

**НОВ БЪЛГАРСКИ УНИВЕРСИТЕТ  
ДОКТОРСКА ПРОГРАМА „АНТРОПОЛОГИЯ“**

**Евгения Кръстева-Благоева**

***Храненето на младите: траектории  
на вкуса***

**АВТОРЕФЕРАТ**

за присъждане на научната степен „Доктор на науките“  
3.1. „Социология, антропология и науки за културата“

**2024**

### ***Обща характеристика на дисертационния труд***

Настоящият дисертационен труд е първи по рода си в българската културна антропология. Това е валидно не само по отношение на изследователския проблем, на който е посветен, но и откъм приложената иновативна комбинация от методи. Храненето на младите българи е **фундаментален, актуален и неизследван** към момента в рамките на българската наука **проблем**. То е своеобразна пресечна точка на проблемните сфери на антропологията на храненето от една страна и изследванията на консумативната култура в постсоциалистически български контекст от друга. **Целта** на проучването е да представи и анализира хранителните практики и обусловения от тях вкусове в пълнота – храната е представена в нейната базисна амбивалентност на материална субстанция, обвита с множество нематериални, т. е. културни и социални обвивки (Barthes 2008: 33). Тази цел предполага открояване и изучаване на широката рамка от тенденции и практики, които задават хранителния модел и особеностите хранителните вкусове на младите, които по правило са водеща група консуматори. Разнообразието вътре в нея е огромно и в този смисъл усилието на автора бе насочено както към емпирично натрупване, така и към изграждане на типологии за теоретично осмисляне на процесите по примера на студентите от НБУ.

Вкусът е категория, предполагаща избор измежду (голям брой) потенциални възможности. Той едновременно оформя хранителните практики като устойчиви форми на консумация и произтича от тях – не можем да изберем нещо, което не сме опитвали (Warde 2014: 293, Sahakian 2018: 308). Съществена част от хранителния вкус са предписания какво и как трябва да се консумира, които са културно специфични (Plessz et al

2016). Особено важно е, че той еволюира във времето, тъй като различните елементи от съставляващите го практики се променят в резултат от промени в социо-културната среда.

Вкусът става особено значим в рамките на консумативната култура, чиито основен принцип е „няма правила, има само възможности за избор“ („No rules, only choices“ – Федърстоун 2017: 103). Тези избори са в основата на индивидуалната идентичност на хората в консумативното общество, чрез тях става социалното им включване и изключване в/от определени групи. Вкусовата дистинкция, т. е. отграничаващата оценка на всеки консумативен избор, е едновременно индивидуална и социално обусловена. По същество вкусът е избор, но възможен избор в границите на определени социални рамки, условия и очаквания, произтичащи от социалния статус на човека и неговата роля – поведението, което съответният статус изисква (Крейпо 2001: 114-115). В този смисъл всяко една вкусова преценка идентифицира и класифицира социалния актьор, който я е направил. Тя е кондензиран израз на неговите културни компетенции, икономически и символен капитал. Хранителните практики на младите и обуславящите ги вкусове от една страна допринасят за отграничаването им от останалите социални актьори и групи, а от друга оформят и поддържат колективната им идентичност.

За разлика от преобладаващата тенденция в етнологичните и антропологични изследвания на храната и храненето в последните години (която се фокусира върху формирането на представите за „традиционно“, практиките за неговото превръщане в стока и съществен елемент от културното наследство „за продан“; особеностите на конструирането на българската национална кухня и др. подобни - Касабова 2008, Маркова 2011, Барова 2018, Shkodrova 2019, Кръстева-Благоева 2010, Вуков, Иванова 2010, Дечев 2010, Гаврилова 2015, 2016) дисертационният труд си поставя цел, насочена към настоящето. Трансформациите на хранителните вкусове

на младите са своеобразна лупа, в която се отразяват и през която се пречупват редица други съществени проблеми, като съвременните тенденции в националната кухня, ролята на медиите и екраните за формирането на вкуса и готварските практики, общуването през храната и др. Това определя не само научните, но и научно-приложните приноси на труда доколкото става дума за важни културни и социални феномени, чието изследване има голямо обществено значение и чието развитие в бъдещето ще формира и обуславя особеностите в развитието на българската национална кухня.

Вкусовете на младите като цяло и на *young adults* в частност представляват интересен изследователски проблем тъй като хранителните практики тъкмо на тази група хора в най-голяма степен се обуславят от социо-културния контекст и отразяват трансформациите в него. При тях тази връзка е най-видима и най-лесно доловима тъй като те са най-активните консуматори. Бидейки във всички съвременни култури „най-шумната и най-видимата част от човешкия род ... с ожесточено съзнание за идентичност“ (Ериксън 1996: 46) те я конструират – ежедневно и игрово – през различните консумативни практики, една от които е именно храненето. Вкусовете на изследваните млади хора (251 студенти от НБУ в периода 2015-2022) са разгледани като съвкупност от техните хранителни избори и поведения, готварски практики, социални практики, свързани със съвместно готвене, хранене и споделяне на храна, както и онлайн репрезентации през кулинарни образи. Всички тези проблеми са обобщени в трите основни дяла на изследването, представени в трите глави: *хранителни избори* – т. е. генералната съвкупност от храни и ястия, които респондентите са консумирали в рамките на една седмица; *хранителни профили* (повтарящи се комбинации от хранителни избори, които са пряко обвързани с индивидуалната идентичност и стила на живот) и *хранителни пейзажи*

(социо-пространствени измерения на храната и общуването през нея като символен код).

Комплексността на проблема и желанието той да бъде обхванат и анализиран от всички възможни страни предопределиха прилагането на *смесена методология*. Би следвало да се разграничат методите, приложени на събиране на информация и тези за нейния анализ и обработка. Използваните са два основни метода за събиране на данни от самостоятелно проведено (непредставително) изследване на хранителните практики сред студенти от НБУ чрез неструктурирани хранителни дневници от една страна и полуструктурирани интервюта от друга. Емпиричните данни от дневниците бяха подложени на контент анализ в двата му основни вида - количествен (чрез дескриптивна статистика) и качествен, а интервютата също бяха анализирани качествено. Подобен изследователски дизайн не е прилаган до момента в българската антропология на храненето. Съчетанието на хранителен дневник със статистически анализ е често срещано в подобни проучвания на хранителните поведения на различни възрастови кохорти и други групи (Crowe et al 2018 , O Connor et al 2014: 911, Pai, Sabharwall 2022). От друга страна, доколкото ми е известно, в литературата не е правен качествен контент анализ на данни от хранителни дневници, още по-малко – на статистическите данни от обработката им. Срещат се податки, че като документи, създадени в резултат от прилагането на качествен метод, те биха могли да се интерпретират качествено, но подобни проучвания не успях да намеря. В този смисъл с голям процент увереност може да се твърди, че е приложена иновативна смесена методология, комбинираща всички възможни аналитични перспективи, съществуващи и несъществуващи (до този момент) подходи към проблема в литературата. Характерно за нея е не само съчетаното приложение на всички тези методи, но и частичното им произтичане един от друг : прякото

свързване, сравнение и верифициране на резултатите им, което в крайна сметка допринася за плътността и вътрешната кохерентност на анализа.

Смесените методи за събиране и анализ на данните осветлиха двете основни групи въпроси, които оформят сърцевината на изследването и по същество представляват **изследователски задачи**. Първо, *с какво се хранят младите българи, с какви типове храна, с какви продукти и ястия*, има ли разлика в *храненето на мъжете и жените* и др. И второ - *как, къде, с кого, кой готви, откъде купуват, с кого споделят, от кого се учат*, и т. н. Първата група въпроси е адресирана чрез анализ на данните от хранителните дневници, а втората – чрез интерпретация на интервютата. По този начин бе оформена триделната структура на труда, състояща се от комплексно, задълбочено и многостранно проучване на *хранителните избори* от една страна, на *хранителните констелации/ профили* от друга и на *хранителните пейзажи* на респондентите от трета.

В рамките на емпиричното изследване в продължение на осем години (2015- 2022) бяха събрани 217 хранителни дневника на студенти от различни програми, записали общообразователния курс ООК 134 Храна и култура (163 жени и 54 мъже), съответно 111 от София и 106 от провинцията<sup>1</sup>. Задачата на студентите бе да записват детайлно и точно с какво са се хранили в продължение на една седмица – от понеделник до неделя, като отбелязват вида на храната (домашно приготвена, купена или консумирана в заведение) както и да предоставят данни за това кой я е сготвил, ако е домашно приготвена. Сред 36 респонденти (11 мъже и 25 жени) бе проведена анкета с един-единствен въпрос – да определят трите си най-

---

<sup>1</sup> Пловдив, Варна, Бургас, Добрич, Плевен, Русе, Стара Загора, Пазарджик, Силистра, Враца, Ямбол, Сливен, Монтана, Велико Търново, Разград, Търговище, Габрово, Ловеч, Луковит, Троян, Петрич, Гоце Делчев, Годеч, Димитровград, Самоков, Павликени, Перушица, Ботевград, Кнежа, Казанлък, Берковица, Пирдоп, Средец, Септември, Радомир, Перник, Брезник, Смолян, Златоград, Сандански, Кюстендил, Карлово, Трявна, Мизия, Приморско, Нови искър, Баня, с. Герман, Софийско, с. Микрево, Благоевградско, с. Канту, Бургаско, с. Две могили, Русенско, с. Гецово, Разградско.

любими ястия. Те участваха и в групата, с която бяха проведени интервюта. Отговорите в някаква степен потвърдиха резултатите от анализа на дневниците. От друга страна те зададоха и интересна отправна точка към интервютата. Проведени бяха и 55 полу-структурирани интервюта с 20 мъже и 35 жени. Една част от тях са предоставили и хранителни дневници, а друга е участвала в анкетата. Интервюираните са както първокурсници, така и студенти от горните курсове – бакалаври, магистри и трима докторанти. Всички те отговаряха на въпроси относно семейното хранене, формирането на вкусовете и придобиването на кулинарни компетенции, ролята на социалните медии, мъжко–женските дихотомии по отношение на готвенето и вкусовете, споделянето на храна, концептуализирането на здравословната храна, посещаването на заведения, любими и нелюбими ежедневни и ритуални храни, връзката на тялото и храната и др. Целта на интервютата бе да осветят хранителните практики на младите от друг ъгъл и в различна перспектива като съществена част от младежката хранителна култура. Акцентът бе не толкова върху вида на храната, колкото на практиките на приготвянето, консумирането и споделянето ѝ, на връзката ѝ с местата на консумация, формиращи т. нар. хранителни пейзажи (*foodscapes*). В резултат от интервютата не само се обогати цялостната картина, но и се отчлениха някои леко периферни за основната тема, но значими проблеми като семейните профили в готвенето (напр. какви типове ястия готвят майките, какви – бащите и какви – бабите), както и се очерта цялостната тенденция в развитието на българската национална кухня към момента.

### ***Съдържание на дисертацията***

Дисертационният труд се състои от увод, три глави, заключение, библиография и две приложения. В първото е представен пълният регистър

на храните и ястията, съдържащи се в хранителните дневници, а във второто са приложени няколко оригинални хранителни дневника.

В **увода** е очертана рамката на проблема, описани са детайлно методите и е направен преглед на литературата. В труда са въведени в научен оборот голям брой изследвания по антропология на храненето (посветени на хранителни практики на деца и младежи; дигиталните хранителни култури, връзката между храната и половите роли; между готварските практики и конструирането на идентичности в дома и др.) по-голямата част от които са на английски език. Основните теми в най-важните от тях са представени по-подробно (Bell, Valentine 1997, Best 2017, Neely et al. 2014, De Vault 1991, Sobal 2005, McNale et al. 2009). Представени са и трудовете на някои български автори, които имат косвено отношение към темата – Райна Гаврилова (2005, 2016), Албена Шкодрова (2019), Райчо Пожарлиев (2013), Искра Велинова (2014).

В **първа глава „Измерения на вкуса“** чрез количествен контент анализ на хранителните дневници се търси отговор на ключовия въпрос какви са хранителни предпочитания (*food choices*) на респондентите<sup>2</sup>. Основните тенденции в храненето им са визуализирани във вид на 29 фигури, представящи разпределения по различни признаци – вид храна, типове ястия, консумация по пол, и др. Обобщаващите категории, които са въведени на база на този анализ, са: основни ястия („български/балкански“, „италиански“ и „глобални нови“); месо-риба-постно; предястия: супи и салати; снаксове и закуски; десерти; напитки; шандове и заведения. Въведеното понятие „глобални нови“ обозначава онази група ястия, която се различава съществено от традиционните „български“ гозби – както поради наличие на нови продукти и кулинарни техники, така и поради

---

<sup>2</sup> Емпиричните данни от дневниците са прекодирани чрез метода на дескриптивната статистика и обработени с SPSS и Excel от колежата Венцислав Джамбазов, за което сърдечно му благодаря.



използване на информация от глобални медии – Интернет, кулинарни шоу програми и състезания, публикации на инфлуенсъри и т. н. Основен проблем е типологията на основните ястия и тяхното съотношение в хранителните избори на респондентите, тъй като те формират „скелета“ на индивидуалния вкусов профил, а и на колективните му измерения. За целите на количествения анализ категорията „българско/балканско“ е стабилизирана като хомогенна – каквато тя по същество не е, защото съдържа както класики като пиле с ориз/картофи/зеле, свинско с ориз/картофи/зеле, мусака, пълнени чушки, боб, леща, така и „нови“ и „по-нови“ ястия от типа на руло Стефани, които са масовизирани в периода на социализма и въпреки чуждестранния си произход се възприемат като част от тази категория. Първенството в тази категория е за скарата и нейните производни (38,3%), което не е изненада. От значение е, че тя е „мобилна“ храна – т. е. може да се консумира навсякъде и в движение. В хранителните дневници ясно се вижда, че като цяло основните български/балкански ястия не са особено любими на младите хора. В масовия случай ги консумират не повече от 2-3 седмично, при това най-често приготвени от родителите им – когато съжителстват с тях или им ходят на гости. Ако трябва сами да готвят, по-скоро биха приготвили нещо от другите категории – „италиански“ и „глобални нови“. А ако все пак готвят нещо „българско“ то те (особено жените) биха намалили количеството използвана мазнина. Много мазнина е един от основните фактори за неприемането на „традиционната“ българска кухня от младите. ).

„Италианските“ топ 3 (пица, паста и ризото) са дотолкова имплицитно залегнали в масовия вкус, че почти са загубили конотациите на заемка от чуждестранна традиция (Shkodrova 2019: 13). Това важи най-вече пицата и пастата като глобални младежки храни, особено подходящи и за улична консумация. Неслучайно пицата, пастата (най-вече спагети болонезе и

карбонара), а в по-малка степен и ризотото са сред най -често приготвяните и консумирани от респондентите домашни ястия. Почти няма хранителен дневник, в които да не присъстват първите две. Измерена е консумацията на различните видове пица: на парче (т. е. като улична храна) 42,2%, в заведение 34,4% (като ресторантски продукт), домашна (приготвена у дома) – 21,9%, поръчана отвън (и консумирана вкъщи) – 10,9 %. Тази типология и високите проценти на всички подвидове очертават поливалентността или многофункционалността на пицата.

Т. нар. „глобални нови“ основни ястия формират почти половината от хранителните избори на студентите – 47,4 %. Регистърът на „глобалните нови“ е разнообразен. Характерно за тях е, че рядко се повтарят – най-често не се срещат в повече от 5 хранителни дневника (с три ярки изключения – пиле корнфлейкс, суши и бурито). Категорията съдържа две основни групи ястия. Първата обхваща чуждестранни, нерядко екзотични продукти и гозби, които навлизат в българската национална кухня през глобалната онлайн мрежа и през заведения : пиле корнфлейкс, суши, бурито, пиле по китайски, тортила с пиле, паеля, морски дарове, рататуй, патешко магре, ведически *сабаджи тилаф*, тиквички с киноа, киноа със зеленчуци, оризови спагети със свинско и зеленчуци, кнедли със сливи, печени картофи с круши и др. Втората се състои от по-малък брой ястия от съседни или източноевропейски кухни, както и такива с „преоткрити“ вследствие на пазара традиционни продукти като булгур – напр. булгур с домати, грах и лук. За разлика от гръцките и най-вече турски ястия в категорията „българско/балканско“ (които са по-стари и по произход се свързват с Османската империя) тук става дума за вкусни предложения като тиквички по гръцки, гръцка мусака, адапа кебап и др., които навлизат в регистъра на българската национална кухня в последните два десетина години, най-вече през заведения. Тоест, те са също „нови“ за нея в сравнение с категорията

„българско/балканско“, която обхваща „традиционния“ за региона регистър.

При предястията прави впечатление високият процент на салатите (91%), и супите (59,1%). Разнообразието от салати е огромно – регистрирани са 80 различни вида – като отново една част от тях са „уникални“, т. е. не се срещат повече от 1-2 пъти в хранителните дневници. Характерно е, че повечето регистрирани салати, приготвяни у дома, са безименни. В огромната си част те се свързват с „градското“ и „глобалното“ – ( а не със „селското“, „народното“ като повечето ресторантски салати - Гаврилова 2015) – не само като използване на нови продукти, но и като комбиниране на тези наскоро появили се съставки. С други думи, контрастът между конструираните като „автентични селски“ ресторантски салати и домашните „градски глобални“ такива отново конотира отдалечаване на младите от „българското“ – реално и въобразено. Супите са широко разпространени – 59,1%, но при тях разнообразието е много по-слабо изразено.

В категорията „снаксове и закуски“ най-разпространена е „здравословната закуска“ тип *бърканица* – най -често овесени ядки и голям брой видове семена с прясно или кисело мляко, към които се добавят и най-различни други здравословни продукти. От 217 респонденти 129, т. е. 59,9 % закусват по този начин. Разнообразието от зърнени закуски е огромно. Само комбинациите с овесени ядки са двадесет и осем от общо петдесет и два регистрирани вида. При това голяма част от тях са с използване на нови продукти или с нестандартни вкусови съчетания.

По подобен начин детайлно са анализирани и останалите категории – десерти, напитки, щандове и заведения.

Втората основна тема в дескриптивната статистика е свързана с особеностите на „мъжкия“ и „женския“ вкус. Тъй като съотношението на двата пола в извадката е 1:3 в полза на жените, не е ясно доколко това влияе върху резултатите. В този смисъл данните представят по-скоро тенденции, отколкото твърди числа. През тях се апробира в каква степен съществуващите в литературата тези намират потвърждение в емпиричния материал. Една част от тях са валидни за моментната снимка на вкусовете на респондентите, но други се различават рязко от нея.

Най-големите разлики между двата пола се явяват по отношение на консумацията на месо – същинската „мъжка“ храна, която както имиджово се асоциира със силния пол. От друга страна, изравнените нива относно зеленчуковите ястия и предястията индикират вероятна тенденция към отпадане или отслабване на половите символни асоциации на месото като „мъжка“, а на зеленчуковите - като „женска“ храна. Изравнени и високи са нивата на консумация на пица и паста, а при предястията жените доминират при салатите и супите, но не значително. При напитките е видно, че мъжете пият много повече безалкохолни и енергийни напитки от жените – 70,4 % срещу 53,5 %, които обаче водят по отношение на виното (21,9% срещу 11,1%) и твърдия алкохол (12,3 % срещу 7,4%). При бирата разликата е в полза на силния пол и е 14 процента – 18,5 % срещу 4,4 %. И докато предпочитанието на жените към виното е известно и регистрирано в литературата, тяхната доминация по отношение на твърдия алкохол е изненада. Вероятно тя да се дължи на особеностите на моделите на пиене при двата пола, както и на факта, че пиенето не беше част от официалното задание и поради това е възможно да не е отразено коректно от част от респондентите-мъже.

По отношение на заведенията мъжете в по-голяма степен посещават местата за бързо хранене (42,9% срещу 23,3%), докато жените по-често се хранят в ресторант (76,7 % срещу 64,3%). Мъжете купуват и двойно повече готови ястия от кулинарни магазини и големи вериги. При ястията, където има влияние на глобалната храна (в категориите „глобални нови“ и „безмесни“, при пастата и пицата, при солените и сладки снаксове, както и при зърнените закуски) резултатите на двата пола са изравнени. Това навежда на мисълта, че консумативната култура тушира половите дистинкции на хранителния вкус при младите. Този извод може да се разглежда и в по-широкия контекст на характерното за постмодерната култура преодоляване на половите категории и unisex тенденциите в модата и в други аспекти на консумацията като цяло.

Третата и последна основна тема в дескриптивната статистика е свързана с промяната на изследваните вкусове във времето. Осемгодишният период на събиране на хранителни дневници е достатъчно дълъг за да предостави поглед върху подобни трансформации, още повече, че в средата му се случи двугодишната пандемична криза, която засегна съществено хранителните практики на хората. Ясни и категорични резултати по отношение на влиянието на локдауна върху хранителните практики не могат да бъдат установени тъй като респондентите преди и след пандемията не са едни и същи. За сметка на това разполагаме с точни данни относно времевите трансформации в честотите на всеки един тип ястие и продукт в продължение на осем години. Пицата е най-широкоразпространена от всички видове ястия в изследването. Нивата ѝ на консумация са следните: 2015 – 66,7 %, 2017 – 42,1%, 2018 – 63,6%, 2019 – 60 %, 2020 – 80 %, 2021 – 60,9%, 2022 – 43,8%. По време на локдауна е регистриран скок с 20 %. Консумацията на месни ястия се задържа висока през целия период, а постните бележат връх през 2020 – 86,7 %. Това е нарастване с 26 % в

сравнение с предната година – 60 % - стойност, която е възстановена през 2021 г. През 2022 отново има голям ръст до 83,3 %.

С цялата условност на данните относно пандемията, са видими няколко значими промени в картата на хранителните избори на студентите, които вероятно могат да се обяснят с периода на локдаун. Най-много се увеличава консумацията на скарa (с 33 %), на безместни ястия (с 26 %), на пица (с 20 %), на глобални нови (със 17 %), на всички видове снaксове (най-много при сладките, но без дюнeр), на десерти (без кремове) и на прясно мляко. Закономерно спада потреблението на улични храни (като дюнeр), на безалкохолни напитки и бира, както и посещението на заведения за бързо хранене. Въпреки че става дума за различни респонденти в отделните години, разликата в числата и най-вече типологичните характеристики на различните храни и начини на хранене навеждат на мисълта, че е възможно описаната картина да е обусловена в някаква степен от пандемичните мерки и влиянието им върху храната. Ако се следва тази логика, най-рязка и отчетлива промяна на хранителното поведение се наблюдава през 2020 – годината на най-големите ограничения, наложени на ежедневиия живот и социалното общуване. През 2021 г., когато забраните една по една постепенно и бавно започват да отпадат, в повечето случаи се регистрира намаляване на процентите в сравнение с предишната година, като този процес завършва през 2022 г. Но има и редица случаи когато през 2022 г. наблюдаваме високи нива, подобни на тези от 2020 г., дори и по-високи – например при салатите, сандвичите, пастата, скарата, месните и безмесни ястия. Това би могло да означава, че част от хранителните модели, наложени през пандемията, се запазват.

Картата на хранителните избори на респондентите очерта измеренията на един хибриден вкус, който се характеризира със съчетаване на категориите „българско/балканско“, „италианско“ и „глобално ново“. Регистрира се частично преодоляване на „традиционното“ като част от неговото постоянно трансформиране в съвременността (Shkodrova 2019: 17). Видна е тенденцията към „европеизиране“ на храната, която без съмнение се дължи в определена степен на добрия финансов статус на студентите, обучаващи се в първия частен университет в България.

Откриха се две триади с преобладаващо „нови“ продукти и с високи нива на разпространение, които оформят сърцевината на младежкия вкус. Това са: зърнена закуска – салата – смути и глобални нови ястия – паста – пица. Водещ принцип за всички тях е бързото и лесно игрово смесване (в някои случаи на всички налични продукти в хладилника). В първата триада възможността за индивидуализиране на вкуса чрез добавяне на нови съставки е по-голяма. Тя е и по-близо до категорията „сглобено“ (Гаврилова 2015). В някаква степен елементите на втората триада могат да се разглеждат като опозиция. От една страна са „глобалните нови“, чието навлизане и масовизиране е резултат от нагаждане към хранителната идеология на *nouvelle cuisine* и на „здравословната“ Средиземноморска кухня. От друга страна широкото разпространение на пица и паста (с произход от същия регион, но интериоризирани до степен да се превърнат в основен символ на младежкия вкус) не кореспондира с критериите за здравословност. То обаче се е превърнало в синоним на младежко хранене по целия свят, независимо от особеностите на националните кулинарни традиции. Тъкмо съчетаването на „несъчетаеми“ неща е в основата на хибридният младежки вкус, който типологично може да се свърже с особеностите на глобализацията като хибридизация (Петерс 2004: 85). В постмодерната консумативна култура няма чисти категории и

бликолажното, игрово смесване на различни форми е характерно за ежедневните консумативни практики, каквото е и храненето – особено при младите.

Същото важи донякъде и за очертаните особености на „мъжкото“ и „женско“ хранене с техните правила, изключения и дори парадокси. Макар че се открояват хранителни модели, характерни за двата пола, те също са по-малко или повече хибридни и/или флуидни. Картината от дневниците регистрира частично преодоляване на този модел по отношение на хранителните избори. Докато при консумацията на месни ястия разликата в полза на силния пол е видима и значима, при безмесните, „глобалните нови“, сладките снаксове, тестените сладки десерти и тортите нивата на двата пола са изравнени. Очертаната обща картина потвърждава съвременните тенденции за доближаване на вкусовете и хранителните избори при мъже и жени с по-висок образователен и социален статус и центрирането им около често възприемания като „женски“ здравословен модел на хранене<sup>3</sup>. В по-общ план това кореспондира с преодоляването на gender ролите и характерните за тях стереотипи и унисекс тенденциите в постмодерната консумативна култура като цяло, както и с трансформациите в политиките и техниките на тялото, типични за двата пола – идеалите за красота, сила, енергичност и ежедневните телесни практики, свързани с тях, които пряко обуславят хранителните избори.

**Във втора глава „Хранителни констелации на младите“** данните от дневниците бяха подложени на подробен качествен контент анализ с цел осветляване на детайлите и микро–тенденциите в хранителните избори и кулинарните практики на респондентите, останали извън обсега на

---

<sup>3</sup> Регистрирано е пълно съвпадение между храните, препоръчвани като здравословни от нутриционистите и „женските“ безмесни храни, поставени по-ниско в йерархията на ястията в сравнение със съдържащите месо гозби (Jensen, K. O'Doherty, Holm, B. 1999: 358) .



статистиката. Тук всеки един дневник бе разгледан по отделно, като бе обръщано внимание на повтарящите се ястия и комбинации от ястия, които задават индивидуалния хранителен профил. В резултат бяха очертани няколко базови колективни хранителни профили, типични за респондентите.

Качественият контент анализ потвърди изводите за преобладаване на домашното хранене и високата ценност, която му се придава от респондентите. Освен това преповтори тенденцията жените да ядат по-глобално, по-малко и неофилно, а мъжете – по-традиционно, повече и по-еднообразно. Детайлният анализ на индивидуалните хранителни избори на респондентите разкри няколко съществени общи черти в разнообразните им начини на хранене. Това са: непълният, накъсан курс на храненията ( често пропускане на хранене –най-вече на обяда – и непълен курс в заведение или у дома – напр. само салата или супа с хляб за обяд или вечеря), мобилността, минимализмът на порциите (по-видим при жените отколкото при мъжете) и нутриционизмът (квазинаучното придаване на голямо значение на биохимичния състав, калориите и т. н. вместо на вкуса на храните).

Откриха се няколко типа колективни вкусови профили: спортуващите (мъже и жени, които се хранят сходно); неспортуващите мъже, които ядат най-нездравословно; жените-вегетарианки; минималистично хапващите млади момичета; „глобално ориентирани“ жени от провинцията; хранещите се диетично жени без да имат нужда от отслабване и др. Очерта се пряката обвързаност на индивидуалните хранителни профили със стила на живот, техниките на тялото и конструирането на индивидуалната идентичност. При определянето на трите най-любими храни или ястия стана видна голямата роля на емоцията и социалната близост за формирането на вкуса.

Качественият контент анализ осветли някои вторични спрямо основната тема проблеми, които са не по-малко значими и преплетени в нея. Това са значимите теми за готвенето като грижа и споделянето на храна като интимност, за съчетаването му с работата и другите ежедневни задачи, за властовите отношения в кухнята, за съвместното готвене и хранене на съквартирантите, за съботно-неделното хранене като особен тип празнично хранене и др. Информацията по тези и други подобни теми се съдържа имплицитно в дневниците – без да е подчертана и изведена на преден план. Тя трябваше да бъде извлечена от тях чрез внимателно и задълбочено четене за да бъде впоследствие доразвита чрез интервюта.

**Трета глава „Между дома, заведенията и университета: хранителни пейзажи на младите хора“** представя събраната информация от интервютата, чиято цел бе да осветят хранителните практики на респондентите от друг ъгъл и в по-различна перспектива. Акцентът бе не толкова върху ястията и вида на храната, колкото на практиките на приготвянето, консумирането и споделянето ѝ, на връзката ѝ с местата на консумация, формиращи т. нар. хранителни пейзажи (*foodscapes*). Храненето в и извън дома илюстрира инструментализирането на храните като ресурс за пораждаване, договаряне и поддържане на социални връзки. Подробно и са разгледани практиките, свързани с посещения на заведения (*eating out*) и тяхната роля за конструиране на индивидуалната и колективна идентичност на респондентите: преходът от посещаване на места за бърза храна към истински ресторанти като маркер на нов социален и възрастов статус; символичната йерархия на заведенията и високата оценка на малките, уютни места пред луксозните ресторанти, масовият афинитет към „Нарру“ като „готино място“ и особено към сушието там. Следващият параграф разглежда семейното хранене (*eating in*) с устойчивите практики на споделяне готвене и съвместно ядене на всички членове на семейството

всяка вечер, както и голямата роля на бабата като върховен кулинарен авторитет. На въпроса кой готви по-добре, жените или мъжете, мама или татко, масовият отговор беше „баба“. Всички респонденти споделят, че нейните ястия са най-вкусни, защото са приготвени с най-много любов. Високата степен на съхраненост на общото семейно хранене минимум по веднъж на ден сред повечето респонденти и важната фигура на бабата са културни особености, отразяващи голямото значение на семейството и семейното общуване в съвременното българско общество. Те са израз на една по-голяма интензивност на връзките между поколенията, характерна за по-малки и развиващи се общества, в които все още не е наложен свързаният с капитализма и мислен като американски модел на междупоколенчески отношения, базиран на индивидуализма (Simic 1983: 86, Lamb 2015: 853). Видна е тенденцията младите да пренасят тези практики и начини на общуване през храната и когато започнат да живеят отделно от родителите си и сами да имат партньори и деца. Подробно е анализирано готвенето на младите с широко използване на онлайн рецепти (които никога не се следват буквално), афинитетът им към приготвяне на салати, торти, десерти и игрови комбинации в готвенето, ролята на инфлуенсърите, отношенията между приятели и съквартиранти, кодирани в храненето и др. Презентирането на приготвените и консумирани ястия онлайн – най-вече на десертите, е важна част от конструирането на индивидуалната идентичност на младите, предимно на жените.

В интервютата са отразени промените в храненето през пандемичния период – нараства броят на споделените семейни хранения и още повече се засилва усещането за значимост на домашно приготвената храна. Изчезват точно определените часове за хранене, допуска се ядене по колкото пъти на ден човек пожелае, увеличава се консумацията на скаксове и други нездравословни храни като израз на скука и тревожност. Разпространена е

и корейската онлайн практика за съвместно хранене *мук банк*, при която непознати ядат заедно всеки пред екрана си, за да преодолеят самотата и изолацията у дома.

Анализирани са практиките за споделяне на храна между приятели и интимни партньори като израз на грижа и интимност, както и като демонстриране на близост. Регистрирани са интересни вярвания, които ги съпътстват – например правилото да не се дава първата хапка „за да не ти откраднат гаджето“; да се развърта един банан, например, между всички членове на компанията и никой да не взема последната хапчица, а да я дава на следващия, и др. подобни. Характерно е, че споделянето не намалява дори и в пандемична и пост-пандемична ситуация – това подчертава значението на общуването през храната като фундаментален начин на себеизразяване и комуникация.

Подобно на хранителните избори и хранителните констелации, хранителните пейзажи са динамични, а не статични и основна причина за това е консумативната култура, която навлиза в тях по най-различни начини и ги трансформира : по-бавно и в по-малка степен (когато става дума за семейното хранене) и по-бързо и кардинално (в храненето извън дома).

В резултат от интервютата не само се обогати цялостната картина, но и се откриха някои леко периферни за основната тема, но значими проблеми като семейните профили в готвенето (напр. какви типове ястия готвят майките, какви – бащите и какви – бабите), както и се очерта цялостната тенденция в развитието на българската национална кухня към момента.

**Заключението** сумира основните изводи от дисертационния труд. Без да претендира за представителност – нито по отношение на всички студенти в НБУ, нито по отношение на студентите въобще, а още по-малко – по

отношение на младите българи изобщо – изследването откри някои базови тенденции в храненето на младите, които без съмнение в една или друга степен са типични за хранителната култура на тази възрастова кохорта в страната като цяло. Въпреки високата степен на индивидуализация на хранителните избори, бяха уловени няколко основни тенденции: хибриден вкус, съчетаващ в различни съотношения консумация на „български“, „италиански“ и „глобални нови“; преобладаваща консумация на домашно приготвена храна; чести посещения на заведения, при които в повечето случаи се поръчва непълен курс. Регистрира се социално конструиране на представите за здравословност на храните, което е класово обусловено и предполага добър финансов статус.

Младите ядат сготвените от родителите им традиционни ястия, но рядко си ги приготвят сами. В тяхното готвене преобладават лесните и бързи „глобални нови“, с използване на наскоро появили се на пазара продукти, приготвени по рецепти от мрежата и адаптирани според собствените им предпочитания. Връзката им с „традиционното“ е емоционална и пречупена през образа на бабата и нейните манджи. В редките случаи когато готвят подобни ястия, следвайки бабините и мамини рецепти, те намаляват количеството използвана мазнина.

Междинната позиция на поколението (между категориите на подрастващите и възрастните) се отразява на хранителните и готварските им практики. Те започват да готвят самостоятелно, подобно на родителите си, но понякога се отнасят към храната игрово, като тийнейджъри - напр. когато настойчиво искат да пият от чужда бутилка или когато не си дават първата хапка, за да не им откраднат гаджето. Това е отражение както на размиването на възрастовите категории в консумативната култура (при което често децата порастват и губят детското в себе си изключително бързо, а в някои свои поведения възрастните се инфантилизират), така и на

игровия елемент, характерен за консумацията. Играта присъства в приготвянето на елементите от първата триада (зърнени закуски–салати–смутита/шейкове), в готвенето и споделянето на някои от елементите във втората триада, а и в споделянето на храна въобще (особено между приятели и връстници), в някои практики на индивидуалното и колективно готвене и най-вече в постването на храна онлайн. Играта е кодирана в характерното за мнозина респонденти ядене в ситуации, както и в многобройните експерименти с тялото, които си правят, особено младите жени.

Изследваната група студенти използва всички преимущества, които дигиталната среда предоставя с оглед на храната и кулинарните практики, но по свой, алтернативен и творчески начин. В този смисъл макар и активни потребители на готови храни, те са преди всичко създатели на свой тип ястия, които са силно индивидуализирани и съответстващи на стила им на живот като цяло.

„Бързо, лесно, вкусно и през екран“ е крилатата фраза, която изразява най-кратко и ясно отношението на младите към храната, храненето и готвенето. Бързината, леснината и вкусът са три съществени елемента на консумативната култура (пропагандираща хедонизъм и все по-малко вложени усилия за все по-добър резултат). Тук бързината не се свързва толкова с бързото изяждане (както е в класическата парадигма на бързата храна), колкото с бързо приготвяне – т. е. тя е пряко свързана с леснината. И бързината, и леснината имат за цел „да не се губи много време в кухнята“. Леснината е свързана и с визуализирането на всички стъпки на рецептата през екрана. Това от своя страна кодира анти-йерархичността и своеобразната егалитарност на виртуалното : всеки би могъл да направи всичко, не следвайки инструкциите (както е в класическите рецепти, които изискват друг тип осмисляне), а имитирайки действията на готвещия от екрана. Както стана ясно, въпреки тези крайна леснина, студентите

предпочитат да не следват директно стъпките, а да използват онлайн рецептата като база за своите творчески търсения и опити. И тъй като „да имаш вкус означава да бъдеш емоционално свързан с културата“ (Claessens 1979: 130) чрез тези творчески опити и постването им онлайн те се свързват емоционално със своята култура – бидейки част от едно поколение, преокриващо себе си както в родните, така и в световните кулинарни традиции и моди.

Основните две характеристики на описания хранителен модел са : „постмодерна“ трансформация на вкуса, пораждаща хибридна хранителна избори от една страна и „патриархална“ социална организация на домашното хранене от друга. Трансформацията на вкуса е обусловена от навлизането на консумативната култура в страната, нарастването на кулинарните компетенции, появата на нови продукти на пазара (които се възприемат бързо в храненето на младите) и големия брой разнообразни заведения, които респондентите посещават. Взаимодействието и влиянията между ресторантската кухня, Интернет рецептите и домашната кулинария е видно, широко застъпено и заслужава внимание в бъдещи изследвания. „Патриархалната“ социална организация на храненето се изразява в изключителната устойчивост на споделеното семейно хранене въпреки натиска на макросредата и възпроизводството на този модел в новите партньорства на студентите. Важен елемент от нея е и фигурата на бабата като висш кулинарен авторитет и създател на емоционално обогрени ястия, които респондентите обожават, но невинаги се опитват за повтарят. Дълбоката амбивалентност на този хранителен модел кодира от една страна културни специфики, а от друга – цялостни трансформации във всекидневната култура на българите, които тепърва ще бъдат обект на бъдещи изследвания.

**Основни приноси на дисертационния труд:**

- 1. Детайлно и задълбочено проучване на неизследван и фундаментален за българската наука проблем, свързан с очертаването на модел на хранителния вкус на младите в трите му измерения – хранителни избори, индивидуални хранителни профили и хранителни пейзажи**
- 2. Иновативно прилагане на смесена методология за многостранно проучване на проблема : хранителни дневници, обработени чрез дескриптивна статистика и качествен контент анализ от една страна, анкета и полуструктурирани интервюта, анализирани качествено, от друга**
- 3. Въвеждане на нови понятия като хранителни констелации/ индивидуални хранителни профили; прилагане на нов метод : качествен контент анализ на хранителни дневници**
- 4. Въвеждане в научен оборот на голям брой нови за българската наука чуждестранни заглавия по антропология на храненето и изследвания на консумативната култура**



## Литература

- Барова, В. 2018 Сирена и трюфели. Храната като наследство. *Българска етнология*, 4, 438-451
- Велинова, И. 2014. Глобалната храна в България: между своето и чуждото. В: Кръстева-Благоева, Е. съст и ред. *Всичко за продан. Консумативната култура в България*. София, Нов български университет, 194-241
- Вуков, Н., М. Иванова 2010 „Традиционните“ ястия и тяхната регионална принадлежност: названия с регионален произход в сборници с готварски рецепти в България. *Български фолклор*, кн.1, 108-125
- Гаврилова. Р. 2005 "Социална и културна еволюция на наладата" В: *Културата: граници и съседства. В чест на проф. Иван Стефанов*. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 374-390.
- Гаврилова. Р. 2015. Българско за вечеря. *Семинар bg*, бр. 12, <http://www.seminar-bg.eu/spisanie-seminar-bg/broy12.html>
- Гаврилова, Р. 2016 *Семейната сцена. Антропологическа история на семейното хранене в България в модерната епоха*, София, УИ „Св. Климент Охридски“
- Дечев, Ст. 2010 Българска, но не точно шопска. За един от кулинарните символи. *Български фолклор*, кн.1, 125-140
- Касабова, А. 2008. Сред „най-екзотичните“ кухни във Виена.- „Ресторантът на истинските български специалитети“. *Българска етнология*, 3, 34-45
- Крейпо, Р. 2001 Културна антропология. Как да разбираме себе си и другите. С., Лик
- Петерс, Ян, 2004. Глобализацията като хибридизация. Във: Федърстоун, М., Ск. Лаш и Р. Робертсън съст. *Глобални модерности*. София, КХ, 70-103
- Пожарлиев, Р. 2013. Философия на храненето. Културно-исторически контексти. София, Университетско издателство „Св. Климент Охридски“
- Федърстоун, М. 2017 *Консумативна култура и постмодернизъм*. София, НБУ
- Barthes, R. 2012. Towards a Psychosociology of Contemporary Food Consumption. In Counihan, C., Van Esterik eds. *Food and Culture: A Reader* (3rd ed.), 23-30. London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203079751>
- Bell, D., G. Valentine. 1997 *Consuming Geographies: We Are Where We Eat*. London, Routledge
- Best, A. L. 2017 *Fast- Food Kids. French Fries, Lunch Lines, and Social Ties*. New York University Press
- Crowe, M., O’Sullivan, M., McNulty, B., Cassetti, O. and A. O’Sullivan. 2018. Data Mapping From Food Diaries to Augment the Amount and Frequency of Foods Measured Using Short Food Questionnaires *Frontiers in Nutrition* 5: 82. doi: 10.3389/fnut.2018.00082

DeVault, M. 1991. *Feeding the Family: The Social Organization of Caring as Gendered Work*. Chicago: University of Chicago Press

Lamb, S., 2015. Generation in Anthropology. In: James D. Wright (editor-in-chief), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2nd edition, Vol 9. Oxford: Elsevier. pp. 853–856

McHale, S. M. et al. 2009. An ecological perspective on the media and youth development. *Prado Rodrigues and de Almeida / Proceedings in System Dynamics and Innovation in Food Networks*, 25-40

Neely, E., M. Walton, and C. Stephens. 2014. Young People's Food Practices and Social Relationships. A Thematic Synthesis. *Appetite* 82: 50–60

O'Connor, L. M., Marleen A. H. Lentjes, Robert N. Luben, Kay-Tee Khaw, Nicholas J. Wareham and Nita G. Forouhi. 2014. Dietary dairy product intake and incident type 2 diabetes: a prospective study using dietary data from a 7-day food diary. doi:10.1007/s00125-014-3176-1

Pai, A., Sabharwal, A. 2022. Food Habits: Insights from Food Diaries via Computational Recurrence Measures. *Sensors* 22, 2753. <https://doi.org/10.3390/s22072753>

Plessz, M., S. Dubuisson-Quellier, S. Gojard and S. Barrey 2016. How consumption prescriptions affect food practices: Assessing the roles of household resources and life-course events". *Journal of Consumer Culture* 16(1): 101–123.

Sahakian, M, Saloma, C. and Ganguly, S. 2018. Exploring the Role of Taste in Middle-Class Household Practices. *Asian Journal of Social Science* , Vol. 46, No. 3, 304-329

Shkodrova, A. 2019 Rediscovering Europe and national cuisine. How EU integration is shaping food tastes in Sofia and Belgrade in the 21<sup>st</sup> century. *Appetite*, 133, 1-27

Simic, A., 1983. Aging in the United States and Yugoslavia: contrasting models of intergenerational relationships. In: Sokolovsky, J. (ed.), *Growing Old in Different Societies: Cross-Cultural Perspectives*. Wadsworth, Belmont, CA.

Sobal, J. 2005 Men, Meat and Marriage: Models of Masculinity. *Food and Foodways*, 13 (1-2), 135-158

Warde, A. 2014. After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture* 14(3): 279–303.

