

Redakční rada

Josef Alan
profesor sociologie, Praha

Dilbar Alieva
docentka sociologie, Trnavská Univerzita

Vladimír Andrie
profesor sociologie, York, UK

Hana Hložková
Ústav etnologie SAV, Bratislava

Ida Kaiserová
katedra soc. a kult. antropologie FHS ZČU, Plzeň

Pavel Klvač
katedra human, environmentalistiky, FSS MU, Brno

Petra Klvačová
katedra sociologie FSV UK, Praha

David Kocman
katedra sociologie, FSV UK, Praha

Zuzana Kusá
Sociologický ústav SAV, Bratislava

Petr Mareš
katedra sociologie FSS MU, Brno

Michal Miovsný
Psychologický ústav AV ČR, Praha

Jiří Nekvapil
Ústav lingvistiky FF UK, Praha

Barbora Spalová
katedra sociologie FSV UK, Praha

Tereza Stöckelová
katedra sociologie FSV UK, Praha

Olga Šmidová
katedra sociologie, FSV UK, Praha

Otakar Šoltys
katedra masové komunikace FSV UK, Praha

Miroslav Tížik
katedra sociologie FF UK, Bratislava

BIOGRAF

Odborný recenzovaný časopis, který publikuje empirické, metodologické i teoretické příspěvky věnované kvalitativnímu výzkumu v sociálních vědách. Oborově je sice nejbliže sociologii, ale vítané jsou i příspěvky z jiných disciplín - lingvistiky, antropologie, historie a podobně. Biograf vychází třikrát ročně, a to jak v klasické (papírové), tak internetové verzi. Časopis má následující pravidelné rubriky:

texty

anonymně recenzované články tedy původní výzkumné studie nebo stati věnované teorii či metodologii kvalitativního výzkumu; také překlady článků, které byly publikovány v nějakém cizím odborném časopise

tak i tak

tematicky související diskuze, polemiky, názorové střety, kritické komentáře a repliky;

do oka

zprávy o konferencích a seminářích, informace o výzkumných projektech a pobytech, literární přehledy, ukázky z knih a sborníků, kratší výzkumné zprávy či editované a komentované terénní zápisky;

recenze

recenze knih či edičních řad, počítačových programů, filmů, výstav a CD-ROM.

Adresa redakce:

Zdeněk Konopásek (redakce Biografu)
Centrum pro teoretická studia UK / AV ČR
Jilská 1, 110 00 Praha 1
E-mail: redakce@biograf.org
Webová stránka: www.biograf.org
Bankovní spojení: č. ú. 0222027399/0800
IBAN: CZ65 0800 0000 0002 22027399

Vydavatel

Časopis Biograf (občanské sdružení)
IČO: 27003213
DIČ: CZ27003213

Vyřáb

MATFYZPRESS, Sokolovská 83, Praha



Obsah

Anotace ilustrací taboto čísla je Eva Vojtěšková

TEXTY

Elizabeth Shove, Dale Southernton
Mavřák dobře rozmrazený - od novosti ke snadnosti: Vyprávění o normalizaci 3-21

Blanka Tollarová
Integrace cizinců v Česku: Pluralita, nebo asimilace? 23-52

TAKI KVAL

Miloslav Petrušek
Problamný zápas s andělem etnometodologie: Ohlédnutí k počátkům etnometodologie v Čechách 53-69

DO OČI

Delmos J. Jones
Na cestě k domorodé antropologii 71-81

Barbora Spalová
Biografie kvalitativního výzkumu v sociálních vědách v České republice 83-107

Štěpán Ripka
Zpráva z pracovního semináře k antropologii hranic 109-116

Blanka Motlová
Zpráva z 9. pracovní konference Biografu 117-124

RECENZE

Radek Tichý
Nabíženství v pohybu 125-133

Odmrazujeme mrazák – od novosti ke snadnosti

Vyprávění o normalizaci

Elizabeth Shove, Dale Southerton

Preložil Zdeněk Konopásek

Defrosting the freezer – from novelty to convenience: A narrative of normalization

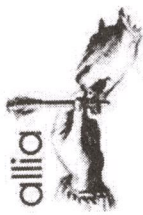
This article examines the “normalization” of the British freezer. It defines three phases in this process: an initial period oriented around the utility of preserving home produce; a second stage marked by the development of a frozen food infrastructure and the establishment of the freezer as a part of the efficient domestic economy; and a third subtle but significant redefinition of the primary benefits of freezing in terms of convenience. Cast in their new role as “time machines”, freezers are sold as a means of managing contemporary pressures associated with the scheduling and co-ordination of domestic life. At one level, this is a story of the gradual acceptance of a relatively standardized object. Yet this narrative suggests that the freezer’s promised benefits and functions change along the way. Developing this point, we argue that the normalization of the chameleon-like freezer can only be understood in the context of similarly changing systems of food provisioning, patterns of domestic practice and allied technological devices.

Keywords: co-determination; convenience; domestic technology; everyday life; normalization.

Úvod

Případem britského mrazáku se v tomto článku zabýváme s dvojitým cílem: jedním chceme přerámcovat sociologické studium materiálních objektů a jedním bychom měli přispět k porozumění toho, jak je sociálně a technicky organizováno využívání

Vydání tohoto čísla bylo podpořeno z grantu GA ČR 405/03/H053 Jazyk a diskurz.



En 2006 la publication de la revue Biograf a été possible grâce au projet Allia soutenu par la Fondation Maison des Sciences de l'Homme (Paris), par Council of American Overseas Research Institutes (Washington, D.C.) et par la Andrew W. Mellon Foundation (New York).

The publication of Biograf in 2006 has been made possible by a grant for the project Allia from the Fondation Maison des Sciences de l'Homme (Paris), The Council of American Overseas Research Institutes (Washington, D.C.) and The Andrew W. Mellon Foundation (New York).

Vydání časopisu Biograf v roce 2006 bylo podpořeno z grantu projektu Allia, který jsme získali od Fondation Maison des Sciences de l'Homme (Paříž), The Council of American Overseas Research Institutes (Washington, D.C.) a The Andrew W. Mellon Foundation (New York).

domácích energií.¹ Mrazák je dobrým příkladem z obou hledisek. Podle žebříčku domácí spotřeby energie ve Velké Británii (DECADE 1995) připadá na ledničky a mrazáky 26 procent z celkového množství energie, kterou spotřebují všechny domácí spotřebiče dohromady, čímž se tato zařízení řadí hned za vytápění bytů a osvětlení. Dále, zatímco před třiceti lety vlastnila mrazák pouhá tři procenta britské populace, v roce 1995 se nacházel jeden nebo více mrazáků ve více jak 96 procentech domácností – do takové míry se žádný jiný kuchyňský spotřebič nerozšířil (DECADE 1997). I když scházejí údaje z období před rokem 1979, podle McMeekina a Tomlinsona (1998) se mrazáky staly v britských domácnostech běžnou věcí v podstatě nehlédě na příslušnost k sociálním skupinám. Jak a proč se stalo, že mrazák Britové ve svých domovech takhle přijali za svůj?

Rozvoj domácích spotřebičů byl předmětem řady sociologických a historických výzkumů. Ty se někdy soustředily na postupný vývoj konkrétních předmětů (Forty 1986), jindy na vztah mezi technologiemi a dělbou či organizací domácí práce (Cowan 1985; Cockburn 1994). I když se řada důležitých úvah zabývá spíš vytvářením poptávky (zejména pokud jde o zavádění nových domácích zařízení), příběhy technologického rozvoje typicky předvádějí, jak zájmy a úsilí výrobců zasahují do jednotlivých malčtostí designu, výroby a funkčnosti. Rozbor toho, „jak vlastně lednice zabodovaly“, od R. Cowanové (1985) je krásnou ukázkou tohoto žánru – dokumentuje souperení mezi plynovými a elektrickými spotřebiči a jeho důsledky pro způsoby a povahu domácího mražení. I když díky této práci lépe rozumíme, proč a jak se mrazák stal tím, čím dnes je, práce Cowanové se jen okrajově zaměřuje na to, jak se ledničky a mrazáky staly naprosto běžnou ne-li nezbytnou součástí domácnosti.

Je jasné, že se teoretický i empirický výzkum v oblasti sociologie spotřeby většinou soustředil na zvláště viditelné a často okázalé podoby spotřeby (Shove a Wardle 1997; Southerton 1999) a na významy či symbolické potenciály spojené s jednotlivými objekty (Willis 1982; McCracken 1990; Featherstone 1991). Když se pak takový výzkum obrátí k obecnějším součastem domácnosti, spíše se zaměřuje na styl a vzhled různých předmětů (Forty 1986; Corrigan 1997) nebo na věci, u kterých se předpokládá, že něco sdělují – jako třeba domácí nábytek (Madigan a Munro 1996) či obrazy na stěnách (Csikszentmihalyi a Rochberg-Halton 1981; Painter 1998). Ať už se ale tento výzkum soustředí na to, jak různé věci spoluutvářejí význam a naznačují vkus, anebo na to, jak tyto věci fungují a čeho jsou příslibem (např. omezení práce nebo vzrůst výkonu), většinou při tom studované objekty izoluje a vytrhává z kontextu či z podmínek, za kterých si je opatřujeme a za kterých je užíváme.

Studie zaměřené na jednotlivé oblasti politiky jsou na tom podobně. Kupříkladu výzkum, který podnítila snaha regulovat a omezovat domácí spotřebu energie, zkoumá

rozdílné nejdůležitějších spotřebičů, jako jsou pračky a ledničky, pouze běžným způsobem. Tvorbou popírávky se v takovém výzkumu nijak netematizuje a veškerá pozornost se soustřeďuje na navyklé způsoby spotřeby domácí energie a na to, jaké mají spotřebiče takové povědomí o dopadu těchto návyků na životní prostředí (DECADE 1995; 1997). Studie o označování spotřebičů podle energetické náročnosti, tedy o zavádění této práce a jejich dopadech (Menanteau 1997), a marketingové průzkumy takzvaných „chladných“ a „mokřých“ spotřebičů tedy sice slouží potřebám dané politiky, ale neošetřují dlouhodobější vývoj „potřebnosti“ mrazáků ani jejich úlohu v socio-technickém komplexu domácnosti.

Teoretické úvahy o tom, jak se každodenně používané přístroje stávají normálními, vplývají v tomto bádání mezeru. Pokud k této otázce nenacházíme mnoho literatury (ať už z oblasti sociologie spotřeby, technologií, materiální kultury či politické analýzy), lze to samozřejmě chápat pouze jako projev nepřítomnosti nějakého skutečného příběhu. Kterak se mrazák stal normálním, lze totiž předvést třeba na tom, jak se údajně o vyhovnosti domácnosti tímto zařízením vztahují k takovým ukazatelům jako třeba rozvoj mrazárenského průmyslu,² a to vše případně ještě na pozadí posunů v domácí dělbě práce. Takové korelace sedí. Podíl zaměstnaných žen vzrostl mezi lety 1971 a 1997 ve Velké Británii z 58 na 75 procent (Social Trends 2000); přitom rozborby časových rozvrhů domácnosti (Gershuny 1992) ukazují, že slaďování a řízení domácí práce je stále obtížnější. Oblibu mrazáků by tedy šlo vysvětlit jednoduše tak, že si lidé od nich očekávají pomoc právě v tomto ohledu. To by ale bylo předčasné a skočili bychom tak rovnou k závěru o vztahu mezi mražením, časem a zvládnáním života domácnosti.³ Máme-li pochopit, jak si vlastně mrazáky našli cestu do britských kuchyní, je třeba se vrátit o krok zpátky a sledovat, jako co byly nabízené a jaké místo zaujímaly.

Při sledování těchto otázek se budeme pohybovat mezi chápáním mrazáku jako zástupce nějaké širší „rodiny“ kuchyňských spotřebičů a jako zařízení, jehož účel a využití se dělájí skrze každodenní praktiky a skrze měnící se podoby domácího stravování. Podle nás nestačí vnímat mrazák jako samostatné a holé technické zařízení; potřebujeme takový přístup, který danou věc zasadí do měnících se společenských podmínek stejně jako do podobně proměnlivého prostředí příbuzných technologií. Abychom toho dosáhli, začneme přehledem několika různých historií, které utvářejí sociální biografii britského mrazáku (Appadurai 1986).⁴ Tyto historie uspořádáme do tří

¹ Při největší obchodní řetězce ve Velké Británii přilákaly v roce 1996 každý týden na dvacet milionů zakazníků (tedy třetinu populace) a vykazovaly 36 procentní podíl na maloobchodním prodeji potravin (Humphrey 1998). To jsou pro nás významné údaje vzhledem k tomu, že velké supermarkety jsou zdaleka nejvýznamnějšími prodejci mražených potravin.

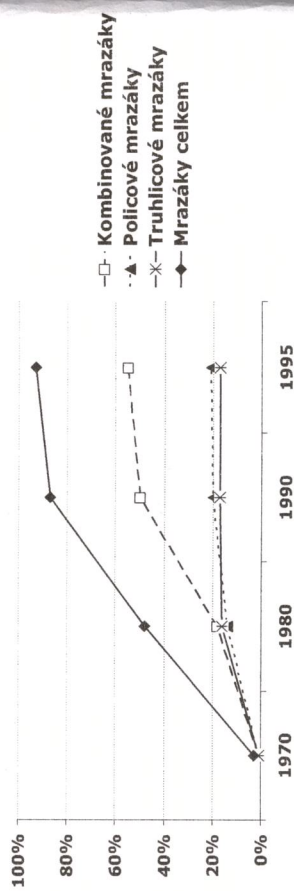
² Spolu s balenými hotovými jídly a nejrůznějšími polotovary sehrávají mrazáky důležitou roli v přetvořování domácích povinností a úloh. Manželé, manželky i děti mohou mrazák využívat každý po svém, různým způsobem, což se promítá do vzorcu domácího stravování. O těchto strance využívání mrazáku budemešle nejméně žádné údaje.

³ Příklad o specificky britskou trajektorii. Podobný výzkum ve Finsku (Pantzar 1998) a Norsku (Strandbakken 1998) naznačuje, že lze uvažovat i o odlišných příbězích „normalizace“. Například ve Finsku k užitečnosti

etap a pomůžeme si při tom obsahovou analýzou uživatelských příruček výrobců a také čtrnácti kuchařek s recepty pro potraviny z mrazáku, které byly vydány mezi lety 1968–1996 (počínaje první takovou kuchařkou a tou naposled vydanou koncem)⁵. Dále jsme provedli hloubkové nestrukturované rozhovory s majiteli malé firmy pro kuchyňské instalace a se zaměstnanci velkých obchodů s domácími elektrospotřebiči. Navštívili jsme také – někdy coby zákazníci uvažující o koupi – některé velkoprodávce i menší obchody.⁶ Další údaje jsme získali z 35 hloubkových rozhovorů na téma proměny chutí a využívání kuchyně v předměstských domácnostech (Southerton 1999). Rozsah těchto zdrojů dat a jejich vzájemné vztahy dávají docela dobrý přehled nejen historického vývoje britského mrazáku, ale také argumentů, které se během popisování a vyzdvihování hodnoty zmrazování objevily.

Historie zmrazování

Z hlediska statistiky se zdá historie mrazáku docela jasná. Údaje o vlastnictví mrazáku dávají dohromady docela běžnou křivku postupného rozšíření (viz obr. 1).



Obr. 1: Vyhavenost domácností mrazáky, Velká Británie 1970–1995 (% domácností) (Zdroj: DECADE 1997)

Křivky v grafu pochopitelně nemožno s mrazákem zacházet jinak než jako se standardizovanou poločkou, takže proměny toho, co mrazák vlastně znamená a jak se s ním zachází, zůstávají nepostiženy. Pokud vezmeme totéž období, jaké pokrývá graf, a budeme si všimnat postavení a úlohy mrazáku jako domácího spotřebiče, můžeme rozlišit tři vývojové etapy (tabulka 1). První etapa zahrnuje postupné uvedení mrazáku na domácí trh během 60. a 70. let. Druhou etapu, tedy přelom 70. a 80. let, můžeme považovat za období zdomácnění, během něhož se mrazák začlenil do běžného řádu

zmrazování přispíval stát, který využívání mrazáku všelijak podporoval a poskytoval také návody a rady zaměřené na co nejvhodnější mrazení domácích výpěstků.

⁵ Podle počítačové databáze knihkupectví Waterstones.

⁶ Celkem jsme oběšli jedenáct obchodů.

Tabulka 1: Rozmanité historie mrazáku

	Etapa 1 – do 70. let: zvažování	Etapa 2 – 70.–80. léta: zdomácnění	Etapa 3 – 80. léta a dál: nové vymezení
Technické parametry	Kompresce nebo absorpce; truhlicový nebo vzpřímený (poliový).	Leďnice-mrazák; rychlé-mrazáči; mikrovlny.	Bez CFC („freonů“), nenamrazový systém (frost-free); označování energetických tříd.
Reklamní „story“	Novinka, poslední technologický výkřik do našich domovů.	Prostředek, který šetří práci a vnaší do domácnosti zdraví a výkonnost.	Běžný prostředek do pohodlné domácnosti.
Styl a design	Bílý, stojí o samotě, odkázaný do garáže.	Z garáže se stěhuje do kuchyně, stává se standardizovaným a modularizovaným zařízením.	Získává barevnost, hi-tech doplňky; integruje se mezi ostatní spotřebiče a do stylové kuchyně.
Člověk skupina spotřebitelů	Malý segment trhu pro ty, kteří mají hojnost domácích výpěstků.	Zdatné hospodyňky a moderní, účinně organizovaná domácnost.	Mrazák jako zcela samozřejmý objekt masové spotřeby, nepostradatelný pro vedení domácnosti.
Používání	Zmrazování přebyteků doma vypěstovaného ovoce a zeleniny.	Zmrazování celé řady kuchyňsky využitelných potravin, hromadných nákupů a zásob.	Uložení základních surovin a zmrazených hotových či polohotových jídel.
Výhody	Dlouhodobé uchování doma vypěstovaných plodin, ještě dlouho po sezóně.	Modernizace vedení domácnosti, zejména zvýšení hospodárnosti.	Plnění nároku na pohodlné zvládnutí každodenního života.

stravování. Poslední etapa, od poloviny 80. let do současnosti, představuje dobu, během které je mrazák nově vymezen jako nezbytný přístroj pro koordinaci a zvládnutí času.

V následujících částech textu vyzdvihneme klíčové rysy těchto tří etap. Budeme tak sledovat vlákna, která propojují jednotlivé okamžiky na cestě našeho mrazáku od notoricky běžnosti; a budeme si přitom všimnat významných a poměrně celistvých charakteristik každé etapy.

Zavedení: 1960–1970

Abyste měli vůbec výrobcí mrazáků šanci na úspěch, museli lidé přesvědčit, aby si osvojili nové metody uchovávání potravin – a to namísto solení, zavařování, konzervování, sušení a nakládání. Ještě obtížnější však bylo přesvědčit případné uživatele, že zmrazování, které mění strukturu samotného zmrazovaného jídla, je bezpečné. Jaká konzervační kouzla vlastně ta nová bílá krabice přináší? Jednou ze zaručených strategií bylo označovat mrazák jako symbol technologického pokroku.

Odborníci rychle poukázali na skutečnost, že tato technologie již byla dobře zavedená v průmyslu a v dopravě potravin (Williams 1982). První kuchařky zaměřené na mražené potraviny také vyzdvihovaly vědecké základy mražení a zdůrazňovaly, že se tato zařízení dobře osvědčila v komerčních oblastech. Tato strategie však mohla být dost nejistá. Jak poznamenává Corrigan (1997), pokusy mechanizovat svět domácnosti často ztroskotaly na přetrvávající rozpolcenosti ve vztahu mezi domovem (který představuje soukromou mimo-pracovní oblast) a průmyslem (zastupujícím veřejnou oblast práce). Vzhled studených spotřebičů – s jejich praktickým provedením a čistým, bílým zevněškem – pomohl podle Fortého (1986) překonat tuto rozpolcenost důrazem na hospodárnost, hygienu a pořádek v domácnosti. Všechny tyto důrazy se přitom dohánějí celkového blaha rodiny a klíčových kulturních významů „domova“ celého poválečného období. V domácnostech se tedy mrazáky prosadily když ne funkčnost, pak alespoň vzhledem a provedením, které vytvořily vazbu k ostatním domácím zařízením a ztělesnily vhodné ideologie.

Průmyslová technologie tedy byla sice díky „měkčím“ odkazům na hospodárnost a rodinné blaho úspěšně domestikována, ale i tak měly domácí mrazáky poměrně malý nástup. Podle nás proto, že poplávka byla zpočátku budována dost jednoduchým způsobem. Tak především to vypadalo, že mrazák může být skutečně užitečný pouze pro lidi, kteří mají každoroční starosti s přebytečnými domácími sklídkami. Tato technologie byla totiž napřed nabízena především hospodyněm, které by rády zmrazily to, co doma upečou, co na svých zahrádkách sklídí, a tu a tam snad i maso ze zabijačky. Protože zvládnout zmrazování tehdy vyžadovalo důkladné očištění zeleniny, přesné načasování (aby se ovoce co nejlépe zachovalo), náležité balení, označování a podobně, bylo zapotřebí se kvůli mražení naučit celou řadu věcí. A potřebné znalosti bylo zapotřebí také zprostředkovávat. To důležité a nové, co mrazák přinášel, byla jeho „schopnost porazit roční období... zmrazit plody léta a ty pak jíst v zimě“ (Norvak 1969). V tomto okamžiku své historie tedy mrazák po svém majiteli vyžadoval, aby k zamrazení zajistil dostatek vhodných potravin, náležité a pečlivě připravených.

Zdomácnění: 1970–1980

Z obsahové analýzy příslušných kuchařek a z našich rozhovorů usuzujeme, že mrazáky se pořádně neuchytily dříve než během první poloviny 70. let. To potvrzují i statistiky vybarvenosti domácností (viz obr. 1). Teprve až začátkem 70. let tedy mrazák začal zaujímat nějaké podstatné místo na trhu.

Tato etapa se vyznačuje několika technologickými kroky vpřed. Posun od absorpce ke kompresi především výrazně omezil počáteční náklady.⁷ Dále se začátkem 70. let objevily první lednice se zabudovanými malými mrazicími boxy. Jak nám vysvětlili výrobci, se kterými jsme hovořili, právě tohle bylo nesmírně důležité pro zavedení nové technologie (když už ne samotných mrazáků) do celé řady domácností – postupu a umístění zmrazování se tak dostaly k celé nové populaci. Tehdejší odborníci nicméně přeci jen mezi skutečnými mrazáky a mrazicími boxy v lednicích rozlišovali s tím, že mrazáky jsou „na zamrazování lepší“. Toto rozlišení vycházelo z dalšího technického vylepšení, a sice z možnosti „rychlomrazování“, kterou měly pouze „skutečné“ mrazáky. Rychlost zmrazování se totiž promítá do kvality výsledku. S příchodem rychlomrazování se mohlo začít tvrdit, že zamražené a rozmražené potraviny si udržují stejnou výživnou hodnotu a chuť jako čerstvé.⁸

Potraviny, které rychle zmrazíme, nejenom dlouho vydrží, z mrazáku je navíc vyndáme pěkně barevné, vonavé a s původní konzistencí – takto se uchovávají po několik měsíců a někdy i po celý rok. (Ellis 1973: 21)

Možnost rychlomrazování rozšířila soubor uvažovaných výhod. Zatímco se do té doby výhodnost mrazáku omezovala na „překlenování ročních období“, nyní se začalo mluvit o příslibech pro zdraví, čerstvost a hospodárnost.

Další „prozatímní“ novinkou bylo, že spotřebitelé si nyní mohli vybírat mezi truhlicovými a policovými formáty. Truhlicové mrazáky (usazené naležato a otevírané shora výškem) byly nejoblíbenější. Byly obvykle větší a výkonnější než ty policové (postavené na výšku). Obě dvě varianty se porovnávaly z mnoha hledisek a po ruce byly poučky spolu s jednoduchými propočty, které měly pomoci vybrat pro danou domácnost tu „správnou“ velikost.

Truhlicovité mrazáky mají závažný úložný prostor a díky hornímu víku jsou také při provozu úspornější než ty vzpřímené... Potřebám průměrné velké rodiny by měl stačit mrazák s objemem alespoň 280 litrů.

Nebo počítejte 80 litrů na osobu a 55 litrů navíc pro příležitostné hosty. (Ellis 1973: 17)

V tomto úryvku z jedné z mnoha kuchařek, které Andrey Ellis napsala pro ty, co zamrazují, vystupuje mrazák jako docela obyčejná uživatelská věc: nejen že lze vypočítat jeho velikost s ohledem na velikost vaší rodiny, ale můžete také odhadnout množství potravin k uložení a dobu, po kterou tyto potraviny můžete uchovávat. Uložení cen, možnost rychlomrazování a zavedení vzpřímených policových mrazáků – to vše byly důležité momenty; avšak naprosto klíčovou věcí byl rozmach super-

⁷ Jeden z povídaných prodejce mrazáků tvrdil, že počáteční a provozní náklady tehdy spadly zhruba o 20%.
⁸ Největším problémem pro mrazáky zůstávají jahody a losos (Panzar 1998); takové potraviny jako brambory, celé papírky a některé mléčné výrobky zmrazovat prakticky nelze, zatímco jiné – jako chleba nebo brambory – při zmrazování hodí obzvláště dobře.

marketů a spolu s nimi i růst rozsáhlé a spolehlivé velkoobchodní infrastruktury pro mražené potraviny.⁹ V Británii se první potravinářské samoobsluhy objevily už v 50. letech, avšak velké supermarkety začaly být vidět teprve koncem 60. let.¹⁰ *Iceland*, první obchod zaměřený na zmražené potraviny, byl otevřen v roce 1970. Na začátku 90. let už řetězec *Iceland* čítal nějakých 800 obchodů (Iceland Corporate Relations Department 2000) a v supermarketech všude v Británii se objevila řada oddělení mražených potravin.¹¹

Mít mrazák se stávalo mnohem výhodnějším s nástupem obrovských velkoprodějen a spolu s tím, jak vzrůstal počet automobilů mezi lidmi. Nejen že bylo díky mrazákům možné uchovávat potraviny po velmi dlouhou dobu; možnost nakupovat ve velkém a dostupnost předmražených výrobků vytvořily další příležitosti pro racionalizaci domácího zaopatřování. Jak vysvětlují autoři jedné z kuchařek pro zmražené potraviny:

[Mít mrazák znamená, že můžete výhodně ve velkém a se slevou nakupovat potraviny, které se rychle kazí. Rozvázně nakupování, mít dobré oko a mrazák doma se dohromady rozhodně vyplácí. (Rennie 1973: 7)

Přidáte-li mrazák mezi své domácí vybavení, dovolí vám to zkrátka obstarávat jídlo hospodárněji a pružněji; výdej vlastní energie máte pod kontrolou jako nikdy předtím... Varení... se lze věnovat v době, kdy se to hodí nejlépe. (Ellis 1973: 5)

A seznam výhod, které plynou z vlastnictví mrazáku, dále rostl. V polovině 70. let mrazák dovoloval schopné hospoděnce organizovat každodenní obvyklé úkony; pouštět se do vaření dle libosti; rozvrhovat si cesty za nákupy; mít vždy připraveno a po ruce mnohem větší množství různých potravin a ingrediencí, a to během celého roku. Mrazáky jistě neřešily všechny starosti moderního života. Pomáhaly však zvládat tlak rychle se střídajících událostí doma i v práci. V následující ukázce jdou ruku v ruce příslušby hospodárného využívání času i peněz:

Hospodárnost znamená pro každého něco jiného. Někomu stále chybí čas, jako třeba zaměstnané hospodyni, někomu zase scházejí síly, jako

⁹ Rozšíření systémů pro mražené potraviny vytvořilo příležitosti pro další průmyslová odvětví a také novou dělnou práci. Předmražené pirohy představují práci stejně tak jako maso nebo brambory. I když to není hlavním předmětem našeho zájmu, měl bychom připomenout, že zamražené potraviny umožnily dosud nevídané vztahy mezi výrobci a spotřebiteli.

¹⁰ Z hlediska průmyslu je supermarketem takový obchod, který má prodejní plochu mezi 400 až 2500 metry čtverečními a který prodává alespoň 70 procent veškerého potravinářského zboží. Potravinářská velkoprodějna (*superstore*) pak má prodejní plochu nad 2500 metrů (Humphrey 1998). Je zajímavé, že ve Spojených státech se tyto velkoprodějny rozvíjejí zhruba v desetiletém předstihu (oproti Británii) a že tento časový posun odpovídá době, kdy se v 50. letech ve Spojených státech objevily první mrazáky pro domácí použití (Pantzar 1998).

¹¹ Údaje od J. Sainsburyho dokládají míru nárůstu velikosti supermarketů. V roce 1960 mělo 256 těchto obchodů průměrnou prodejní plochu 1750 metrů čtverečních. V roce 1994 mělo 341 supermarketů průměrnou plochu 9150 metrů čtverečních (Sainsbury's Corporate Relations Department 1996).

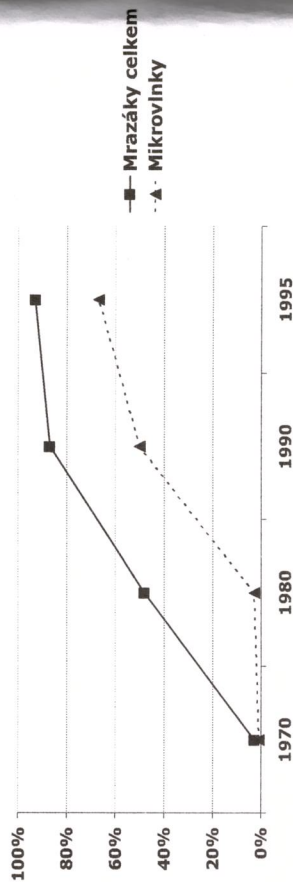
třeba starý nebo postiženým lidem; a ušetřit peníze v téhle době neustále rostoucích cen asi potřebujeme úplně všichni. Může vůbec něco hospoděně udělat pro to, aby držela krok s rostoucími životními náklady, narůstajícími starostmi všedního dne a neustálým nedostatkem času? Jedna z možných odpovědí na všechny tyto problémy se jmenuje DOMÁCÍ MRAZÁK. Jen si to představte: potraviny, kvůli kterým jinak obcházíte několik obchodů, máte všechny pohromadě ve své kuchyni, navíc za velmi rozumnou cenu. (Ilustrop 1972: 1)

Mylí jsou přínosy mrazáku zcela bez debat. Až do té míry, že se o něm mluví jako o neobytnosti spíš než jako o jednom z možných spotřebičů v moderní domácnosti. V úpravách, které jsme citovali, se o mrazáku nebo o jeho obsahu neřká nic výstředního. Potraviny závislé na mrazicí technice jako třeba burgery, pizzy nebo zmrzliny jsou dnes zcela běžné, stejně jako úmysl nakupovat něco ve velkém či to, že máme ve své vlastní kuchyni jakýsi malý supermarket.

Když zmíníme umístění mrazáku v kuchyni, dostáváme se tím k dalšímu důležitému postupu v biografii tohoto spotřebiče. Na začátku 70. let byl mrazák velkou bednou divných tvarů, obvykle umístěnou v garáži. Na konci téhož desetiletí však už byl mnohem více přístupným zařízením, které svým vzhledem dobře zapadlo do běžné vybavené kuchyně. Abychom porozuměli, jak k tomu došlo, je třeba si všimnout toho, jaké změny se tou dobou odehrávaly v kuchyňskému designu a jaké příbuzné kuchyňské technologie se objevily.

Pojem „vybavené“ kuchyně znamenal revoluci v domácí infrastruktuře. Hlavní zásadou bylo, že všechny spotřebiče musejí tak akorát zapadnout do předpřipravených stánek pod souvislou pracovní deskou. Takto vybavenou kuchyň šlo pořídit i jako jeden celek; a v tomto smyslu se zbožím stala i samotná kuchyň. Když si zakazníci vybrali „svou kuchyň“ v předváděcím oddělení obchodu a když měli smontovány všechny příslušné díly, stačilo spotřebiče zasunout na jejich místo. Tato vymoženost se významným způsobem podepsala na vzhledu a provedení lednic a mrazáků. Do té doby se totiž lednice a mrazáky svými rozměry na sporáky, dřezy či příborňky nijak nevázaly. I když přispívaly k celkovému dojmu bílé výkonnosti, zůstávaly o samotě stojícími spotřebiči. Podle jednoho z našich kuchyňských designérů kladla vybavená kuchyň nové požadavky: lednice se musely upravit tak, aby se vtěsňaly mezi ostatní prvky a pod 600 mm vysokou desku běžné pracovní plochy. Právě tento posun, spolu s proměnami popsanými výše, dovolil mrazákům opustit sklepy a neobytné prostory. Dva z prodejců, které jsme zpovídali, mluvili o tom, že tento přesun z garáže do kuchyně byl vyjádřením rostoucí důležitosti zmrazování pro organizaci života domácnosti. Ohlašovala se tak zároveň nová identita mrazáku jako jednoho ze základních spotřebičů. A i když nově kombinované dvojdílné ledničky-mrazáky sahaly poněkud výše, než byla průměrná pracovní plocha, slibovaly ještě účelnější využití místa a chladicí techniky.

Přijetí mrazáku do světa kuchyně asi souviselo také s nástupem mikrovlnné trouby.¹² První modely se na domácím trhu objevily sice už koncem 70. let (McMeekin, Tomlinson 1998), ale teprve začátkem let osmdesátých se mikrovlnné trouby v britských domácnostech zabydlely výrazněji (viz obr. 2).



Obr. 2: *Výbavenost britských domácností kuchyňskými spotřebiči 1970–1995 (% domácností)* (Zdroj: DECADE 1997)

Ať už jsou předností mrazáků jakékoli, mrazáky mají i jednu velkou nevýhodu zmrazují věci natvrdo. I když se mikrovlnky původně nabízely prostě jako druh pečicí trouby, svou proslulost si získaly právě svou schopností rychle rozmrazit a ohřát.¹³ Někteří uživatelé, i když si už na zmrazování zvykli, zůstávají vůči mikrovlnám a tomu, co dělají s potravinami, ostražití. Následující úryvek ukazuje přetrvávající strach z těchto věcí:¹⁴ naznačuje ale také výhody rychlého zmrazování a rozmrazování.

Peter: Máme malou mikrovlnku, kterou používáme jenom na rozmrazování. Nezapínáme ji teď moc často, protože jsme hodně doma a můžeme nechat věci rozmraznout přirozeně, což je asi mnohem lepší pro zdraví i pro chuť. Ze stejného důvodu si ani nedovedu představit, že bychom v mikrovlnce něco opravdu pekli. (stáří 64 let, finanční poradce)

Navzdory takovému rozpakům se spojenectví mezi mikrovlnami a mražením stalo zásadním momentem v biografii mrazáku. Schopnost mikrovlnek rychle rozmrazovat zřejmě otevřela cestu novému výkladu přínosnosti mrazáku a zvýraznila úlohu času a snadnosti.

Ohlédneme-li se zpátky do 70. let, vidíme především úvahy o účinnosti a hospodárnosti. Mrazák je chápán a představován jako něco, co slibuje úspory (umožňuje

¹² Mikrovlnky ale nikdy docela nezapadly do proporcí vybavené kuchyně. Obvykle totiž bojují o místo s ostatními dřevěnými věcmi jako třeba topinkovač nebo samovarna konvice.

¹³ Podle průzkumu mezi uživateli mikrovlnek, který provedla Asociace britských spotřebitelů (UK Consumers' Association 1998), se asi 80 % provozního času týká právě rozmrazování a ohřívání.

¹⁴ U lidí, se kterými jsme mluvili, byla nejednoznačnost ve vztahu k mikrovlnné technologii nejsilnější mezi staršími uživateli; podobně ale smýšlel nemáý počet respondentů z jiné studie jednoho z autorů (Southerton 1999).

obklopuvat ve velkém a jenom jednou za čas) a efektivitu vedení domácnosti a vaření. Za se přemnul do obytné části domácnosti a byl přijat jako ústřední (spíš než okrajový) spotřebič, lze zase připsat na vrub racionalizační prostorů v rámci tzv. vybavené kuchyně. K rozšíření mrazáku v těchto letech určitě přispěla navazující mrazírenská infrastruktura, stejně jako některé související technologie (většně mikrovlnek) nebo široká dostupnost zmrazovacích potravin. Ve všech těchto ohledech se mrazáky staly běžností a přispívaly se novým podmínkám a požadavkům, které se začaly objevovat od 80.

Mávé vymezení: 80. léta a dále

V poslední době se vývoj mrazicí technologie ubíral rozpornými cestami. Někteří si věnovali narůstajícího zájmu o energetickou úspornost a šetřnost vůči životnímu prostředí. V souladu s Montrealským protokolem byly například staženy freony (CFC). V rámci úsilí o podporu úsporných spotřebičů zavedla Evropská unie systém označování energetických tříd, jehož používání je od dubna 1997 ve Velké Británii povinné (EEC ADE 1995, 1997; Menanteau 1997). Chladicí zařízení si vysloužila také další podobě environmentálního zájmu: Greenpeace například podpořili vývoj nových, „zeleňých“ chladniček.

Stejně lze pozorovat sklon k používání stále větších kombinovaných ledniček-mrazáků. I když jsou evropské modely stále pouze zhruba poloviční oproti těm, které se prodávají v USA,¹⁵ „Potravinová centra“ (Food Centers) v americkém stylu se nyní prodávají ve větších obchodech v Británii. Prosazování tzv. nenámrazových mrazáků je další novinkou. Mrazáky s nenámrazovým systémem obsahují odvlhčovač a větrák, stojí zhruba o 100 liber víc než podobné mrazáky bez tohoto systému a mají podobně větší spotřebu. Jejich obsluha je ale mnohem „snadnější“, protože se nikdy nemusí odmrazovat a nevyžadují pravidelné přerovnávání obsahu v políčkách. Když jeden z prodávajících probíral výhody nenámrazových systémů, zamířil k otázkám času a peněz:

„Ty nenámrazové jsou velmi oblíbené, protože je to s nimi tak snadné. Nicjnom že šetří čas, protože se nemusíte stále odmrazovat, ale také brání nejrůznějším potížím. Odmrazování je hrozná práce, kvůli které buď musíte vyjít svý mrazák do dna, což je samo o sobě nepřijemné, protože pak nemáte žádné zásoby, anebo musíte mrazák alespoň celý vyložit a pokusit se ho odmrazit co nejrychleji... Nenámrazový systém vás od tohohle všeho uchrání, takže se nemusíte starat.“

Jakovýhle přístup už bere ekonomické výhody mrazáku jako samozřejmost a zaměřuje se místo toho na příslib pohodlí a snadnosti. V tomto případě vystupují do

¹⁵ Japonští lednice/mrazáky, které jsou k dostání ve vybraných obchodech v Seattlu (USA) měly objem 510–600 liter, zatímco v prodejnách Currys and Comet typicky dostanete menší lednice či mrazáky s objemem podlah 255–280 liter.

popředí úvahy o lepším využití času, ve kterých je někdejší důraz na ekonomickou úspornost zahrnutý už jen implicitně (byť nemízí úplně).

Když se mrazák přesunul z garáže doprostřed domácnosti, zapojil se do provozu „integrované“ a zároveň vybavené kuchyně. Pojem integrace, zavedený v polovině 90. let, zahrnuje stylovou a barevnou souhru veškerých kuchyňských spotřebičů a zařízení (skříní, pracovní plochy apod.). Hlavní spotřebiče jsou většinou skryté za jednotné zpracovanými vnější skříně. Menší kousky, které zůstávají na očích – jako třeba mikrovlnka, topinkovač, konvice – jsou podřízené celkovému stylu a barevné kombinaci (například lahově zelené se zlatými prvky).

Jeden z našich návrhářů kuchyní vysvětluje: „Před patnácti lety jste napřed postavili kuchyň, a pak se teprve instalovaly spotřebiče; dnes napřed zapojíte spotřebiče, a pak okolo nich budujete kuchyň.“ To potvrzují i prodávací mrazáků, když říčí, jak se dnes vzájemné propojení a soulad staly něčím víc než jen jednou z vlastností, jako jsou třeba výkon nebo objem jednotlivých spotřebičů. Výrobci mrazáků se tak ocitají v nových podmínkách a musejí vybírat, kudy se vydají: buď mohou vyrábět spotřebiče, které splnou s „integrovanými“ barevnými kombinacemi, a nabízet mrazáky v červené, zelené, granitové, temně modré a podobné, nebo mohou lidé lákat na výrobek, který je pojatý jako zvláštní prvek umístěný v jinak dohromady sladěné kuchyni. Pokud výrobci zvolili tuto druhou cestu, vyrábějí například spotřebiče, které jsou samy o sobě „uměleckými díly“: jeden takový návrh pracuje s motivem mrakodrapů, jiný se zobrazněním obrovské jahody.¹⁶

Soulad na úrovni vzhledu jako by šel ruku v ruce se specializací na úrovni funkce. Rozšíření mrazáku například proměnilo úlohu chladniček, takže pak výrazně ubylo těch modelů, které obsahují malé mrazicí boxy. Jak si všiml jeden prodávac:

Spížimové lednice se objevily asi před 10–15 lety, což jsou právě lednice bez mrazicích boxů. To je přímý ukazatel toho, že se mrazáky staly všude naprosto běžné, protože mrazák měl prostě každý, takže nikdo nepotřeboval lednice s mrazicím boxem.

Stejně výmluvnou známkou toho, jak se mrazák stal běžností, je snižování rozsahu a nabídky kuchařských příruček vylučně zaměřených na zmrazené potraviny. Hojnost těchto knížek v 70. letech ukazovala na poptávku po nových odborných znalostech ze strany nových uživatelů mrazicích zařízení. V 90. letech už ale takové poznatky buď nebyly zapotřebí, anebo byly docela samozřejmé.¹⁷ Nadbytečnost odborného vědění může souviset i s tím, jak se mrazáky používají. Nemáme k tomu sice žádné podrobné

¹⁶ V USA se mrazáky-lednice osvědčily když ne jako umělecké dílo, tak alespoň jako nástěnka: seznamy k nákupu, fotografie, pokyny dětem, poznámky či rozvrhy jsou na ně přichycovány speciálními magnetky s nejrůznějším vzhledem (některé z nich mají i výukový smysl, když třeba magnetky v podobě písmen pomáhají malým dětem se čtením). Něco takového je v Británii méně časté, což by snad šlo vysvětlit tím, že naši respondenti dávali přednost takovým kuchyním, které nejsou „přelácané“ a „plně shonu“ (Southerton 2000).

¹⁷ Knihkupectví už kuchařky zaměřené na zmrazené potraviny nenabízí. Od roku 1984 vyšly pouze dvě, obě ve vydavatelství *Age Concern*.

dobrá, ale podle celé řady lidí, se kterými jsme mluvili, se během let hodně změnilo to, co do mrazáku dáváme. Všiml si toho i jeden prodejce, který rozlišil dvojit dost různé použití mrazáku:

Lidé si zapojují svůj krásnej novej mrazák a nacpou do něj zboží z akce od Sainsbury's [obchod], takové to kup dva bochníky, dostancs jeden za darmo. Ušetrí tak peníze, ale zároveň mají zásobu hlavních potravin pro vřechny případy... To není tak docela nakupování ve velkém, protože lidé dneska nakupují častěji a docela pravidelně, jednou či dvakrát za týden, protože chtějí všechno čerstvé. Kdepak, mrazák je dnes pro základní potraviny a hotová jídla.

Hlavní důvod kuchyní říká něco podobného, také rozlišuje mezi zásobami základních potravin a okamžitě dostupnými předmraženými hotovými jídly.

V sedmdesátých letech měli lidé užasný věci, tenhle obrovskej mrazák, kterej naplnili vším možným, nákupy za celý měsíc, přebytky, tím, co napekli, a samozřejmě zeleninou. Ale jak se objevily tyhle menší krabice s polícemi, co se na výšku musejí vějit pod pracovní plochu, věci se změnily, protože tam najednou bylo méně místa, ale taky se mrazák snadněji využíval, když byl přímo v kuchyni, a ne někde dole u zahrady. Takže když se dnes podívám, co mají lidé v mrazáku – což dělám docela často, abych pro ně mohl odhadnout velikost a výkon ostatních spotřebičů –, tak tam pochopitelně většinou mají balené věci, víte, takové ty *Birds Eye* těstoviny, a základní věci, prostě chleba a mléko, hrašek samozřejmě pořád, i když lidé teď celkem vzato dávají přednost spíš čerstvé zelenině, jo, a pizza.

Podle těchto výpovědí mají mrazáky 90. let dvojit úlohu: jsou zásobárnou objemných, ale „základních“ potravin, jako třeba chleba, mražené zeleniny a mléka, avšak zároveň jsou i místem, kde najdete různá předmražená jídla. Tato dvojit úloha odráží určitou dočasnou omezení úložné plochy, které si vynutila představa moderní integrované kuchyně, a také neuvěřitelný nárůst nabídky zmrazených hotových jídel.

Jestliže v 70. letech nárůst velkoprodávce otevřel cestu pro zdomácnění mrazáku, zmrazení toho s mraženými hotovými jídly (Gofton 1995) pozměnil povahu toho, čím je mrazák vhodný a jaké jednání umožňuje. Bylo by sice nebezpečné tvrdit, že mrazák umožnil skladbu naší stravy, avšak můžeme klidně říci, že sebral důležitou úlohu v proměňování způsobů, kterými se stravujeme, a že tato úloha byla nejen všelijak závažná na potravinářském průmyslu, ale také celý tento průmyslový sektor ovlivnila (Hewitt 1993; Warde 1999).

To nás přivádí zpátky k otázce času. Jak ukazuje následující úryvek, zvláštní podoba modroti a pohodlí, kterou mrazák nabízí, se neyká ani tak úspor času jako spíš jeho nepřepočítání, rozvrhování, sladění ovládní.

Colin: Myslím, že nás dnes všechny tlačí čas, takže máte-li v mrazáku nějaké věci, nemusí vadit, pokud se zrovna nikdo z nás nedostane do obchodu, víte, je to celé prostě trochu snazší, o jednu starost je méně. (stří 44, policejní důstojník)

Nicola: Neřekla bych, že kupuji věci ve velkém, ale věci jako chleba... no ten je dobré mít do zásoby a tak, člověk pak nemusí vybíhat někam ven, když na to zrovna nemá moc čas. Dáváme tam řadu dalších běžných věcí, víte, nějaká hotová jídla a zmrazenou zeleninu pro případ, že nic jiného nemáme. (stří 38, zdravotní sestra)

Pro tyto lidi se výhody mrazáku točí kolem schopnosti zvládat a všelijak ohýbat čas. Mrazáky poskytují pohodlí snadného přístupu k dlouhodobým zásobám, jejich zabezpečení a rychlé přípravy. Tyto argumenty týkající se času představují rozpracování dřívějších reklamních motivů spíše než nějakou celkovou revizi očekávaných přínosů a výhod. Mrazáky stejně jako dříve poskytují příležitost pro využití zvláštních nabídek a jednorázových slev, ale nyní jde především o čas. Jestliže je mrazák „nezbytností“, pak nikoli proto, že je nezbytné mít zmrazené potraviny, ale spíše protože se stává stále důležitějším a nenahraditelným prostředkem pro zvládnání času a domácí práce. Zmrazování je odpovědí právě na tyto potřeby.

Normálnost a normalizace

Co z tohoto rozboru tří etap historie britského mrazáku plyne a co nám tento případ říká o způsobech, jimiž se obyčejná zařízení stávají normálními? Začali jsme tím, že jsme se ptali, k čemu mrazák vlastně je. A viděli jsme, jak se různé výklady o tom, jak a v čem je mrazák užitečný, postupně vynořovaly a budovaly. Výhody, které byly dalekosáhle velebeny v 70. letech nebyly zapomenuty; spíše se osvědčily, naplnily a staly se samozřejmými. Takové vlastnosti jako „snadnost“ či „pohodlí“ nejsou docela nové, ale spíše se dostaly do popředí spolu s tím, jak se výklad hlavního účelu mrazáku postupně vyvíjel. Navzdory této kontinuitě tvrdíme, že to, jak mrazák vnímáme, se během doby významně změnilo.

Neměli bychom tedy rozumět sdělení tohoto článku tak, že jde o postupně se odvíjející příběh nějaké stále a pevné věci. To spíše ve stopách Bijkera (1992), který sleduje vynalézání a proměny zářivkového světla skrze jeho šíření a využívání, sledujeme (znovu)vynalézání mrazáku prostřednictvím jeho normalizace a toho, co přišlo potom. Mrazák se navzdory svému typicky bílému převleku chová vlastně jako chameleon a přebírá na sebe skvrny a pruhy ze svého okolí. Tak třeba v 70. letech se stává symbolem modernizace, v 80. letech je předpokladem hospodárné domácnosti a v letech devadesátých vystupuje zase jako prostředek ke snadnému a pohodlnému životu.

I když jsme se zabývali zcela zjevně na sebe navazujícími událostmi, zaznamenali jsme také, do jaké míry byla historie mrazáku svázána s proměnami zbytku kuchyně a se současně se odvíjejícími historiemi dalších zařízení a spotřebičů. Spotřebiče jako

mrazák, lednice nebo sporák mohou sice mít různé technologické předky, ale přesto mají historii v něčem společnou: začínají svůj život jako samostatné objekty, aby se postupně zařadily napřed do vybavené a vzápětí do integrované kuchyně. Nejde přitom jen o otázku vzhledu. Vyvíjející se funkce mrazáku jsou spjaty se změnami v domácím stravování, ať už na pozadí rozmachu supermarketů, masové výroby hotových zmrazených jídel nebo zavedení mikrovlnné trouby.

Kolik je to, co považujeme za přínos a výhody mrazáku, veškáno do sítě vzájemně závislých technologií a praktik, natolik dává smysl pohlízet na tvar a formu mrazáku jako na účinky a následky souvislosti, do nichž je tento spotřebič zasazován. Tuhle přehled v historii mrazáku pěkně ukazuje odhadování toho, kolik mrazáčího objemu domácnost „potřebuje“. Zatímco na velikosti nepochybně záleží ve vztahu k množství potravin, jež chceme do mrazáku v kterémkoli okamžiku uložit, a – podle způsobu používání – i ve vztahu k tomu, jak často ho chceme doplňovat, jde v zásadě o arbitrární kvantitu. Britské mrazáky se během svého vývoje všelijak zvětšovaly a zmenšovaly, přičemž jejich velikost a objem se odvíjel stejně tak od požadavků celkových kuchyňských řešení, jako od velikosti rodiny či domnělé „potřeby“.

Přesto ovšem mrazák není zařízením, které pouze citlivě reaguje na tlaky a požadavky okolí. Jak by řekla Akrich (1992), má a předepisuje svůj vlastní scénář. Jakmile si někdo mrazák pořídí, je tlacen k tomu, aby se choval určitým způsobem: Musí se naučit, co má nový „přírůstek do rodiny“ rád či nerad (má rád zmrazlinu, ale nemá rád brambory). Měl se starat o to, aby byly potraviny pro zmrazování náležitě připraveny. Musí se snažit a čekat – a někdy i dlouhými hodinami –, než bude možné využít výhod hluboko zmrazených potravin, a tak dále. Jistě, mrazák uživateli dovoluje přeskupovat a upravovat nákup, vaření a způsoby stravování; avšak chcete-li dát jídlo zamrazit, rozmrazit či rozřít, klade na vás mrazák svoje vlastní nároky.

Jak jsme ukázali, normálními se mrazáky stávaly skrze obousměrný proces, v jehož rámci technologie reaguje na okolní prostředí a současně na uživatele více či méně uvážlivě svůj vlastní scénář. Tyto pohyby sem a tam jsou ovšem dále poznamenány podstatnějším posuny v tom, jak zákazníci rozumějí hlavnímu účelu a smyslu mrazáku. Hledat se mrazáky hodily především na uchovávání sezónních přebytků ze zahrady. Ve druhé etapě bylo jejich hlavním posláním přispívat k úspornému a účinnému řízení domácnosti. Dnes je asi nejlépe na mrazáky nahlížet jako na jakési „stroje času“: pomáhají vládat jinak dost nesnesitelné požadavky na plánování času, jeho organizaci a klafování (Wärde 1999). Platí zde to samé, čeho si všimli v případě chladniček Bruce Hackert a Loren Lutzenhiser (1985), totiž že k čemu se mrazáky zvláště hodí, „je důležitá a nikoli určující činnost způsobu jejich používání“. I když se náš přehled na první pohled týká mrazáků samotných, jde vlastně spíše o to, co tato zařízení a způsoby jejich používání naznačují o starostech a nárocích života v domácnosti. Pokud k věci přistoupíme takto, pečlivě studium mrazáků (nebo jiných domácích spotřebičů) nám může hodně říci o struktuře a povaze příslušných sociálních světů. Uvažujeme-li dále o současně uloze mrazáku, uvědomíme si možnosti této strategie a dostaneme se k tlakům

a napětím vzájemné závislosti a určenosti, a to na mnoha úrovních. Lépe pak například porozumíme rozmachu a přetrvávání neudržitelé spotřeby.

Dnešní mrazáky lidem nabízejí pomoc při zvládnutí zhuštěného a rozdrobeného času. Když ale v téchle věcech pomáhají, lapají při tom svoje uživatele do klece určitých postupů a návyků a současně vyžadují rozsáhlou, i když běžně neviditelnou podpůrnou infrastrukturu. Mrazáky, které závisěji na společlivé dodávce elektřiny a které jsou pojené se vzhledem celé kuchyně, předpokládají síť výrobců, producentů zmrazených potravin, globálního systému dopravy a souvisejících zemědělských technik.

Na úrovni jednotlivých domácností může mrazák docela dobře pomáhat s přeskupováním a plánováním času či práce a ulevovat od některých tlaků moderního života. Tyto tlaky jsou však na druhou stranu důsledkem právě takového časového a pracovního (pře)rozdělování. I když se dnes mrazáky prodávají ve jménu snadnosti a pohodlí, některé z problémů, na něž mají být odpovědi, vlastně samy vyrábějí. Do konce i doma předepisují různé přístroje a spotřebiče svým uživatelům, co a jak mají dělat, a to takovým způsobem, že posilují dojem svobodné volby, ačkoli současně prostor pro možné jednání uzavírají. Asi bychom přeháněli, kdybychom tvrdili, že mrazáky ovládají náš život; ale bude jistě zmnoho pravdy na obecnějším postřehu, že rozmach elektrických zařízení usnadňujících život má takové nezamýšlené důsledky, že nás svazuje ještě silněji vazbami vzájemné závislosti (a možná ani ne tak vzájemně) právě na takových věcech, od kterých nás má spíše osvobodovat.

Závěrem bychom rádi upozornili na to, že nás naše strategie neustálého kladení otázky „k čemu vlastně mrazák je?“ dovedla k výzkumnému přístupu vůči obyčejným technologiím, který má několik zvláštních rysů. Spíš než abychom sledovali objekt samotný, museli jsme si všimnout jeho měnícího se postavení v síti praktik a opatření, které ho spolunurčují, včetně rozmachu supermarketů, nárůstu množství zmrazených potravin, zavedení mikrovlnných trub či proměn vzhledu kuchyně. V rámci tohoto stále se proměňujícího uspořádání je účel mrazáku neustále vyjednáván a nanovo vymezován (a podobně je to s ostatními domácími technologiemi). Není jasné, kam se současná spirála časových tlaků a nároků ubírá ani jakou úlohu v tom může mrazák do budoucna sehrát. I poté, co se mrazák stal běžnou věcí, se jeho účel a postavení stále posouvají. Pokud výslovně počítáme se vzájemným „programováním“ technických přístrojů a jejich prostředí, můžeme se také plynule posouvat mezi analýzou objektu a příslušné ho kontextu a zároveň sledovat vláknou spolu-určení, která propojují jednotlivé přístroje, domácí praktiky a sociální či technické infrastruktury. Ačkoli jsme tedy začali otázkou „jak na to přišlo, že se takové elektrické zařízení, jakým je mrazák, stalo běžnou věcí“, dostali jsme se nakonec k líčení narůstající poptávky po spotřebičích, jež mají řešit makro-problémy, které částečně samy vyvolávají. I tady nás zvolený postup tlačí k tomu, abychom se soustředili na vztahy mezi mikro-událostmi, které se týkají designu mrazáku, a mnohem dalekosáhlejšími proměnami v uspořádání a rozvrhování domácího života a stravování.

Takový přístup má svoje omezení. Domácí spotřebiče pochopitelně neztělesňují každou stránku sociálního řádu; ani bychom neměli čekat, že promíkneme

v podobnostem případného výhledu na udržitelnou spotřebu. Jestliže jsme ale otevřeli „dobrou stránku“ mrazáku, dovolilo nám to uchopit ty stránky každodenní spotřeby, které by jinak mohly utéct naší pozornosti. Zejména jsme mohli sledovat proměny mezi technických režimů a systémů spotřeby a praxe z pohledu jednoho neustále se měnícího prostředku.

Literatura

- ALBRECHT, M. (1992): The de-scription of technical objects. In W. Bijker a J. Law, eds.: *Shaping technology/building society: Studies in sociotechnical change*. Cambridge, MA: MIT Press. Str. 205–224
- APPADURAI, A. (1986): *The social life of things*. Cambridge: Cambridge University Press
- BECKER, W. (1992): The social construction of fluorescent lighting, or how an artefact was invented in its diffusion stage. In: W. Bijker a J. Law, eds.: *Shaping technology/building society: Studies in sociotechnical change*. Cambridge, MA: MIT Press. Str. 75–102
- COCKBURN, C. / FURST-DILIC, C. (1994): *Bringing technology home: Gender and technology in changing Europe*. Buckingham: Open University Press
- CONSUMERS' Association (1998): *Microwave ovens: Results of postal survey*
- COHRIGAN, P. (1997): *The sociology of consumption*. London: Sage
- COWAN, R. (1985): How the refrigerator got its hum. In: D. Mackenzie a J. Wajcman, eds.: *The social shaping of technology*. Buckingham: Open University Press
- CRABENTZIMHALYI, M. / ROCHBERG-HALTON, E. (1981): *The meaning of things: Domestic symbols and the self*. Cambridge: Cambridge University Press
- DECADE (1995): *Second year report. Energy and Environment programme. Environmental Change Unit, University of Oxford*
- DECADE (1997): *Transforming the UK cold market. Energy and Environment programme. Environmental Change Unit, University of Oxford*
- ELIAS, A. (1973): *All about home freezing*. London: Hamlyn
- HEATHERSTONE, M. (1991): *Consumer culture and postmodernism*. London: Sage
- HORTY, A. (1986): *Objects of desire: Design and society since 1750*. London: Thames and Hudson
- HOPTON, L. (1995): Convenience and the moral status of consumer practices. In: D. Marshall, ed.: *Food choice and the consumer*. Glasgow: Blackie
- GURSHUNY, J. (1992): Change in the domestic division of labour in the UK, 1975–1987: Dependent labour versus adaptive partnership. In: N. Abercrombie a A. Wardé, eds.: *Social change in contemporary Britain*. Cambridge: Polity

- HACKETT, B. / LUTZENHISER, L. (1985): *Self-object unity. American Folklore Society*
- HASTROP, K. (1972): *The freezer cook book*. London: Collins
- HEWITT, P. (1993): *About time: The revolution in work and family life*. London: IPPR/Rivers Oram Press
- HUMPHERY, K. (1998): *Shelf life: Supermarkets and the changing cultures of consumption*. Cambridge: Cambridge University Press
- Iceland Corporate Relations Department (2000): *From punnets to pallets: The story of Iceland* London
- MADIGAN, R. / MUNRO, M. (1996): „House beautiful“: Style and consumption in the home. *Sociology*, 30: 41–57
- McCRACKEN, G. (1990): *Culture and consumption: New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*. Bloomington: Indiana University Press
- McMEEKIN, A. / TOMLINSON, M. (1998): Diffusion with distinction: The diffusion of household durables in the UK. *Futures*, 30 (9): 873–886
- MENANTEAU, P. (1997): *Energy efficiency labelling for appliances: A new use of an old instrument in the French region „Nord / Pas de Calais“*. Institute of Energy Policy and Economics (IEPE-CNRS)
- NORWAK, M. (1969): *Deep freezing: A new and comprehensive guide to deep freezing*. London: Sphere
- PAINTER, C. (1998): *The uses of an artist: Constable in constable country now*. Ipswich Borough Council Museums and Galleries
- PANTZAR, M. (1998): How did the freezer find its way into Finland? Paper to ESF Conference, Lancaster University, UK, March
- RENNIE, C. (1973): *Freezer feast: Cooking for and from the freezer*. London: Collins Clear-Type Press
- Sainsbury's Corporate Relations Department (1996): *Some facts about J. Sainsbury's plc*. London
- SHOVE, E. / WARDE, A. (1997): Inconspicuous consumption: The sociology of consumption, lifestyles and the environment. Paper to ISA Research Committee 24, Environment and Society, Wageningen Agricultural University, The Netherlands, March 1997
- SOUTHERTON, D. (1999): Capital resources and geographical mobility: Consumption and identification in a new town. PhD Thesis, Lancaster University
- SOUTHERTON, D. (2000): Ordinary and distinctive consumption; or a kitchen is a kitchen is a kitchen. In: J. Gronow a A. Warde, eds.: *Ordinary consumption*. London: Harwood Press

FRANDBAKKEN, P. (1998): Domesticating the freezer. Paper to ESF conference, Lancaster University, UK, March

WARDE, A. (1999): Convenience food: Space and timing. *British Food Journal*, 101 (7): 518–527

WILLIAMS, T. (1982): *A short history of twentieth-century technology*. Oxford: Clarendon Press

WARDE, P. (1982): The motor-bike and motor-bike culture. In: B. Weiss et al., eds: *Popular culture: Past and present*. Buckingham: Open University Press

Elizabeth Shove je ředitelkou Centra pro vědní studia na Univerzitě v Lancasteru. Její současné výzkumné zájmy se týkají sociologie snadnosti, pohodlí a čistoty. Pracuje také na výzkumech energie, budovaného prostředí a vědní politiky.

Adresa: Centre for Science Studies, Bowland Tower South, Lancaster University, Lancaster LA1 4AT, UK
E-mail: e.shove@lancaster.ac.uk

Dale Southerton je výzkumníkem v ESRC Centru pro výzkum inovací a konkurence na Univerzitě v Manchesteru. Jeho současné výzkumné zájmy zahrnují čas a koordinaci každodenního života. Pracuje také na problematice sociálních sítí, spotřeby a diferenciací.

Adresa: ESRC Centre for Research on Innovation and Competition, University of Manchester, Tom Lupton Suite, University Precinct Centre, Oxford Road, Manchester M13 9QH, UK
E-mail: dale.southernton@man.ac.uk