazů, že by tato zařízení způsobovala rizika v emočním nebo fyzickém vývoji dětí. Diskreditace jeslí nahrává neoliberální rétorice svobodné volby (Dudová, Hašková 2010) a jejím vyjádřením v jedné z nejčistších podob je přenesení péče na trh a její zabezpečování soukromými firmami.

Agentury však zároveň vytvářejí specifickou nabídku péče. Zatímco výše uvedené faktory vysvětlují, proč rodiče vyhledávají placenou péči o děti, neříkají nám nic o motivech, proč si vybírají právě agentury. Hlavním důvodem, na kterém se majitelky agentur shodly, je jistota, kterou agentura poskytuje svým klientkám a klientům. Majitelka agentury Sluně shrnula uvedenou výhodu následovně: „Ta agentura za vás udělá to, co vy nezvládnete. Tu chůvu prověří, proškolí, je s ní neustále v kontaktu, zajistí vám náhrady, když chůva onemocní apod.“ Z jejího tvrzení vyplývá, že majitelky agentur považují za svou hlavní výhodu tzv. profesní prověřování (*professional screening*), a to jak při výběru chůvy, tak v průběhu hlídání. Právě výběr chův a jejich prověřování jsou hlavními aktivitami, kolem kterých jednotlivé agentury tvoří svou image a kterými zdůrazňují svou největší

dividendu oproti jiným modelům péče (především péči nelegální). Například majitelka agentury Vlastovička shrnula své vnímání této výhody následovně: „Když si dáte na jobs.cz třeba inzerát na brigádu jakoukoliv, si myslím, tak se vám ozve třeba 100 lidí a teďka vy musíte dělat nějakou selekci. Je to strašně otravný, je to šílený, protože vy samozřejmě vůbec nic nepoznáte z životopisu, vůbec nic nepoznáte z fotografií, musíte de facto udělat si nějaké výběrové řízení, což spousta lidí neumí udělat nebo nechce udělat, nebo si řekne „tak a jdu do toho“ a pak jsou z toho úplně hotoví, protože to taky není žádná leg-race ty lidi vybrat. Takže to si myslím, že je jeden důvod, proč se spousta lidí obrátí na mě.“ Ze slov majitelek agentur vyplývá, že rodiny se na ně obracejí zejména proto, že hledají záruku expertního výběru, kterého by samy nebyly schopny. Podobné dilema popisuje i Cheever (2002: 32), když zdůrazňuje, že pro pracující matky je hledání chůvy katastrofou, neboť najít „spolehlivou chůvu na nespolehlivém trhu“ je téměř nadlidský úkon. Z této nejistoty těží agentury, které podporují rodiny v jejich nedůvěře v sebe samé – jak kriticky poznamenávají Bakan a Stasiulis (1995): pokud by si rodiny dostatečně věřily, že vyberou správnou osobu, nebylo by agentur vůbec potřeba. Uzavírají, že „součástí role agentury je vytvářet vyšší poptávku tím, že je potenciálním klientům zdůrazňována potřeba po profesním prověřování“ (tamtéž: 309).

Agentury tedy deklarují, že péče o děti, kterou poskytují, je specifická oproti péči poskytované příbuznými nebo cizími ženami na černém trhu, a to nejen co do jejího zajištění, ale vůbec z hlediska péče jako takové. Z mé analýzy rozhovorů vyplynuly tři hlavní charakteristiky péče. Péče v podání těchto agentur je zároveň specializovaná, kvalifikovaná a profesionalizovaná. Na tyto tři dimenze se zaměří následující část textu.

### **Péče o děti: specializovaná, kvalifikovaná a profesionalizovaná**

Jednou ze zásadních charakteristik péče poskytované agenturami je její úzká *specializace*. Péče o děti je vyňata z rámce „prací v domácnosti“ (*domestic work*) a stává se výlučnou aktivitou. Zatímco, jak ukazují četné výzkumy, v zahraničí je péče o děti považována za součást obecněji definovaných domácích prací (Anderson 2000), tzv. *three Cs jobs* (tři C povolání) zahrnujících vaření (*cooking*), uklízení (*cleaning*) a péči (*caring*), české agentury tyto jednotlivé činnosti striktně oddělují a soustředí veškerou svou pozornost právě na péči o děti. Většina z nich buď úklidové služby nenabízí, případně pokud ano, má skupinu zaměstnankyň specializovanou na péči a skupinu zaměřenou na úklid domácnosti. Jak uvádí majitelka agentury Sluně: „Z našich zkušeností jednoznačně vyplývá, že většina těch rodin má chůvu a pomocníci v domácnosti, vyložené paní na úklid. Je to rozdělené, opět se to odvíjí od té české nátury. My chceme, aby o ty děti bylo postarano, aby bylo zabezpečeno jejich bezpečí, tzn. že chtějí chůvu, která se bude věnovat tomu jejich dítěti, a pak mají paní, která jim uklidí dům, protože je jim jasné, a znají to všechny ma-

*minky, že pokud uklízí, tak se nemohou věnovat tomu dítěti (...)* my [agentura] jsme zastánci toho, že by to mělo být specializované, že všichni nemůžeme dělat všechno a už jsme si odkoušeli, že je obrovský rozdíl vybírat paní na úklid a vybírat paní k dětem.“ Úkony tradičně vykonávané v domácnosti z lásky (Bock, Duden 1977) jsou přesunuty z privátní sféry na veřejný trh práce a jsou diverzifikovány. To, co dříve vykonávala matka a hospodyně v jednom, se dá na trhu „zakoupit“ u specializovaných agentur na hlídání dětí (péče o děti) a u agentur na úklid (péče o domácnost). Na rozdíl od matky (a pomocnic v domácnosti, jak je známe ze zahraničních výzkumů) tedy chůva „pouze“ hlídá dítě a věnuje se výhradně dítěti, nikoli domácnosti.

Zúžení zájmu pouze na péči zároveň vede ke zmožení významů toho (a zároveň zvýšení nároků na to), co péče znamená a co všechno musí zahrnovat. Další stránkou péče je tedy její kvalifikovanost, tzn. existence určitých vlastností a dovedností, které z ženy dělají kvalifikovanou chůvu. Již výše jsem uvedla, že právě definice těchto kvalifikací tak, jak jsou v agenturách významňovány, je důležitým krokem směřujícím k redefinici péče a ke zdůraznění toho, že ne každá žena může být chůvou. V prostředí agentur můžeme tyto dovednosti či charakteristiky klasifikovat do několika skupin: některé z nich jsou nezbytné pro přijetí do agentury, některé jsou nabývány až v prostředí agentury. První – vstupní – kvalifikace, dosahuje několika podob. Za prvé se jedná o konkrétní a prokazatelné faktory jako studium oboru preferovaného agenturou (zdravotnické nebo pedagogické obory, avšak nejsou nutností), praxe podložená doporučeními, trestní bezúhonnost doložená výpisem z trestního rejstříku, případně lékařské potvrzení.

Za druhé jsou to povahové vlastnosti, jejichž odhalení a hodnocení je více nebo méně subjektivní. K těmto vlastnostem patří flexibilita, přizpůsobivost, empatie apod. Tyto vlastnosti jsou v prostředí agentur ztotožněny s mládím. Kromě jedné agentury, která explicitně preferuje starší ženy s vlastní zkušeností mateřství (mladší ženy jsou považovány za nedostatečně vyzrálé pro tento typ práce), všechny agentury vybírají jako své chůvy právě studentky, protože ty jsou považovány obecně za flexibilnější. Jak uvedla majitelka agentury Medvídek: „*My jsme zkoušely i paní v důchodovém věku, ono je to fakt s tím zvyšování důchodového věku, protože když se potom dostanete do důchodu, tak už máte hodně své stereotypy, jak jste vychovávala vy své děti a ono je to teď jinak a můžete to jako babička samozřejmě všechno znát. Ale nám ty slečny, které studují, vyšly tak jakoby nejlíp, jsou flexibilní, a pokud jde o to dojíždění, jim to až tak nevádí, když jí zavolám hodinu předem, že potřebuji opravdu nečekaně, tak jsou víc ochotné třeba vyskočit, i když jsem je vzbudila, a vyrazit.*“ Podobně majitelka agentury Sluně demonstruje důležitost těchto vlastností (zastírajících selekci podle věku) na následujícím příkladě, který odkazuje také ke statusovým nerovnostem mezi klientkou a chůvou: „*Typický příklad třeba 40leté 50leté ženy, které by se tohle mohlo dotknout, jestli si dokáže představit, že přijde do té rodiny, natáhne si tepláky a bude tam celý den ložit*

*s dítětem po kolenou, zatímco maminka se obleče do kostýmku, vezme si s sebou aktovku a odejde do práce, třeba jestli tohle nebude pro ni takový ten problém, že jí bude závidět, nebo že se jí to bude dotýkat. Musí si být vědoma toho, že i v této pozici se bude cítit dobře a že právě tohle nebude brát jako problém.*“ Z výše uvedených úryvků vyplývá, že věk je pro majitelky agentur jednou z latentních kvalifikací pro práci chůvy – nízký věk je zárukou nejen flexibility, ale také nestereotypního přemýšlení o péči, otevřenosti pro vzdělávání se o roli chůvy a větší tolerance k případným třídním nerovnostem.

A za třetí se jedná o koníčky a dovednosti, které chůva ovládá a kterými může rozvíjet dítě, které hlídá. Péče v pojetí agentur není jen hlídáním dětí, jak ilustrativně uvedla majitelka agentury Sluně: „*Vy si za to platíte, tak nechcete, aby vám tam šel někdo jenom pohlídat, aby se Anička neuhodila do hlavy, nebo aby tady nespada, nerozběhla se vám přes silnici. To že nedáte to dítě do jeslí, kde bude v kolektivu dalších deseti dětí, na které bude jedna paní, tak vy si zaplatíte to, že tam budete mít tu chůvu doma, která s ním bude individuálně pracovat, bude ho nějak rozvíjet.*“ Chůva jde do rodiny jako do práce a musí mít co nabídnout, jak shrnula majitelka agentury Chobotnička. Majitelka agentury Medvídek zdůraznila přidanou hodnotu dovedností, kterými chůva disponuje, pro rodinu. Chůva podle ní vnáší nové podněty do rodinného prostředí a její vlastní koníčky jsou zárukou, že se během jejího hlídání dítě něco naučí, posune se ve svém vývoji, jak popisuje např. majitelka agentury Medvídek. „*To vůbec není jakoby tak, že to dítě odložíte k někomu a ono tam bude hrozně trpět (...). Ono to ve skutečnosti to dítě hrozně obohatí, když tam potom přijde někdo, kdo se věnuje jenom jemu (...)* navíc třeba umí nádherně kreslit a ta vaše maminka kreslit neumí.“ Z chůvy se tedy stává nejen osoba, která hlídá dítě, ale zprostředkovatelka specifického kulturního kapitálu (Bourdieu 2001), většinou takového, který rodiče sami předat nemohou.

Kvalifikace není pro agentury ukončeným procesem, ale je dosahována během trvání pracovního procesu – jak uvedla výše majitelka agentury Sluně – prostřednictvím neustálého proškolení. Ta mohou mít několik podob – od školení o první pomoci a přístupu k dítěti přes základy vývojové psychologie k tematickým seminářům nad vytvářením vánočních ozdob z papíru či více nebo méně formálním setkáním, kde si chůvy vyměňují své zkušenosti s hlídáním dětí, přičemž toto sdílení má za cíl chůvy dále posouvat v jejich kompetencích. Tato školení a proškolení vypovídají o dvou základních charakteristikách péče, jakou poskytují agentury. Za prvé, i když je péče stále genderována jako ženská aktivita (Murray 1998), dochází ke zpochybnění zaměnitelnosti ženství a pečovatelské práce. Být ženou není dostatečnou kvalifikací a nezaručuje přijetí na pracovní pozici chůva, o čemž svědčí i velké procento žen, které neprojdou sítím agentur (přibližně pět ze sta). Dokonce ani být matkou neznamená automatické přijetí. „*To, že jste matka, nezaručuje, že jste chůva,*“ uvedla majitelka agentury Sluně. Jinými slovy, zatímco všechny chůvy jsou ženy, ne všechny ženy jsou chůvy. A za druhé, péče o děti není jednoduchou akti-

vitou, ale vyžaduje určitý soubor znalostí a vědomostí. Péče o děti je v prostředí agentur deintuizována, stává se dovedností, která je postupně učena, nabývána praxí.

Kvalifikovanost péče je dále utvrzena její *profesionalizací*. Helma Lutz (2008: 1) ve svém zamyšlení nad tím, zda je placená práce v domácnosti jen dalším ze zaměstnaneckých vztahů, uvádí, že nikoli, a vyjmenovává následující důvody, proč tomu tak není: „místo, kde je práce vykonávána, je intimní sférou; práce je konstruována jako žensky genderovaná; mezi zaměstnankyní a zaměstnavatelkou existuje speciální vztah, který je vysoce emoční, osobní a charakteristický vzájemnou závislostí; a logika pečovatelské práce, která je odlišná od jiných zaměstnaneckých oblastí.“ Agentury využívají několik různých mechanismů k tomu, aby překonaly překážky (tedy výše uvedené důvody toho, proč placená péče není jen dalším „normálním“ zaměstnáním) bránící přijetí placené péče jako běžné profese. Agentury tak deklarují, že péče není něco, co je vykonáváno ad hoc. Toho dosahují nejen specifikací kompetencí a kvalifikací, které musí chůva naplňovat (viz výše), ale také definicí pracovní etiky a udržováním hranic a distance.

Jedním z hlavních rysů profesionality je tedy existence norem, podle kterých má být daná profese vykonávána, a existence etického kodexu (o pracovní etice chův viz Helma Lutz 2011). V prostředí agentur na hlídání dětí je profesionality dosaženo na několika úrovních, přičemž nejilustrativnější z nich je následování etických kodexů. Ty se liší u jednotlivých agentur (sdílejí však počet bodů, který je vždy deset), přičemž některé je nezveřejňují na svých internetových stránkách kvůli obavě z okopírování konkurenčními agenturami. Ilustrací takového kodexu je na webových stránkách jedné z agentur působících v Praze, Brně a Ostravě následující desatero<sup>5</sup>: 1. *Klient svěřuje chůvě to nejcennější, co má, a to jeho dítě (dětí)*. 2. *Chůva hlídá dítě (dětí) v době a v místě, na kterém se shodla s rodiči*. 3. *Chůva respektuje a dodržuje výchovná pravidla rodiny*. 4. *Chůva podporuje zdravotní, společenský, citový, tvořivý a duševní vývoj dítěte (dětí)*. 5. *Bezpečnost a zdraví dítěte (dětí) jsou vždy na 1. místě. Chůva chrání dítě (dětí) od zranění a nevystavuje ho (je) nebezpečnému prostředí*. 6. *Chůva dbá na výživově vyváženou a lehce stravitelnou stravu dítěte (dětí)*. 7. *Chůva o své výchově komunikuje s rodiči dítěte (dětí), informuje je o vývoji dítěte (dětí) a upozorňuje na špatné chování*. 8. *Chůva vždy musí respektovat řád, pravidla a zvyklosti rodiny*. 9. *Chůva vždy musí zachovat absolutní diskrétnost vůči klientovi*. 10. *Chůva uklízí po dětech, aby byla domácnost bezpečná a čistá*.

Druhým klíčovým faktorem profesionality je tedy udržování hranic. Ve výpovědích majitelek je *profesionální přístup* popisován především jako určité udržování distance a zdůrazňování toho, že co je pro klientky a klienty domovem, to je pro chůvu pracovištěm, tj. místem uskutečňování její profese. Majitelka agentury Sluně shrnula profesionální vztah jako něco, co je v kontrastu například s tím, když jde dítě pohlídat jeho babička. „*Jestliže máte babičku, tetičku, tak jí musíte pořád všechno vysvětlovat, polovinu věcí jí neřeknete, že dělá*

*špatně. (...) Zkrátka je to také o tom profesionálním vztahu mezi tím rodičem a tou chůvou, to znamená, že té chůvě, když se vám něco nelíbí, tak jí to asi vytknete. (...) ty chůvy tam neřeší své vlastní problémy, ony prostě chodí do práce, tam neuslyšíte problémy o jejich zdraví, prostě nemůžu přijít, protože tehdy se zpozdíím apod., vlastně veškerá ta péče by měla být opravdu profesionální. (...) Ta chůva může té mamince poradit, ale radí jí taktně, nezasahuje jí do domácnosti.*“ Aby chůvy poskytovaly profesionální péči, musejí neustále usilovat o udržení dvojích hranic. Jednak mezi jejich vlastním pracovním a soukromým životem, kdy chůvy odhazují (na rozdíl od babiček) své soukromé životy a během své pracovní doby se věnují výhradně práci. A jednak jejich práce v soukromém prostoru (domácnosti) zaměstnavatelů po nich vyžaduje udržení hranice mezi soukromým životem rodiny a jejich životem pracovním. Chůvy jsou tak v prostředí agentur pasovány do role expertek na výchovu dětí (jsou schopny poradit matkám a ty jim nemusí nic vysvětlovat, protože chůvy *vědí*, jak pečovat o dítě). Pro udržení této hranice je klíčové udržování určité distance – profesionální přístup zahrnuje tedy mimo jiné profesionální *odstup*, a to jak od rodičů (prostřednictvím vykáni), tak od dětí (srov. též Lutz 2011).

Odtaziť náklonnost (*detached attachment*, viz např. Macdonald 1998), kterou musejí chůvy pečující o cizí děti vyjednávat, aby naplnily „normu“ mít rády dostatečně, ale ne příliš, je tedy pro agentury jedním z hlavních rysů profesionality. Zahraniční výzkumy popisují emoční zátěž této práce (viz např. Hochschild 2000) a povahu pout, která vzniká mezi dítětem a chůvou, která je placená za péči a v mnoha případech tráví s dítětem více času než jeho rodiče. Cheever (2003: 31) dilema mezi vztahem založeným na investici emocí a pracovním vztahem založeným na financích popisuje následovně: „Učíme naše děti, že láska se nedá koupit, a pak jdeme a hned za rohem jim koupíme cizí ženu, která je má milovat.“ Majitelky agentur se vůči takovému pojetí vymezují: na příklad majitelka agentury Sluně zdůrazňuje, že to, co je ve vztahu „kupováno“, není láska, ale služba, a říká: „*S tím kupovat lásku nesouhlasím, taky přece když dáváte dítě do jeslí nebo do školky, tak nikdy neřeknete, že si tím kupujete lásku, protože to tak není, vy víte, proč tam to dítě dáváte, a dokonce tam nemáte šanci si ověřit, jestli se k tomu vašemu dítěti chová někdo pěkně.*“ Jinými slovy, vybaveny výše uvedenými kompetencemi vstupují chůvy do domácnosti jako na své pracoviště, kde jsou placeny za práci, nikoli za emoce.

### **Závěrem: agentury a alternativní trh s péčí o děti**

Agentury na hlídání dětí jsou v České republice relativně novým aktérem na poli péče o děti. K jejich rozvoji dochází zejména v posledních letech, která samy aktérky na tomto poli zainteresované popisují jako „boom agentur“. Tento vzrůst počtu soukromých aktérů na poli péče je spojován s několika faktory: demografickou proměnou, proměnami v sociální politice a obecně změnou koncepcí péče. Nicméně agentury nejsou jen dalším aktérem na pomyslném trhu péče o děti fungujícím vedle černého trhu, státem dotovaných či soukromých

zařízení, ale jsou aktérem specifickým – jak z hlediska své pozice na trhu, tak z hlediska formy péče, kterou poskytují.

Za prvé, díky velice charakteristické službě, kterou agentury vytvářejí, agentury *nevypĺňují* mezeru ve funkci sociálního státu. I když tedy jako jeden z hlavních důvodů rostoucí poptávky po jejich službách agentury uvádějí nedostatek státních zařízení předškolní péče, formy jejich péče a péče poskytované těmito zařízeními jsou diametrálně odlišné. Klientky a klienti, kteří se na agentury obracejí, totiž většinou nepotřebují takovou formu hlídání, jakou nabízejí státní zařízení (pravidelné celodenní nebo na část dne), ale spíše hlídání nárazové. Zároveň některé z majitelek uvedly, že část jejich klientely by do jeslí své děti nedala. Stručně řečeno, agentury na hlídání dětí nejsou zástupným, ale alternativním řešením péče o děti. Za druhé, agentury vytvářejí svébytnou nabídku péče. Tuto péči jsem popsala jako specializovanou (vydělenou z ostatních „prací v domácnosti“), kvalifikovanou (předpokládající určité vlastnosti, schopnosti a vzdělání) a profesionalizovanou (řídící se normami a navazující pracovní vztah).

Otázka profesionalizace služby pomoci v domácnosti a péče o děti zaměstnává řadu výzkumnic působících na tomto poli (Anderson 2000; Lutz 2011), a to zejména proto, že „přesouvání této práce na ženu profesionálně vyškolenou pro její vykonávání by znamenalo zpochybnění identity prostoru, který je definován jako ženský“ (Lutz 2011: 187). Samotná profesionalizace vzbuzuje několik zásadních otázek, které shrnuje Bridget Anderson (2000: 169) následovně: „Kdo je profesionálka, manželka/hospodyně nebo pomocnice v domácnosti? Pokud pomocnice v domácnosti musí být vzdělána pro své zaměstnání, jak může práce v domácnosti nadále být přirozenou schopností žen obecně? Když hledá profesionální náhradu za sebe samu, nachází manželka/hospodyně někoho, kdo je lepší ve „své“ profesi?“ Profesionalizace této práce tak podle autorek destabilizuje klíčovou oblast ženské práce (Lutz 2011) a znemožňuje udržování současné genderové a třídní ideologie (Anderson 2000). Agentury na hlídání dětí jsou prostorem, kde můžeme sledovat *částecnou* genderovanou redefinici péče a postupnou kvaziprofessionalizaci.

S odkazem na výše uvedené autorky tak lze v prostředí agentur pozorovat, že péče o děti je sice stále kódována jako „ženská aktivita“, nicméně dochází k narušení rovnice „každá žena rovná se dobrá pečovatelka“. Chůvou se nerodíte, stáváte se jí: některé ženy se rodí s určitými předpoklady, které – pokud jsou dále kultivovány – vedou k vytvoření osobnosti chůvy. I když tedy ženský gender zůstává důležitou kvalifikací, sám o sobě nestačí jako jediná kvalifikace. Proces stávání se chůvou zahrnuje dva hlavní aspekty – jednak je to postupné učení se v praxi a jednak je to nabývání určitých znalostí a kompetencí (studium pedagogického/zdravotnického oboru či zdravotní příprava, základy vývojové psychologie apod.). Tyto znalosti jsou prověřovány při náboru a dále prohlubovány v následných školeních. Agentury jsou tak prostorem pro narušení tradičních univerzalistických předpokladů zto-

tožňujících ženu-pečovatelku-matku s přirozeným (biologicky daným) nadáním pro péči o děti. Jinými slovy, agentury sice nenarušují rovnici, že pečovatelkou má být žena, ale narušují automatické a *univerzální* ztotožnění ženství a pečovatelství, když zdůrazňují, že ne každá žena je dobrou pečovatelkou, a tedy že být ženou není dostatečnou a výhradní kvalifikací pro vykonávání role chůvy. Vrátili se ke dvěma tezím uvedeným v konceptuální části této stati, v agenturách platí: 1. Všechny pečovatelky jsou ženy. 2. Ne všechny ženy jsou pečovatelky.

Agentury na hlídání dětí zprostředkovávající péči, kterou jsem v této stati popsala jako specializovanou, kvalifikovanou a profesionalizovanou, mohou být prostorem pro nový pohled na tuto (genderovanou) aktivitu. V kontextu dvou výše uvedených závěrů je však třeba zdůraznit, že agentury jsou v současné době spíše na cestě k profesionalizaci povolání chůvy. Současná poptávka v regionu jim nedovoluje zaměstnat ženy na plné úvazky (naopak v Praze takový model již funguje), ale pouze zajistit jim pravidelnou práci ve formě převýdělku. Tím, že vytvářejí určité množství pracovních pozic s určitou pracovní náplní, vepisují toto povolání do mapy regulérního trhu práce. Vzhledem k narůstajícímu počtu klientely a prognózám majitelek, že zájem o jejich služby se bude dále zvyšovat, lze očekávat, že agentury budou klíčovými aktéry v procesu redefinice a profesionalizace placené péče.

## Literatura

- Andall, J. 2003. „Hierarchies and Interdependence: The Emergence of a Service Caste in Europe.“ Pp. 39–60 in Andall, J. (ed.). *Gender and Ethnicity in Contemporary Europe*. Oxford: Berg.
- Anderson, B. 2000. *Doing the Dirty Work? The Global Politics of Domestic Labour*. London, New York: Zed Books.
- Bakan, A. B., Stasiulis, D. K. 1995. „Making the Match: Domestic Placement Agencies and the Racialization of Women's Household Work.“ *Signs*, Vol. 20, No. 2: 303–335.
- Bock, G., Duden, B. 1977. „Arbeit aus Liebe – Liebe als Arbeit. Zur Entstehung der Hausarbeit im Kapitalismus.“ Pp. 118–199 in Gruppe Berliner Dozentinnen (ed.). *Frauen und Wissenschaft. Beiträge zur Berliner Sommeruniversität für Frauen*. Berlin: Courage Verlag.
- Bourdieu, P. 2001. „The Forms of Capital.“ Pp. 96–111 in Granovetter, M., Swedberg, R. (eds.). *The Sociology of Economic Life*. Boulder, Oxford: Westview Press.
- Cheever, S. 2002. „The Nanny Dilemma.“ Pp. 31–38 in Ehrenreich, B., Hochschild, A. R. (eds.). *Global Woman: Nannies, Maids, and Sex Workers in the New Economy*. New York: Metropolitan Books.
- Collins, P. H. 1994. „Shifting the Center: Race, Class, and Feminist Theorizing about Motherhood.“ Pp. 45–65 in Glenn, E. N. et al (eds.). *Mothering: Ideology, experience, and agency*. New York: Routledge.
- Cox, R., Watt, P. 2002. „Globalization, polarization and the informal sector: The case of paid domestic workers in London.“ *Area*, Vol. 34, No. 1: 39–47.



- Crompton, R., Lyonette, C. 2006. „Work-life balance in Europe.“ *Acta Sociologica*, Vol. 49, No. 4: 379–393.
- Dudová, R., Hašková, H. 2010. „Diskurzy, instituce a praxe péče o děti do tří let ve francouzsko-české komparativní perspektivě.“ *Gender, rovné příležitosti, výzkum*, Vol. 12, No. 2: 36–47.
- Ezzeddine, P. 2011. *Ztráty a nálezy transnacionálního mateřství* (disertační práce). Praha: Fakulta humanitních studií.
- Glenn, E. N. 1994. „Social Constructions of Mothering: A Thematic Overview.“ Pp. 1–29 in Glenn, E. N. et al. (eds.). *Mothering: Ideology, experience, and agency*. New York: Routledge.
- Gregson, N., Lowe, M. 1994. *Servicing the Middle Classes: Class, Gender and Waged Domestic Labour in Contemporary Britain*. London, New York: Routledge.
- Hašková, H. 2008. „Kam směřuje česká společnost v oblasti denní péče o předškolní děti?“ Pp. 51–70 in Křížková, A., Dudová, R., Hašková, H., Maříková, H., Uhde, Z. (eds.). *Práce a péče: Proměny rodičovské v České republice a kontext rodinné politiky Evropské Unie*. Praha: SLON.
- Hays, S. 1996. *Cultural Contradictions of Motherhood*. New Haven: Yale University Press.
- Hochschild, A. R. 2000. „Global Care Chains and Emotional Surplus Value.“ Pp. 130–146 in Hutton, W., Giddens, A. (eds.). *On The Edge: Living with Global Capitalism*. London: Jonathan Cape.
- Hondagneu-Sotelo, P. 2001. *Doméstica: Immigrant Workers Cleaning and Caring in the Shadows of Affluence*. California: University of California Press.
- Isaksen, L. W. (ed.) 2010. *Global Care Work. Gender and Migration in Nordic Societies*. Lund: Nordic Academic Press.
- Křížková, A., Dudová, R., Hašková, H., Maříková, H., Uhde, Z. (eds.) 2008. *Práce a péče. Proměny „rodičovské“ v České republice a kontext rodinné politiky Evropské unie*. Praha: SLON.
- Kuchařová, V., Bareš, P., Höhne, S., Nešporová, O., Svobodová, K., Šťastná, A., Plasová, B., Žáčková, L. 2009. *Péče o děti předškolního a raného školního věku*. Praha: VÚPSV.
- Lan, P. 2006. *Global Cinderellas: migrant domestics and newly rich employers in Taiwan*. Duke: Duke University Press.
- Lutz, H. 2008. „Introduction: Migrant Domestic Work in Europe.“ Pp. 1–10 in Lutz, H. (ed.). *Migration and domestic work. A European Perspective on a Global Theme*. Aldershot: Ashgate.
- Lutz, H. 2011. *The New Maids. Transnational Women and the Care Economy*. London, New York: Zed Books.
- Macdonald, C. L. 1998. „Manufacturing Motherhood: The Shadow Work of Nannies and Au Pairs.“ *Qualitative Sociology*, Vol. 21, No. 1: 25–53.
- Macdonald, C. L. 2010. *Shadow Mothers. Nannies, Au Pairs, and the Micropolitics of Mothering*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- McMahon, M. 1995. *Engendering Motherhood: Identity and Self-transformation in Women's Lives*. New York: Guilford Press.
- Momsen, J. H. (ed.) 1999. *Gender, Migration and Domestic Service*. London: Routledge.
- Murray, S. B. 1998. „Child Care Work: Intimacy in the Shadows of Family-Life.“ *Qualitative Sociology*, No. 2: 149–168.
- Nelson, M. K. 1994. „Family Day Care Providers: Dilemmas of Daily Practice.“ Pp. 181–209 in Glenn, E. N. et al. (eds.). *Mothering: Ideology, experience, and agency*. New York: Routledge.
- Oakley, A. 1974. *Woman's Work: The Housewife, Past and Present*. New York: Random House.
- Parreñas, R. 2001. *Servants of Globalization: Women, Migration, and Domestic Work*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Souralová, A. 2011. „Vietnamské matky a české chůvy: delegovaná péče v intersekcionalní perspektivě.“ Příspěvek prezentovaný v Brně, 4. 11. 2011 na 2. konferenci českých a slovenských feministických studií.
- Stiell, B., England, P. 1997. „Domestic Distinctions: Constructing Difference among Paid Domestic Workers in Toronto.“ *Gender, Place and Culture*, Vol. 4, No. 3: 339–359.
- Szelewa, D., Polakowski, M. 2008. „Who cares? Changing patterns of childcare in Central and Eastern Europe.“ *Journal of European Social Policy*, Vol. 18, No. 2: 115–131.

### Poznámky

- 1 Poděkování: Děkuji majitelkám agentur za čas a ochotu povídat si se mnou. Velký dík patří také anonymním recenzentkám/recenzentům za podnětné připomínky.
- 2 Jména agentur, která jsou použita v textu, byla změněna.
- 3 Stejná majitelka navíc dodává, že kromě studentek patří mezi její chůvy také ženy ve středním věku: „Ony mají svou živnost, ale jsou finančně zajištěné, dělají to pro zábavu. Ony mají nějakou svou práci, že dělají třeba pro manžela něco, ale to hlídání je jako kdyby naplňuje, že třeba už mají odrostlé děti a zase se vrátí k tomu, že si můžou někoho pochovat takhle, věnovat se někomu malému.“ U těchto žen je zjevné, že tuto práci nevykonávají kvůli příjmu, ale spíše vyhledávají typicky genderovanou aktivitu pro vyplnění času a jako své hobby.
- 4 Kolektivní péči neodmítají ty agentury, které samy nabízejí hlídání v dětských koutcích či provozují firemní školky (v mém vzorku tři z devíti).
- 5 Viz <http://www.bibo-hlidani-deti.cz/archiv-aktualit/etiky-kodex-chovy>. To, že byl kodex vybrán z této agentury, neznámá, že agentura byla součástí mého výzkumu.

© Sociologický ústav AV ČR, v. v. i., Praha 2012

Adéla Souralová je absolventka magisterského programu sociologie na Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně. V současnosti pracuje jako asistentka na katedře sociologie, obor sociální antropologie FSS MU, kde také studuje postgraduální program sociologie. Odborně se zaměřuje na výzkum migrace, delegované péče o děti a feministické teorie. Korespondenci zasílejte na adresu: [asouralo@fss.muni.cz](mailto:asouralo@fss.muni.cz).