

# Что мы знаем о холодильниках или занимательные результаты одного серьезного исследования

*На протяжении жизни мы пользуемся теми или иными вещами, подчас не замечая, что именно они делают нашу жизнь удобной и приятной. И только при поломке таких незаметных верных помощников мы понимаем всю их важность.*



Bosch решил исправить эту несправедливость и привлечь внимание к прибору, который есть в каждом доме, в каждой кухне — холодильнике. В разных странах существуют свои традиции и секреты использования домашней техники. Каковы же российские обычаи?

Начиная в 2007 году серийное производство холодильников в России, Bosch провел масштабное исследование с целью определить традиции и особенности использования холодильников в нашей стране. Результаты опроса показали: хранить продукты — прямое назначение холодильника. Но далеко не единственное...

## Центр притяжения

Как выяснилось, холодильнику мы дарим намного больше внимания, чем другой домашней технике. 85% опрошенных называют холодильник лидером среди бытовых приборов по частоте использования в их семье, а 60% просто не представляют себе кухню без этого прибора. По результатам исследования, проведенного «РОМИР Мониторинг», 21% мужчин и 14% женщин собираются в ближайшее время приобрести новый холодильник.

Холодильник также является лидером среди бытовых приборов по количеству подходов в течение дня. Почти треть опрошенных ежедневно подходят к нему не менее 10-12 раз. Интересно, что причиной подходов является не только желание достать конкретные продукты. Более половины респондентов признаются, что часто бессознательно открывают холодильник, окидывают взглядом его содержимое и, закрыв дверцу, идут дальше заниматься своими делами. Неудивительно, что потом их ждут настоящие сюрпризы. Например, один из участников опроса рассказал, как три дня не мог найти в квартире пульт от телевизора, а потом случайно обнаружил его... в холодильнике рядом с колбасой. 78% респондентов отмечают, что их дети самостоятельно отправляются к холодильнику, едва только начинают ходить!

Холодильник магически притягивает не только людей, но и домашних животных. Рекордсменами по подходам к этому прибору среди домашних питомцев стали кошки.

Кошки проникают в холодильник, когда его дверца открыта, и попадают в ловушку, когда она захлопывается. В результате хозяева к своему удивлению обнаруживают в холодильниках зверушек, которые не упускают случая перепробовать все деликатесы.

## Молоко, паштет и... джинсы

Помимо своего прямого предназначения, холодильник выполняет и множество других функций.

88% опрошенных постоянно хранят в нем лекарства, 41% — косметику, 5% — пальчиковые батарейки. Но это далеко не полный список вещей, затерявшихся между продуктами в холодильниках наших соотечественников. Еще в 90-е годы известная журналистка Наталья Коноплева в своей книге «Записки ленивой домохозяйки. Как меньше делать, но больше успевать» описывала нетрадиционные способы использования морозильной камеры. Например, люди «разнашивали» обувь, вкладывая в нее наполненные водой полиэтиленовые пакеты и затем замораживая. Также считалось, что замороженные сразу после покупки капроновые колготки прослужат вдвое дольше.

Исследование Bosch показало, что традиции живы и по сей день. Кроме колготок, респонденты хранят в холодильнике:

- коллекционные газеты — чтобы не ветшали и не желтели;
- сигары — герметично завернутые во влажную ткань и полиэтилен, они годами не высыхают;
- джинсы, испачканные жвачкой, — замерзшая жвачка удаляется без труда;
- шерстяные вещи — чтобы их не повредила моль;
- а также CD-диски, мотыля для рыбалки, вставные челюсти, деньги и даже вставившие в зимнюю спячку черепахи!

## 1001 способ применения

Благодаря исследованию, удалось выяснить неожиданные варианты использования этого прибора. Особо творческие натуры используют холодильник в качестве мольберта, а романтические личности замораживают в нем перед свадь-

бой обручальные кольца на счастье.

Нередко холодильник служит средством спасения для... игрушечных пингинов. Во всяком случае, некоторые дети хранят свои «полярные» игрушки в холодильнике, стремясь тем самым спасти их от жары.

Многолетняя практика использования холодильника приводит к появлению примет. Например, с фразой: «Чем меньше в холодильнике деликатесов, тем ближе день зарплаты» трудно не согласиться.

## Генератор креатива

Внешний вид холодильника, несомненно, является отражением индивидуальности каждого дома. 86% участников исследования периодически украшают свои холодильники. Из них 78% имеют свою собственную коллекцию магнитов, 27% украшают прибор наклейками, 23% — детскими рисунками, 18% — фотографиями друзей и близких.

Интересно, что в 72% семей в процессе украшения холодильника участвуют дети.

Некоторые респонденты используют холодильник в целях развития силы воли — например, когда сидят на диете. Они вешают на дверцу собственную фотографию и, каждый раз намереваясь достать что-нибудь вкусненькое, вспоминают данное себе обещание не переедать.

Холодильник подчас становится объектом художественных экспериментов. 1% респондентов украшают свой холодильник с помощью аэрографии, а самые продвинутые расписывают его в технике граффити.

## Доска объявлений и источник юмора

По мнению 70% опрошенных, поверхность холодильника отлично справляется с функцией семейного коммуникатора. Из них 51% оставляют на холодильнике напоминания о важных делах, 39% — записки с просьбой купить те или иные продукты, 30% — признания в любви и пожелания хорошего дня.

37% респондентов учат детей читать и писать, складывая слова из расположенных на дверце букв магнитов. Нередко холодильник становится первым местом, где



ребенок складывает слова «мама» и «папа».

Часто послания на холодильнике составлены с особым юмором. Есть как предостережения: «Не заглядывай туда!!! Там холодно!!!!» или «Если Вы очень смелый, загляните туда», так и приветственной фразы: «Входите, открыто!» Некоторые надписи с легкостью могут пополнить золотой фонд русского юмора, например: «Накорми кошек в холодильнике», «Я в холодильнике», «В холодильнике пусто, придумай что-нибудь к ужину»,

«В холодильнике все закончилось. Целую. Мама», «Здесь был я и все съел».

Также холодильник нередко передает радостные новости, например: «Дорогой, ходила на обследование — СЫН!».

### Бюро находок

Результаты исследования свидетельствуют, что холодильник — это ближайший родственник шкафа. Помимо заблудших котов, в холодильнике обнаруживаются какту-

сы, паспорта, ножницы и шайбы. Но все потерявшееся в нем обязательно найдется, и очень скоро, потому что холодильник, как известно, является самым популярным местом «посещаемости» в доме.

### Тепло холода

Исследование Bosch показало, что для большинства россиян холодильник давно перестал быть просто шкафом для хранения продуктов. Это воплощение праздничной и уютной домашней атмосферы, семейственности, а также того, что жизнь так легко сделать красочной и интересной. Холодильник магически притягивает каждого входящего — дети ищут в нем сладости, которые мама купила по просьбе любимого чада; мамы озабоченно осматривают его недра, думая о завтрашнем обеде для любимой семьи; папы заглядывают перехватить «чего-нибудь вкусненького». Другими словами, это настоящий центр притяжения!

Исследователи даже говорят о смещении символа домашнего очага с «горячего» (открытого огня) к «холодному» (холодильнику — вместительному всего самого вкусного, приготовленного с любовью).

Постепенно холодильник превращается из объекта материальной культуры в символ духовного объединения людей, источник преданий и анекдотов. Красиво оформленный прибор собирает вокруг себя близких людей, создавая на кухне атмосферу праздника и уюта. Вот почему холодильник все чаще перестает быть белым и превращается в доску объявлений, генератор креатива и настоящее произведение искусства!

### Данные об исследовании

В тексте использованы следующие материалы:

- Исследование «Распределение домашних обязанностей и организация времени, затрачиваемого на решение бытовых проблем», «РОМИР Мониторинг», 800 интервью, г. Москва;
- Исследование «Все, что Вы хотели знать о холодильниках, и даже больше!», проведенное среди подписчиков сайтов Bosch и Siemens, июнь 2007 года, 6 тыс. заполненных анкет.