

Tanja Kamin, Blanka Tivadar, Samo Kropivnik

## **KAJ IMAJO SKUPNEGA ANDY WARHOL, PEKORINO IN VASABI? PREHRANSKI VZORCI V LJUBLJANI IN MARIBORU**

*POVZETEK: Prispevek prikazuje rezultate vprašanj o prehranjevalnih navadah in odnosu do prehranjevanja iz raziskave Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija, ki je bila opravljena na reprezentativnem vzorcu odraslih prebivalcev Ljubljane in Maribora. Opiše in analizira štiri homogene ter med seboj dobro ločene skupine, ki so jih avtorji identificirali z Wardovo metodo hierarhičnega razvrščanja: aspirativne tradicionaliste (27 % vzorca), socialno ogrožene tradicionaliste (32 % vzorca), zdravstveno ozaveščene in družbeno odgovorne hedoniste (29 % vzorca) ter urbano adaptirane tradicionaliste (12 % vzorca). Podobno kot prispevki sorodnih raziskav tudi pričujoča razprava potrjuje tezo o povezanosti med prehranskimi navadami, odnosom do prehranjevanja ter vrednotami in kulturnimi praksami. Ugotavlja, da v urbanem okolju, dveh največjih slovenskih mestih, kljub vse raznovrstnejši kulinarični ponudbi na trgu še vedno prevladujejo tradicionalistične prehranske prakse, ki se povezujejo z nazadnjaštvom in tradicionalnimi praksami tudi na drugih področjih vsakdanjega življenja.*

*KLJUČNE BESEDE: kulinarični kapital, prehranjevanje, življenjski slog, zdravje, okus*

### **What do Andy Warhol, pecorino and wasabi have in common? Food practices in Ljubljana and Maribor.**

*ABSTRACT: The authors present an analysis of food practices based on the research project »Media consumption, class and cultural stratification«. A cluster analysis of data obtained from a random sample of the adult population in Ljubljana and Maribor, the two biggest cities in Slovenia, revealed four food cultures: Aspiring traditionalists (27% of the sample), Struggling traditionalists (32%), Health conscious and socially responsible hedonists (29%) and Traditionalists, adapted to urban trends (12%). The findings support previous research which recognises significant associations between food practices, socio-demographic factors (particularly education), values and cultural consumption. The data show that food practices in Ljubljana and Maribor are still primarily traditionalistic, as are several other practices of everyday life.*

*KEY WORDS: culinary capital, lifestyle, health, food practices, taste*

## 1 Uvod

Pred več kot desetimi leti smo v raziskavi Življenjski stili v medijski družbi (2002) našli prepričljivo povezanost med prehranskimi navadami, vrednotami in kulturnimi praksami (Tivadar 2002; Tivadar in Luthar 2005), ki je potrjevala Bourdieujevo (1979/1984) tezo o istorodnosti etike in estetike. Ugotovili smo, da je kultura prehranjevanja prakticiran svetovni nazor, v precejšnji meri povezan z izobrazbo, spolom, dohodki in stopnjo urbaniziranosti posameznikovega življenjskega okolja. Kultura prehranjevanja se je tedaj raztezala med dvema etično in estetsko različnima poloma – tradicionalizmom, katerega skupni imenovalec je bil instrumentaliziran odnos do prehranjevanja (preferiranje velikih porcij, mesne hrane, obravnavanje hrane predvsem kot vira energije za delo), in postmoderno držo, ki so jo oblikovali naklonjenost novostim v prehranjevanju, težnja k estetizaciji vsakdanjega prehranjevanja in obiskovanje restavracij s tujimi kuhinjami. Tradicionalizem v prehranskih praksah se je povezoval z nazadnjaštvom v drugih praksah in pogledih: težave s sprejemanjem kulturne raznolikosti, prepričanje, da obstaja en sam »prav«, predsodki do spolnih in etničnih manjšin, zavzemanje za tradicionalni spolni red, okus za slovensko kulturno produkcijo in tabloide ter slaba informacijska pismenost. Za postmoderno prehransko držo so bili značilni svobodomiselnost, sprejemanje družbenih manjšin, kozmopolitizem v političnih stališčih in praksah, informacijska pismenost ter »vsejedost« na področju kulturne potrošnje. Skupine tradicionalistov so bile bolj moške kot ženske, slabo izobražene, z nizkimi dohodki in pretežno iz podeželskega okolja, medtem ko je bil postmoderen odnos do prehranjevanja bolj ženski in povezan z univerzitetno izobrazbo, nadpovprečnimi dohodki ter življenjem v mestih. Med tema poloma, ki sta zavzemala vsak po dobro tretjino prostora, je bilo manj jasno etično in estetsko profilirano območje; naseljevali so ga mladi, za hrano nezainteresirani moški (nereflektiran odnos do hrane) in ženske, okupirane s skrbjo za telesno težo.

Kaj se je v desetih letih spremenilo, kolikor je to sploh mogoče ugotoviti zaradi različnih vprašalnikov in vzorca udeležencev raziskave? Namreč, v raziskavi, katere podatke bomo predstavili v nadaljevanju, smo ponovili in dodali vprašanja z najboljšim razlikovalnim potencialom; poleg tega je bila prva raziskava opravljena na vzorcu odraslega prebivalstva v Sloveniji, tokratni pa je vključeval le prebivalstvo dveh največjih slovenskih mest, Ljubljane in Maribora. A zato bi lahko v tokratni raziskavi pričakovali, da bomo (zaradi urbanosti vzorca in z njo povezane višje izobrazbe – v prvi raziskavi je imelo vsaj višjo izobrazbo 19 odstotkov anketiranih, v tokratni pa 33 odstotkov – ter višjih dohodkov) odkrili manj tradicionalnih in več postmodernih prehranskih praks. Bell (2002) namreč meni, da se je v sodobnih mestih (on sicer govori o metropolah) zaradi obilja raznovrstnih kulinarčnih ponudb nemogoče izogniti spoznavanju tujih kuhinj in sodelovanju v raznovrstnih prehranskih praksah. Vprašanje pa je, ali lahko vzporedno s tem pričakujemo tudi porast kozmopolitizma in svobodomiselnosti ter upad nacionalističnih in šovinističnih sentimentov. Kulinarčne novosti, tuje kuhinje in estetizacija prehranjevanja so v zadnjih desetih letih (oziroma v obdobju pred gospodarsko krizo) lahko postali bolj vsakdanji zaradi boljše in raznovrstnejše ponudbe v

restavracijah in trgovinah ter tudi zaradi finančne dostopnosti mednarodnih potovanj, zato ni nujno, da še vedno dobro razlikujejo med skupinami z različnimi vrednotami. Ko se namreč neka praksa razširi in povsakdanji, lahko izgubi razlikovalno ideološko moč. Za potrošnike ekološko pridelanih živil v Nemčiji so konec osemdesetih let ugotovili, da se delež tistih, ki so te vrste potrošniki zaradi specifičnih vrednot, zmanjšuje. Že leta 2000 je bil njihov glavni motiv skrb za zdravje; le pri manjšini je bilo nakupovanje še konstitutivni element življenjskega sloga. So jih pa še vedno določale socialnodemografske značilnosti, saj so bili starejši in premožnejši od potrošnikov konvencionalnih živil (Roder 1997 in Bruhn 2000 v von Alvensleben 2001: 86).

Razširjenost neke prakse ne pomeni nujno tudi samodejnega zmanjšanja njenega socialnorazlikovalnega potenciala. Bennet in sodelavci (2009: 164–167) za Veliko Britanijo, okolje z domala neskončno ponudbo etnične hrane, poročajo o razrednih razlikah v okusu za restavracije in tuje kuhinje. Tam glavni obrok vsaj enkrat mesečno jesta zunaj (torej ne doma) dve tretjini prebivalstva, nižji razredi pa zunaj jedo manj pogosto in v drugačnem tipu restavracij. Denimo »fish and chips« je še vedno priljubljen med delavstvom, a ničvreden pri izobraženih in starejših profesionalcih. Restavracije s tujimi kuhinjami obiskujejo v vsakem razredu, a v vsakem drugem in v višjih vedo o teh kuhinjah več. Implicitna hierarhija okusa teče od restavracij z eksotično tujo kuhinjo na vrhu prek restavracij s priljubljeno tujo kuhinjo (italijanska, mehiška), pubov in indijskih restavracij, ki jim sledijo restavracije s hitro hrano, obrati s kitajsko in indijsko hrano za s seboj ter obrati »fish and chips«, do uličnih stojnic s hamburgerji na dnu hierarhične lestvice. Omeniti velja nelagodje oziroma bojazen do obiskovanja restavracij, ki so jo raziskovalci zaznali pri delavcih (zlasti pri moških), ki so poleg tega stežka opisali in utemeljili svoj okus za restavracije ter kriterije za izbiro jedi, medtem ko se srednji sloji v restavracijah počutijo kot doma, imajo širše izkustvo in tudi širši nabor želja o tem, kje vse bi radi jedli.

Razlikovalne so tudi prakse pripravljanja hrane v zasebnosti. Murcott (1995: 231) pravi, da sta se v drugi polovici 20. stoletja oblikovali dve nasprotni smeri razvoja kuhanja v zasebnosti: prvo zaznamujejo dvojno obremenjene zaposlene matere, ki jih zanimajo enostavni, hitri in ekonomični načini priprave hrane; za družbene skupine, ki predstavljajo nasprotni trend, pa je na eni strani značilno zanimanje za nove kuharske tehnike in recepte ter na drugi za obujanje starih načinov priprave hrane in tradicionalnih jedi. Tako se na kuhinjskih policah ameriških in angleških srednjih slojev kopičijo kulinarična literatura in kuhinjska oprema z vsega sveta: voki, strojčki za izdelovanje svežih testenin ipd. Avtorica meni, da pri tem ne gre zgolj za vprašanja okusa za hrano, temveč za način preživljanja prostega časa v slojih, ki imajo denar za gospodinje in čistilke; te zanje opravijo vsakdanje, rutinsko delo, zato da se imajo oni čas vedriti in mojstriti v eksotičnih kuharskih tehnikah. Tudi Warde (1997) je v določenih skupinah srednjih slojev opazil naraščajoče zanimanje za kulinariko, hrano pa kot simbolno posrednico identitete. Lepo vedenje pri mizi, poznavanje kulinarike in njenih novosti ter obiskovanje restavracij višji profesionalci uporabljajo kot sredstvo statusnega razlikovanja. Do podobnih izsledkov sta s kolegico Martens prišla tudi v raziskavi o prehranjevanju zunaj doma: da je poskušanje nove, neznane hrane in uži-

vanje v pogovarjanju o njej najbolj značilno za visoko izobražene, premožne in samske ljudi. Ta odnos do hrane se je povezoval tudi z veseljem do kuhanja, nakupovanja hrane in preskušanja receptov. Podobne socialnoekonomske značilnosti sta našla tudi za medsebojne pogostitve med prijatelji: k prijateljem gredo pogosteje na večerjo (ali jih gostijo pri sebi doma) premožnejši, mlajši, samski, visoko izobraženi, ki nimajo otrok in katerih starši so pripadali srednjemu razredu (Warde in Martens 2000: 52, 87–88). Razlike v estetiziranosti odnosa do hrane med družbenimi skupinami je zaznala tudi Deborah Lupton (1996: 144–147). Osebe, ki veliko časa, denarja in razmišljanja namenijo pripravljanju in uživanju hrane, so praviloma dobro izobražene in ekonomsko privilegirane; vedo, kaj je dobro, in imajo denar, da lahko to tudi kupijo. Prisegajo na raznolikost, inovativnost in ustvarjalnost pri pripravi jedi. K sladokusnosti sodijo tudi poznavanje vin, redno obiskovanje uglednih restavracij ter drage kuharske knjige in revije. Kuhanje je prostočasna dejavnost, intelektualni projekt, mesto osebne ustvarjalnosti in samouresničenja, »protistresni« program po napornem profesionalnem delu, je, skratka, nasprotje banalnim in rutinskim vsakdanjim opravilom.

Empirična evidenca kaže, da so ženske tiste, ki se spoznajo na hrano: so spretnejše in skrbnejše nakupovalke hrane kot moški in jo tudi raje kupujejo kot oni; raje kuhajo, obvladajo več kuharskih tehnik in znajo pripraviti več jedi, pri kuhanju in prehranjevanju so bolj naklonjene novostim in estetizaciji prehranjevanja, več vedo o zdravi prehrani in tudi bolje skrbijo zanjo (npr. Charles in Kerr 1988; Gabrijelčič in Blenkuš 2012; Lang in dr. 1999; Miller 1998; Tivadar 2001; Tivadar in Luthar 2005). Pri tem pa velja omeniti zgovorne razlike med moškimi in ženskami z vidika redproduciranja spolnih vlog v skupini *foodijev* (tj. velikih uživačev, ki radi dobro jedo, so izvrstni poznavalci hrane in odlični kuharji), ki jih je odkrila Cairns s sodelavcema (2010): a) iskanje užitka v hrani je tudi pri teh ženskah omejevano z okusom družine, za katero kuhajo; kuhanje je, čeprav jim je v užitek, razumljeno kot nekaj, kar se od njih pričakuje, kot izraz skrbi za družino, medtem ko moški kuhanje za druge, tudi če to počnejo dnevno, dojemajo kot prostočasno dejavnost; b) ženske imajo pri kuhi v mislih tudi skrb za zdravje otrok, moški, ki jih zdravje sploh zanima, pa le skrb zase; c) moški pogosteje kot ženske razumejo kuho kot umetnost, tj. kot estetsko prakso; č) moški bolj kot ženske svoj odnos do hrane izražajo prek kulinaričnega znanja – nenehno študirajo, iščejo nove vire informacij (nekdo si je vzel pol leta, da je naštudiral perfekten recept za limonin sorbet) in svojo ekspertizo delijo z drugimi; d) na tradicionalno ženskem področju moški poskušajo ostati pravi moški tudi tako, da kuhajo »moško« hrano, a na višji ravni, seveda; zgovoren primer je ocvrta svinjska drobovina.

Tudi prakse nakupovanja hrane (glede na vrsto, izvor, način predelave ipd.) se med družbenimi skupinami razlikujejo. Nie in Zepeda (2011: 34) sta na podatkih nacionalne US food consumer survey iz leta 2003 in z instrumentom Food-related lifestyles, vprašalnikom, ki ga je razvil Grunert s sodelavci (1997), identificirala štiri skupine prehranskih življenjskih slogov: racionaliste, pustolovce, brezskrbneže in skupino, v kateri sta se povezala konservativen in nezainteresiran odnos do hrane. Uživanje ekološko in lokalno pridelane hrane je bilo značilno zlasti za skupino pustolovcev (16 odstotkov jih je ekološka živila kupovalo redno, 46 občasno; največ od vseh skupin

jih je kupovalo na tržnicah), ki so jo zaznamovali tudi skrb za okolje, informiranost o okoljskih temah in ekološkem kmetijstvu, dejavna skrb za zdravo prehrano, redna telesna vadba in veliko veselje do kuhanja. To je bila od vseh najbolj izobrazena skupina, ki pa ni bila tudi najpremožnejša (to so bili racionalisti), imela je nadpovprečno število žensk in članov/-ic manjšinskega etničnega porekla. Nie in Zepeda (prav tam) ugotavljata, da je izobrazba ključnega pomena pri nakupih ekološko (in lokalno) pridelane hrane.

Podobno na podlagi pregleda raziskav o socialnodemografskih značilnostih potrošnikov ekološko pridelane hrane sklepata tudi Dimitri in Dettmann (2012: 1158). Trdita, da je edina spremenljivka, ki jo kot pomembno prepoznava domala vsaka raziskava, izobrazba – ljudje z višjimi stopnjami izobrazbe so bolj verjetno kupci ekološko pridelane hrane. Ugotovitve o vplivu drugih spremenljivk, kot so prisotnost otrok v gospodinjstvu, etnična pripadnost in celo dohodek, pa si nasprotujejo. Razlogi za to so lahko v raziskovanju na raznih neverjetnostnih vzorcih, v različnih razvojnih fazah tržne ponudbe v različnih državah in v osredotočenosti na en sam izdelek (npr. samo na ekološko pridelana jabolka). Pomemben razlog je lahko tudi neupoštevanje obsega oziroma raznolikosti ponudbe ekološko pridelanih živil na posameznih lokacijah. Zato sta v svoji raziskavi te pomanjkljivosti poskušali preseči in na podatkih »2006 Nielsen Homescan«, ki vključujejo podatke o nakupih in socialnodemografskih značilnostih 41.000 gospodinjstev v ZDA (gospodinjstva deset zaporednih mesecev skenirajo račune svojih nakupov), ugotovili tole: verjetnost nakupa ekološko pridelane hrane (v analizo sta vključili sadje, zelenjavo in mleko) narašča z izobrazbo in dohodki ter je večja pri poročenih in tistih, ki živijo blizu trgovine s tovrstno ponudbo (v radiju do 8 kilometrov) (Dimitri in Dettmann 2012: 1173–1174).

V tem prispevku bomo skušali odgovoriti na vprašanje, kakšna je kultura prehranjevanja v dveh največjih slovenskih mestih oziroma kakšni so prehranski vzorci ljudi, ki živijo v Ljubljani in Mariboru. Zanimalo nas bo, kako so ti vzorci strukturno pogojeni ter kako hrana in prehranske prakse razlikujejo družbene skupine, če jih sploh.

## 2 Metoda

### 2.1 Način zbiranja podatkov, čas anketiranja in opis vzorca

Podatke za analizo smo pridobili z raziskavo Medijska potrošnja, razred in kulturna stratifikacija, ki jo je finančno omogočila Agencija RS za raziskovanje. Vzorčni okvir raziskave je bil Centralni register prebivalstva (CRP), iz katerega smo izbrali osebe, starejše od 18 let, ki imajo stalno prebivališče v mestni občini Ljubljana ali mestni občini Maribor. Vzorec raziskave je bil enostavni slučajni. Terenska faza raziskave je potekala od 1. decembra 2009 do 15. februarja 2010. Zbiranje podatkov na terenu je opravilo podjetje Mediana. Anketiranje je bilo osebno in je potekalo na anketirančevem domu. Uspešno je bilo anketiranih 820 oseb.

## 2.2 Opis vprašanj o odnosu do prehranjevanja, kuhanja in obiskovanja restavracij

Vprašalnik je vključeval spremenljivke o prehranjevanju, ki so bile po dotedanjih slovenskih in tujih raziskavah dobro povezane s kulturnim in ekonomskim kapitalom:

- 1) skrb za zdravo prehrano: spraševali smo po pogostosti uživanja zelenjave, mesa, mesnih izdelkov, svežih rib, olivnega olja, jogurta z manj maščobami, piva, vina in alkoholnih pijač (npr. »Kako pogosto uživata zelenjavo?«). Možnosti odgovorov so bile prilagojene vrsti živila – pri zelenjavi so se gibale na 6 stopenjski lestvici od »nikoli« do »trikrat na dan ali več«, pri alkoholnih pijačah pa na 5 stopenjski lestvici od »nikoli« do »dnevno«. Vprašali smo tudi, katera vrsta čokolade jim je najljubša – črna, mlečna ali bela;
- 2) nakupovanje ekološko pridelane hrane: »Ali kdaj kupujete ekološka živila?«; 5 stopenjska lestvica od »nikoli« do »vsaj enkrat tedensko«;
- 3) vegetarijanstvo in odnos do njega: merili smo ju a) s serijo vprašanj s 6 stopenjsko lestvico o pogostosti uživanja belega/rdečega mesa/rib, jajc, mleka/mlečnih izdelkov in medu ter z razlogi za njihovo neuživanje in b) z vprašanji o tem, kaj menijo o vegetarijanstvu odraslih ljudi ter posebej o odločitvi staršev, da svojih otrok ne hranijo z mesom in/ali mlekom;
- 4) estetiziranost/formaliziranost prehranjevanja: vprašali smo po uporabi prtičkov pri jedi, menjavanju krožnikov med hodi, uživanju pijač iz ustreznih kozarcev in kdaj začnejo jesti, če so v družbi; 5 stopenjska lestvica od »v celoti ne velja zame« do »v celoti velja zame«;
- 5) poznavanje določenih živil: vprašali smo, v katero skupino živil sodijo ingver, topinambur, brie, liči, čičerika, kumkvat, pekorino in vasabi. Na voljo so bili naslednji odgovori: »vrsta zelenjave«, »vrsta sira«, »začimbna rastlina/začimba«, »vrsta ribe«, »vrsta sadja« in »ne vem«;
- 6) pri obiskovanju restavracij in ob domačih pogostitvah sta nas zanimali pogostost praks in odnos do njiju:
  - »Kako pogosto jeste v gostilni oziroma restavraciji?« in »Kako pogosto povabite domov na večerjo svoje prijatelje? Ne upoštevajte povabil sorodnikov.«; 5 stopenjska lestvica od »nikoli« do »vsaj enkrat na teden«;
  - »Tudi če bi bil/-a premožnejši/-a, ne bi obiskoval/-a dragih restavracij«; 5 stopenjska lestvica od »sploh se ne strinjam« do »popolnoma se strinjam«;
  - »Denimo, da bi naslednjo soboto povabili nekaj ljudi domov na večerjo. Kaj se vam zdi bolj pomembno, da bi se vaši gostje do sitega najedli domače hrane ali da bi jim postregli kakšno novo, neobičajno jed?«;
  - Vprašali smo tudi, kako verjetno je (6 stopenjska lestvica od »zagotovo ne« do »zagotovo« ter »ne jem zunaj« in »ne poznam«), da bi ob posebni priložnosti izbrali katero od restavracij, ki smo jih našli, in sicer: a) v Ljubljani: kitajska restavracija, Pen klub, Pod lipo, Sushimama/Shambala, JB/Hana/Cubo/Maxim, katera od restavracij z jugoslovansko kuhinjo; picerija/špagetarija, McDonalds, restavracija v nakupovalnem centru, domače gostilne v okolici Ljubljane (npr. Pšata, Mihevc,

- Pirc); b) v Mariboru: kitajska restavracija, kot je npr. Tanggao in podobne, Pec, Villa Rustica, Ancora, restavracija v nakupovalnem centru, Šiker, Anderlič, McDonalds, Gril Ranca, Rožmarin/Pri Florjanu;
- 7) cenovni razred trgovin za večje nakupe hrane: »Kje, v kateri trgovini, opravljate večje nakupe hrane?«;
  - 8) delitev dela pri vsakdanjem kuhanju: »Kdo v vašem gospodinjstvu je v največji meri odgovoren za vsakdanje kuhanje?«

## **2.3 Metode analize podatkov**

### **2.3.1 Hierarhično razvrščanje v skupine**

Glavni namen analize je bil ugotoviti, v koliko homogenih in med seboj dobro ločenih skupin lahko razdelimo anketirance na podlagi njihovih prehranjevalnih navad ter odnosa do prehranjevanja. Segmentacijo smo opravili z Wardovo metodo hierarhičnega združevanja enot v skupine, ne da bi vnaprej postavili kakršnekoli pogoje glede števila, velikosti ali vsebine skupin. Podobnost med enotami smo izmerili z evklidsko razdaljo. Optimalno število skupin smo določili z analizo ravni združevanja v drevesu združevanja, t. i. dendrogramom, in na podlagi teoretskega/vsebinskega premisleka (Ferligoj 1989; Kropivnik 1997).

Pri procesu hierarhičnega združevanja smo od zgoraj opisanih spremenljivk uporabili jedro prehranskih spremenljivk, ki so glede na teorijo in ugotovitve predhodnih raziskav, predstavljenih v uvodu, vsebinsko ključne in najbolj razlikovalne. To so: skrb za zdravo prehrano, nakupovanje ekološko pridelane hrane, pogostost prehranjevanja v gostilnah, estetiziranost in formaliziranost prehranjevanja, delitev dela pri vsakdanjem kuhanju, cenovni razred trgovin za večje nakupe hrane, pogostost vabljenja prijateljev na večerjo, želja po obiskovanju dražjih restavracij. Vse te spremenljivke so bile glede na mersko raven vsaj dobre ordinalne ali pa jih je bilo mogoče v take spremeniti naknadno. Tako npr. nismo mogli vključiti vprašanj, ki so spraševala po poznavanju živil, saj je odgovor nanje lahko samo pravilen ali nepravilen. Prav tako nismo vključili vprašanj o okusu za restavracije, saj nekaterih restavracij ni poznalo tudi 20 ali več odstotkov anketiranih, kar je povzročilo prevelik izpad enot. Nepoznavanje je sicer indikativno in je pomembna informacija z vidika socialnih razlik, zato smo ga analizirali v nadaljevanju.

V naslednjem koraku smo ugotavljali značilnosti skupin. V vsaki skupini posebej smo primerjali povprečno stopnjo strinjanja z vsako posamezno trditvijo (oziroma pogostost nečesa) s skupnim povprečjem. Na tej podlagi smo ugotovili, kako in koliko se posamezna skupina razlikuje od celotnega vzorca, kar je vodilo v končni sklep, da se v podatkih dovolj prepričljivo kažejo štiri večje skupine prehranskih praks oziroma štirje odnosi do prehranjevanja. Te štiri skupine, določene na osnovi jedra prehranskih spremenljivk, smo s primerjavami povprečij ali deležev odgovorov po skupinah opisali še z dodatnimi (pri razvrščanju neupoštevanimi) spremenljivkami iz iste raziskave, ki so glede na ugotovite vrste raziskav, opisanih v uvodu, povezane z jedrom prehranskih spremenljivk: a) prehranske spremenljivke, ki jih zaradi merske ravni nismo uvrstili

v razvrščanje, b) klasične socialnodemografske značilnosti, c) vrednote, č) odnos do zdravja, d) okus za televizijske vsebine in glasbo ter e) tehnična opremljenost gospodinjstva.

### **3 Rezultati in razprava**

#### **3.1 Kaj nam povedo odgovori anketiranih**

##### **3.1.1 Skrb za zdravo prehrano**

Spraševali smo samo po »indikatorskih« živilih, katerih (nadpovprečno pogosto) uživanje implicira dvojje – skrb za zdravje in njeno finančno zmožnost oziroma obratno, a ne v vseh primerih (mesni izdelki veljajo večinoma za nezdrave, a so praviloma dragi; tudi uživanje boljšega mesa, ki je razmeroma drago živilo, velja za nezdravo, če je prepegosto). V skladu s trenutno veljavno medicinsko doktrino bi bilo treba zelenjavo uživati pri vsakem obroku, a to početa komaj 2 % anketiranih; večina anketiranih jo uživa od 2- do 6-krat tedensko. Sveže ribe so na jedilnikih redko, saj je kar 75 % anketiranih odgovorilo, da jih uživajo tedensko ali manjkrat, 12 % pa jih ne uživa nikoli. Mesa nikoli ne uživa 2 % anketiranih (to je torej tudi približen odstotek vegetarijancev), 7 % ga uživa redko, preostalih 90 % pa vsaj dvakrat tedensko. Bolj razpršeno in manj razširjeno je uživanje salam, klobas ipd., kar je verjetno posledica dragosti in avreole nezdravosti, ki jih obdaja (sol, maščobe). Ikonični živili zdravega življenja – jogurt z manj maščobami in olivno olje – se uživata praktično enako pogosto – nekoliko poenostavljeno lahko rečemo, da ju nikoli ne uživa skoraj 20 % urbanega prebivalstva, kar morda v nadaljevanju analize obeta ugotovitev zanimivih razlik v ekonomskem in kulturnem kapitalu. K zdravemu življenju (z manj očitki pri predajanju zemeljskim užitek) sodi tudi črna čokolada, ki je najljubša 30 % anketiranih, medtem ko ima večina najraje mlečno. Nakazuje ta podatek velikost skupine, ki živi zdravo? Podatki o uživanju alkohola so nizki in verjetno podporočani, saj večina odgovarja, da ga uživa kvečjemu občasno (57 % pivo, 68 % vino in 45 % žgane pijače), in ne vsaj enkrat tedensko ali celo dnevno, kar bi pričakovali glede na statistične podatke o porabi alkohola v Sloveniji; registrirana poraba čistega alkohola v litrih na odraslega prebivalca (starega 15 let in več) v Sloveniji je bila leta 2009 10,5 litra (Kovše 2010).

##### **3.1.2 Nakupovanje ekološko pridelane hrane**

Večina anketiranih vsaj občasno kupi kakšno ekološko pridelano živilo, a le 15 % redno, tj. tedensko.

##### **3.1.3 Vegetarijanstvo in odnos do njega**

2,4 % anketiranih nikoli ne uživa mesa, kar lahko razumemo tudi kot odstotek vsaj lakto-ovo vegetarijancev. Poleg prakticiranja vegetarijanstva nas je zanimal tudi odnos do njega. Razumeli smo ga kot kazalnik odprtosti, nedogmatičnosti, sprejemanja nevečinskih praks, kar je praviloma značilnejše za ljudi z večjim kulturnim kapitalom. Podatki kažejo, da vegetarijanstvo odraslih ljudi podpira samo 10 % anketiranih, vsem



drugim pa se zdi to na neki način nerazumna odločitev in jo kvečjemu tolerirajo. Zlasti nerazumno se jim zdi vegetarijanstvo otrok. Podobno kot mnogim sicer navidez svobodomislenim ljudem, ki »nimajo nič proti homoseksualnosti«, spodsne pri vprašanju istospolnih posvojitve, se zgodi pri vprašanju o razumnosti vegetarijanstva pri otrocih. Vprašanje zdravja in koristi otrok očitno presega potrebo po politični korektnosti; to je preresno vprašanje, da bi se človek ob njem še naprej pretvarjal, da ni konservativen (mimogrede, samo 5 % anketiranih je odgovorilo, da se politično uvrščajo med konservativce).

### **3.1.4 Estetiziranost/formaliziranost prehranjevanja**

Ljudje v splošnem menijo, da so poleg okusa jedi pomembni tudi njen videz, postrežba in bonton pri mizi. Koliko pa to zares udejanjajo v intimi svojih domov? Srednje. So pa v večini močno zanimali, da začnejo jesti pred drugimi. Anketiranci sicer različno skrbijo za estetski vidik prehranjevanja, kar nakazuje, da je estetiziranost in formaliziranost prehranjevanja eden od dejavnikov, ki bi lahko pomembno razlikoval med skupinami.

### **3.1.5 Pogostitve prijateljev in obiskovanje gostiln**

Prijatelje pogosto, tj. vsaj enkrat na mesec, gosti 22 % vprašanih, 60 % pa jih najraje postreže z domačo hrano, ki jih dobro nasiti. Obiskovanje gostiln je pogostejša praksa; enkrat mesečno ali večkrat je v gostilni 44 % vprašanih. Okus za gostilne je večinoma nezahteven in »gospodaren«. Na vprašanje o tem, v katero od naštetih gostiln bi želeli ob posebni priložnosti, bi večina Mariborčanov izbrala restavracijo in picerijo Ancora ali (»malo boljše«) picerijo ali špagetarijo Rustica, večina Ljubljancev pa domače gostilne v okolici Ljubljane ali katero od restavracij z jugoslovansko kuhinjo. Gostilne s sodobnejšo ponudbo, kot sta Rožmarin in Florjan v Mariboru, oziroma eksotično kuhinjo, kot so Sushimama in Shambala in druge (npr. Pec, JB, Cubo), bi ob posebni priložnosti zagotovo izbralo kvečjemu 5 % anketiranih.

### **3.1.6 Poznavanje živil**

Tako kot je znanje o umetnosti del kulturnega kapitala, je lahko poznavanje živil del kulinarичnega. Poznavanje živil smo preverjali s seznamom po naši oceni bolj oziroma manj dobro znanih tujih živil, ki niso del običajne prehrane v Sloveniji. Naše domneve, da bodo ingver, liči, čičerika in brie bolje poznani kot topinambur, kumkvat in vasabi, so se pokazale za pravilne, četudi je bilo za urbano okolje tudi poznavanje teh manjše od pričakovanega; čičeriko, brie in ingver denimo poznata slabi dve tretjini anketiranih. Presenetilo nas je tudi nepoznavanje pekorina, vrste sira, ki ga v številnih različicah dobiš v domala vsakem hipermarketu. Koliko ljudi pozna vasabi in pekorino vsaj toliko, da ju znajo umestiti med začimbe/začimbne rastline oziroma sir? Približno toliko, kot jih prepozna delo (pločevinko paradižnikove juhe) Andyja Warhola, torej manj kot desetina.

### **3.1.7 Cenovni razred trgovin za večje nakupe hrane**

Večina anketirancev (71,2 %) kupuje v najdražjih trgovinah, Mercatorju in Sparu (z izjemo Maximarketa v Ljubljani), ki pa imata tudi najbolj razvejano mrežo poslovalnic po državi. Danes, dve leti po anketiranju, v času resne gospodarske krize, naraščanja cen in kopnenja prihrankov, bi bil – vsaj na podlagi vsakdanje empirične evidence – odstotek tistih, ki nakupujejo v tujih diskontih, bistveno višji. Kam lahko gre po nakupih vse revnejši urbani srednji razred? V tej raziskavi je o nakupovanju v tujih diskontih poročalo 12 % anketirancev.

### **3.1.8 Delitev dela pri vsakodnevem kuhanju**

Vsakodnevno kuhanje ostaja spolno obarvano – v 60 % gospodinjstev to delo opravi ženska-žena-mati. Tudi odgovor »kdorkoli ima čas« je bil izbran razmeroma pogosto (30 %), a bi lahko bil tudi posledica oklepanja utvare o enakopravni delitvi dela med spoloma.

## **3.2 Opis skupin prehranskih praks oziroma štirih odnosov do prehranjevanja**

Na podlagi statističnih in vsebinskih kriterijev, opisanih v poglavju 2.3, smo oblikovali štiri skupine ljudi, ki smo jih poimenovali: a) aspirativni tradicionalisti, b) socialno ogroženi tradicionalisti, c) zdravstveno ozaveščeni in družbeno odgovorni hedonisti ter č) urbano adaptirani tradicionalisti. Poimenovali smo jih na osnovi interpretacije njihovih značilnosti glede jedra prehranskih spremenljivk ob upoštevanju razumevanja značilnosti glede dodatnih spremenljivk.

### **3.2.1 Aspirativni tradicionalisti (26,6 %)**

Skupino, ki zajema 27 odstotkov vzorca, smo poimenovali aspirativni tradicionalisti. Zanje je značilno, da ne skrbijo za zdravo prehranjevanje; formalnim vidikom prehranjevanja, kot so uporaba prtičkov, uporaba za posamezno pijačo ustreznih kozarcev ipd., ne namenjajo velike pozornosti. Najmanj med skupinami se zmenijo tudi za soobedovalce, saj jih bolj kot vljudnost skrbi, da se jim ne ohladi hrana na krožniku. Videti je, da je priprava hrane v tej skupini zelo instrumentalizirana; namenjajo ji malo pozornosti, o njej imajo malo vedenja. To ni povezano samo s slabšim gmotnim stanjem skupine, ampak tudi s pomanjkanjem zanimanja za hrano in kuhanje. Hrano razumejo kot gorivo za telo, za zadovoljevanje predvsem fizičnih potreb, zato tudi njeno pripravo dojemajo podobno, torej kot obvezo, nujno zlo. Za kuharske oddaje denimo kažejo najmanj zanimanja. Kuhanje pa je v tej skupini domena predvsem žensk. To je v skladu z njihovim siceršnjim tradicionalnim pogledom na vlogo žensk v družbi, saj bolj kot v drugih skupinah žensko vidijo primarno v vlogi gospodinje in matere. Med hrano, ki jo uživajo, nadpovprečno prevladujejo meso in mesni izdelki. Hrano nakupujejo v večjih trgovinah nižjega cenovnega razreda, ekološki vidik jih ne zanima. Zunaj jedo redko, nekajkrat na leto. Najljubše so jim gostilne s pretežno mesno ponudbo – jugoslovanska kuhinja, nato pa picerije in špagetarije. Zanimivo je, da je ta skupina v primerjavi z ostalimi najmočneje izrazila preferenco po praznovanju v dragih

gostilnah. To bi morda lahko interpretirali podobno kot njihovo željo po kupovanju dragih oblačilnih blagovnih znamk, in sicer kot aspiracije po boljšem družbenem statusu in izraz razkazovalne potrošnje. Sočasno se jim zdi praznovanje v McDonaldsu in v restavraciji v nakupovalnem centru, ki jih sicer zavračajo, manj nesprejemljivo, kot bi pričakovali glede na preferenčni izbor restavracij. A glede na ostale lastnosti skupine, ki jih bomo opisali v nadaljevanju, to nasprotje ni presenetljivo.

Videti je, da skupina nima jasno oblikovanega sebi lastnega sloga, da občasno dvomi o svojem okusu in da se na področju potrošnje čuti manj kompetentna. Pripadniki te skupine se zdijo bolj sledilci, prepuščeni toku, kot kažejo podatki v nadaljevanju. Svoje znanje o umetnosti in klasični glasbi nadpovprečno ocenjujejo kot slabo, zato menijo, da v njej ne morejo uživati. Tudi umetnost, ki jo financira država, ni zanje oziroma za »običajne ljudi«. Radi imajo nanizanke, denimo Lepo je biti sosed in Razočarane gospodinje; vsebine informativne in izobraževalne narave jih manj zanimajo. Najraje poslušajo slovenski turbofolk in narodnozabavno glasbo. Hkrati menijo, da se o okusu ne da presojati; da ni jasnih kriterijev, ki bi glasbo lahko opredelili kot dobro ali slabo; nadalje, da naj si vsak pobarva fasado, kot si želi, pa tudi, da je vsak zase najboljši »arhitekt«. Tu se kaže dokaj slaba estetska pismenost skupine. To indicira tudi nadpovprečno strinjanje z zapravljanjem za drage oblačilne blagovne znamke, četudi je skupina med slabše gmotno preskrbljenimi. Drage blagovne znamke so lahko tudi bližnjica do »dobrega okusa« oziroma simbol zanj; pomembnejšo vlogo lahko igrajo pri ljudeh, ki ne zaupajo lastni presoji pri izbiri oblačil, zlasti če so ta del njihove razkazovalne potrošnje. Podobno kot druge skupine ocenjujejo, da lepe materialne stvari (obleke, avto in stanovanje) zvišujejo samozavest. Hkrati pa se s svojim telesom, s svojo psihofizično kondicijo ukvarjajo manj kot druge skupine. V primerjavi z ostalimi jih je najmanj skušalo kdaj shujšati, največ je takih, ki niso še nikoli obiskali kozmetičnega salona, pa tudi rekreirajo se manj od povprečja. To je skladno z njihovim mnenjem, da za svoje zdravje niso najbolj odgovorni sami. Nasploh je videti, da je ta skupina najbolj razbremenjena občutka lastne odgovornosti za stanje, v katerem se nahajajo. Zanima jih predvsem zdaj, manj jih zanima prihodnost, verjetno tudi zaradi slabšega gmotnega položaja in s tem povezane ranljivosti, morda celo brezperspektivnosti. To indicira tudi njihovo mnenje, da naj ima gospodarska rast prednost pred skrbjo za okolje. Preveč imajo skrbi z izboljšanjem svojega trenutnega položaja, da bi lahko razmišljali o skrbeh, ki jih prinaša prihodnost.

Na počitnice gredo redko; dve tretjini članic/članov skupine največ enkrat na leto, če sploh. Cenijo nakupovanje v tujini; mnogim članicam in članom skupine nakupovanje v tujini predstavlja kakovost življenja. Prek potrošnje ljudje pogosto izražajo svoje aspiracije po boljšem družbenem položaju. Hkrati pa lahko potrošnjo razumemo tudi kot obliko navidezne družbene participacije – bolj kot so družbene skupine odrinjene na rob družbe, bolj pomembne postanejo zanje množične prakse, »kar počnejo vsi« – kot je denimo nakupovanje; preživljanje časa v nakupovalnih centrih je na videz inkluzivno, daje občutek vključenosti, sodelovanja v družbenih dejavnostih ipd.

Aspirativni tradicionalisti izražajo največje strinjanje s trditvijo, da je Slovenija pretirano podeželska in da bi bilo vznemirljivo imeti kakšno res veliko mesto. A živeli

tam ne bi. Če bi lahko izbirali sami, bi se le ena četrtnina odločila za življenje v večjem mestu, več kot ena tretjina pa za življenje izven naselja ali na vasi. Največ članov/članic te skupine živi v Mariboru. V njej prevladujejo moški, več kot druge skupine ima anketirancev z nedokončano osnovno šolo, več kot v drugih skupinah jih ima kvečjemu srednješolsko izobrazbo. Nižja izobraženost je deloma povezana z večjim odstotkom še šolajočih se (v skupini je namreč 14 % dijakov in študentov), deloma pa tudi s slabšo izobraženostjo njihovih staršev (63,3 % anketiranih ima očeta z največ nižjo ali srednjo poklicno izobrazbo in več kot v drugih skupinah se jih samouvršča v nižji socialnoekonomski sloj). V primerjavi z drugimi skupinami je ta najmlajša, uporabno znanje angleškega jezika pa je pri njej najslabše. Morda to vpliva na to, da podpovprečno uporabljajo internet, tudi svojo večšost uporabe interneta ocenjujejo najslabše. Četudi so v določenih stališčih manj konservativni kot varčni tradicionalisti, včasih celo manj kot urbano adaptirani tradicionalisti, imajo najbolj odklonilen odnos do homoseksualcev in tujcev, zlasti priseljencev in tujih delavcev. Slednjemu verjetno botruje odpiranje mej za migriranje cenejše tuje delovne sile ter posledično zaznava večje konkurenčnosti in potencialne nevarnosti za izgubo delovnega mesta kot pri članih in članicah drugih skupin. Odpor do tujih priseljencev je praviloma povezan z odpori do drugih »drugačnosti«. Take skupine so najbolj občutljive za hujskajoče desne politike, saj imajo poleg slabše izobrazbe tudi malo možnosti za bistveno spremembo svojega družbenega položaja, zato se počutijo bolj ogroženi še za tisto, kar že/še imajo.

### **3.2.2 Socialno ogroženi tradicionalisti (32,3 %)**

Izbiro hrane socialno ogroženim tradicionalistom narekuje potreba po varčnosti, a večjih nakupov ne opravljajo pretežno v diskontih, temveč v trgovinah srednjega cenovnega razreda. Ekoloških živil praviloma ne kupujejo. Živila, ki veljajo za zdrava, so redko na njihovem jedilniku; tudi zelenjavo uživajo manj kot v drugih skupinah. V njihovi vsakdanji prehrani prevladujejo meso in mesni izdelki, zato ne preseneča, da so vegetarijanstvu v večini nenaklonjeni, do vegetarijanstva otrok pa celo zelo odklonilni. Na splošno je njihova razgledanost na področju prehrane slaba; ta skupina ima v primerjavi z drugimi najmanj kulinaričnega kapitala.

Druženja ob hrani, na primer v obliki povabila prijateljev domov na večerjo, je v tej skupini občutno manj kot v drugih. Člani te skupine od vseh najbolj poredko jedo zunaj. V gostilni jedo še manjkrat kot v prvi skupini; v povprečju manj kot enkrat na tri mesece. To gre med drugim pripisati veliki cenovni občutljivosti anketirancev. V tej skupini glavnina anketirancev pripada razredu rutinskih delavcev in nižjih uslužbencev, več kot polovica skupine ima srednjo strokovno ali nižjo izobrazbo. V primerjavi z drugimi skupinami je v tej več brezposelnih in upokojencev. Imajo najnižje mesečne dohodke med skupinami, najnižje ocenjujejo tudi svoj materialni položaj. Najmanj od vseh skrbijo za estetiko vsakdanjega prehranjevanja, pa tudi bontonskim pravilom za mizo ne pripisujejo posebnega pomena. Morda je to povezano tudi s tem, da ta skupina navzgor odstopa po številu samskih, nikoli poročenih in vdovcev (ki torej praviloma jedo sami). Samski, zlasti v nižjih socialnoekonomskih slojih, veljajo za bolj ranljive od ljudi, ki živijo v veččlanskih gospodinjstvih. Od tod verjetno izvira njihov občutek,

da morajo varčevati; večjo varčnost lahko interpretiramo tudi kot investicijo za »slabe čase«, da bodo lahko poskrbeli zase tudi v prihodnosti, če bo šlo kaj narobe. Tudi na počitnice gredo redko, skoraj tretjina pa nikoli. Varčnost pri potrošnji ni povezana samo s finančnimi zmožnostmi, ampak tudi s kulturnim kapitalom. Svoje šibkosti v kulturnem kapitalu se »varčni tradicionalisti« očitno zavedajo; za področje umetnosti in klasične glasbe, denimo, celo ocenjujejo, da imajo premalo vedenja, da bi v njiju lahko uživali. Podobno kot na področju prehranjevanja so tudi na drugih področjih estetsko neobčutljivi; videz jim je manj pomemben tako pri osebni garderobi kot pri opremljenosti stanovanja. Podobno neobčutljivi so tudi pri izbiri medijskih vsebin. Tam prevladujejo neotradicionalni vzorci. Bolj kot članom ostalih skupin so jim vseč pogovorno-varieteske oddaje, resničnostna televizija in nadaljevanke nacionalne produkcije. Tudi na področju glasbe kažejo podobne preference; bolj kot ostalim so jim vseč slovenski turbofolk, slovenska narodnozabavna glasba, pa tudi pop glasba. Njihov »kulturni nacionalizem« je v sozvočju z njihovimi siceršnjimi vrednotnimi orientacijami, ki so tradicionalne, med skupinami najbolj nacionalistične in konservativne. Kakovost življenja bolj kot ostale skupine povezujejo z domačimi opravili in dejavnostmi, ki so vezane na dom, denimo gledanje televizije. Med vsemi skupinami je v tej skupini najmanj takih, ki znajo kak tuj jezik (vključno z jeziki bivše Jugoslavije) tako dobro, da bi lahko brez težav spremljali film brez podnapisov ali v kateremkoli tujem jeziku napisali neformalno pismo.

V splošnem bi lahko rekli, da so od vseh skupin najmanj urbani, in tudi če bi lahko sami izbirali, kje bi živeli, bi se skoraj polovica (46,9 %) odločila za življenje na vasi ali na samem.

### **3.2.3 Zdravstveno ozaveščeni in družbeno odgovorni hedonisti (29,2 %)**

Tej skupini je kakovost hrane zelo pomembna. V primerjavi z ostalimi nadpovprečno uživajo živila, ki veljajo za zdrava, bolj kot ostali opuščajo meso in mesne izdelke, najbolj pa izstopajo po kupovanju ekoloških živil. Nakupe hrane opravljajo v manjših trgovinah in trgovinah višjega cenovnega razreda. Tudi stilskim vidikom prehranjevanja namenjajo veliko pozornosti; bontonu za mizo pa so zavezani najbolj med skupinami. Radi se družijo ob hrani; najpogosteje med vsemi jedo v gostilni ali restavraciji, večkrat letno pri sebi doma skuhamo tudi za prijatelje. Takrat bolj kot ostali povabljeni goste radi postrežejo s kakšno novo, neobičajno jedjo. Da radi kuhajo in s hrano eksperimentirajo, kaže tudi njihova nadpovprečna naklonjenost kuharski oddaji z Novakovimi. Poznavanje netradicionalnih kuharskih sestavin je med članicami in člani te skupine najboljše. Tudi pri izbiri gostiln so nekoliko bolj naklonjeni tujim kuhinjam, denimo azijski, kot v ostalih skupinah, a če bi izbirali gostilno za praznovanje, bi se najraje zapeljali iz mesta v kakšno domačo gostilno v okolici. Izrazito pa od ostalih skupin izstopajo v nenaklonjenosti prehranjevanju v McDonaldsu in restavraciji nakupovalnega centra. Uživanje v hrani in ob njej ta skupina združuje s skrbjo za telo in zdravje. V tem smislu so najbolj postmoderni od vseh naštetih. Izražajo največji občutek individualne odgovornosti za zdravje, izkazujejo izrazito skrb pri izbiri hrane, pa tudi skrb za psihofizično aktivnost. Hkrati najbolj med vsemi izražajo tudi skrb za varovanje naravnega okolja. Nadpovprečno se rekreirajo, največ jih nadzoruje telesno težo, največ jih obiskuje kozmetičarka.

Naklonjenost novostim v prehranjevanju je skladna z njihovo siceršnjejo odprtostjo. Svetovnonazorsko so najbolj liberalni in tudi najbolj naklonjeni novostim. Dovzetni so za novodobne pristope k zdravljenju oziroma duhovnosti: med vsemi skupinami najpogosteje prakticirajo alternativne prakse zdravljenja, meditacijo, astrologijo, jogo ipd. Člani te skupine se opredeljujejo za bolj srečne kot v drugih skupinah; bolj kot vsi ostali menijo, da lahko sami odločajo o svojem življenju, pa tudi da odgovornost za svoje življenje in (ne)uspeh nosi vsak sam. Tu se kaže izrazit individualizem in ponotranjene neoliberalne vrednote. Svojega dobrega družbenega položaja se zavedajo, saj se na družbeni lestvici med vsemi najvišje uvrščajo. Skupina ima največ ekonomskega kapitala in je najbolj izobražena. Več kot tretjina jih ima najmanj visokošolsko univerzitetno izobrazbo, kar je za 13 odstotnih točk več kot v celotnem vzorcu. Prav tako ima ta skupina nadpovprečno izobražene starše. Med vsemi je ta skupina najbolj polno zaposlena, ima največji delež najvišjih zaposlitvenih položajev, višjih menedžerjev in direktorjev. Teh je približno petkrat toliko kot v skupini urbano adaptiranih tradicionalistov in približno dvakrat toliko kot pri prvih dveh skupinah. Njihovi dohodki so med najvišjimi med skupinami, imajo največ nepremičnin, njihova gospodinjstva pa so tehnično najbolj opremljena. Poleg izobrazbe izstopajo tudi v ostalih vidikih kulturnega kapitala. V izražanju okusa so najbolj konsistentni. Estetizacija jim je pomembna tako na področju prehranjevanja kot urejanja doma; med vsemi skupinami se počutijo najbolj kompetentne za uživanje v klasični glasbi in umetnosti, pa tudi obiskovanju muzejev/galerij ter spremljanju medijskih vsebin o kulturi in umetnosti so naklonjeni bolj kot drugi. Obiskovanje gledaliških predstav in koncertov članom te skupine pogosteje pomeni kakovost življenja kot v drugih skupinah. So nadpovprečni potrošniki džeza, klasične glasbe in alternativnega roka ter najbolj odklonilni do narodnozabavne glasbe in neotradicionalnih medijskih vsebin. Prostor do širšega nabora kulturne potrošnje jim odpira dobro znanje tujih jezikov. Med vsemi skupinami kažejo največ aktivnega znanja vsaj enega tujega jezika.

V koncept dobrega življenja vključujejo sprehode v naravi v okolici svojega doma ali pohodništvo po slovenskih hribih. A njihov življenjski svet ni omejen na dom in lokalno okolje; zelo cenijo potovanja po Evropi ali v eksotične dežele zunaj Evrope. Dve tretjini jih gre na počitnice vsaj dvakrat na leto. Potovali pa bi še več, če bi imeli na voljo višek denarja. Bolj pogosto članicam in članom te skupine kot drugim kakovost življenja pomenijo aktivnosti, ki niso vezane na dom in ki vključujejo srečevanje z ljudmi iz družabnih razlogov. To lahko interpretiramo kot posledico višjega socialnega kapitala skupine, pa tudi bolj urbanega načina življenja, ki se med drugim kaže tudi z zadovoljstvom z življenjem v mestu. Če bi lahko izbirali sami, bi se jih največ med vsemi skupinami odločilo za življenje v večjem mestu. Skupno bi se jih za življenje v večjem ali manjšem mestu odločilo slabi dve tretjini.

Čeprav je v vseh skupinah vsakdanje kuhanje pretežno delo žensk/žena/mater, pripadniki/-ce te skupine živijo v družinah, kjer je delo doma bolj enakomerno porazdeljeno med člane gospodinjstva. Polovica skupine se izreka za liberalne ali sredinske v političnem smislu. Njihova ocena je skladna s stališči, ki so jih poročali: so najbolj progresivni, urbani in odprti za novosti. Več kot polovica članic/članov te skupine živi v Ljubljani.

### **3.2.4 Urbano adaptirani tradicionalisti (11,8 %)**

To je najmanjša izmed skupin, predstavlja dobro desetino vzorca. Njeni člani in članice uživajo v hrani, a videti je, da jih njena kakovost ne skrbi. Med vsemi skupinami največ pozornosti namenjajo stilskim vidikom prehranjevanja, manj pa dietetskim. Četudi uživajo manj mesa in mesnih izdelkov kot v prvih dveh skupinah, od vseh najbolj verjamejo, da je uživanje mesa za zdravje nujno potrebno. Do vegetarijanstva so načeloma tolerantni, a hkrati je v tej skupini največ takih, ki ga ocenjujejo kot potencialno škodljivo, zlasti za otroke. Skrb za zdravje »nemočnih« otrok je očitno močnejša od liberalnosti. Lastnemu užitku dajejo prednost pred bontonom. Med vsemi skupinami najmanj pogosto kupujejo ekološka živila, četudi bi si glede na dohodek in siceršnji materialni položaj to lahko privoščili. V pogostosti obedovanja v gostilnah in restavracijah ne odstopajo od povprečja, nadpovprečno pogosto pa na večerjo k sebi domov povabijo prijatelje. Takrat jim je bolj pomembno, da svoje goste do sitega nahranijo, kot pa da jih presenetijo s čim novim in neobičajnim. Med gostilnami bi za praznovanje najraje izbrali kakšno domačo v okolici mesta, a tudi do restavracije v nakupovalnem centru niso izrazito odklonilni.

Počitnikujejo pogosto, v večini vsaj dvakrat ali trikrat na leto; med vsemi jih največ na vsaj tedenske počitnice odide tudi več kot trikrat na leto. Čeprav sprehodom v naravi v okolici doma ali izletom v slovenske hribe vse skupine v povprečju dodeljujejo osrednje mesto za kakovostno življenje, ta skupina v tem izrazito izstopa. To je skladno s preferenčno izbiro idealnega tipa naselja za življenje. Največ v primerjavi z drugimi skupinami bi se jih odločilo za življenje v manjšem mestu, pa tudi za življenje na samem, zunaj naselja, a ne na vasi. Četudi precejšen delež skupine razmišlja o življenju v večjem mestu, v splošnem o velikih mestih razmišljajo bolj slabšalno kot druge skupine, npr. da je velikost mesta premosorazmerna z odtujenostjo ljudi v njem ipd. Slabi dve tretjini članic/članov skupine prebiva v Ljubljani, a hkrati varnost že v tako velikem mestu, kot je Ljubljana, ocenjujejo slabše od povprečja.

Dobri dve tretjini članov/članic skupine poroča o dobrem znanju angleščine ali kakega drugega svetovnega tujega jezika, kar jim odpira možnosti kulturne potrošnje, ki ni vezana na nacionalno produkcijo in jezik. To se izraža v raznolikem glasbenem okusu v okviru sodobne svetovne glasbe; vseh so jim tako alternativni rok, džez in elektronska glasba kot hip hop. Videti je, da jih umetnost, ki sodi med resnejše klasične žanre, ne zanima. Klasika in opera nista po njihovem okusu; med njimi je 63,3 % takih, ki nikoli ne obišejo umetnostne galerije; na umetnost gledajo celo nekoliko cinično, nezaupljivo; npr. nadpovprečno se strinjajo s trditvijo, da danes že skoraj vse velja za umetnost. Pri izbiri preferenčnih medijskih vsebin prevladujejo informativno-dokumentarni žanri, med njimi predvsem tisti, ki slovijo po populizmi in upovedovanju dogodkov skozi osebne zgodbe ljudi.

Če bi imeli višek denarja, bi ga med vsemi skupinami najraje vložili v opremo hiše oziroma stanovanja. Večkrat je videti, da članice/člane te skupine vodi funkcionalnost: količina hrane pred zanimivostjo in posebnostjo; gradnja hiše tako, da bi v njej lahko živela še družina njihovih otrok ipd.

V skupini je več moških, 19 % jih ima vsaj visokošolsko univerzitetno izobrazbo. Torej ima bolj izobražene člane/članice kot prvi dve skupini, a slabše kot tretja. V primerjavi s slovenskim povprečjem po izobraženosti ta skupina ne odstopa navzgor. Med vsemi štirimi skupinami ima najmanjša gospodinjstva. Več kot polovica članov/članic živi s partnerjem; je pa v njej v primerjavi z ostalimi skupinami več takih, ki so sicer v stalni zvezi, a ne živijo skupaj. Na lestvici družbenega položaja se uvrščajo v sredino, zelo podobno kot prva skupina.

Skupina izstopa po nekonsistentnih, tudi nasprotujočih si vrednotah, ki so razpete med bolj liberalnimi pa tudi zelo konservativnimi; te vrednote se jim prepletajo. Izstopajo v strinjanju, da odgovornost za svoje življenje in (ne)uspeh nosi vsak sam, hkrati pa med vsemi skupinami izražajo največ dvoma v to, da lahko sami pomembno vplivajo na odločitve o svojem življenju. Varovanju okolja dajejo prednost pred gospodarsko rastjo, a ekoloških izdelkov ne kupujejo. Od vseh skupin se jih najmanj strinja s trditvijo, da lahko samo eden od staršev enako dobro vzgaja otroka kot dva. Novostim in eksperimentiranju tako na področju hrane kot na področju skrbi za zdravje niso preveč naklonjeni, izstopajo pa v tem, da so si že najeli osebnega trenerja. To je skladno z njihovo siceršnjo nagnjenostjo k aktivnemu preživljanju časa v naravi, pa tudi s tem, da jim je videz zelo pomemben. Bolj kot članicam/članom drugih skupin sta pomembna urejenost in garderoba; za slednjo so pripravljene odšteti več denarja. Zdi se, da je skupina bolj konservativna zlasti v povezavi z vrednotami in praksami, ki jih poudarja katolicizem: nasprotovanje splavu, nujnost tradicionalne dvostarševske družine za normalno vzgojo otrok, večja rodnost, tradicionalna delitev spolno determiniranih vlog, manj tolerance do džamije v Ljubljani, manj kritičnosti do zlorab katoliške cerkve itd. Kot da so temeljne tradicionalne vrednote zaradi boljše izobraženosti nekoliko omehčali in jih prikrojili sodobnim, bolj urbanim praksam oziroma kot da so ponotranjili nekoliko več politične korektnosti, s katero korigirajo določena sicer zelo tradicionalna stališča in prakse.

## 4 Sklep

V tem prispevku smo predstavili prehranske vzorce prebivalcev Ljubljane in Maribora. Podobno kot kažejo raziskave o prehranjevanju v Sloveniji izpred dobrih desetih let, tudi tokratna raziskava, ki sicer raziskuje le prehranjevalne vzorce v dveh največjih mestih v Sloveniji, potrjuje sobivanje tradicionalizma in postmodernosti v prehranjevanju. V nasprotju s pričakovanji ugotavljamo, da v obeh mestih prevladujejo tradicionalni in neotradicionalni vzorci prehranjevanja. Ti so značilni za skupine, ki smo jih poimenovali aspirativni tradicionalisti, socialno ogroženi tradicionalisti in urbano adaptirani tradicionalisti. Slednja skupina se v predhodnih sorodnih raziskavah še ni razkrila; kaže na skupino v prehodu k bolj postmodernim vzorcem prehranjevanja, če jih seveda tradicionalnost v etiki ne bo obrnila nazaj k tradicionalnosti v estetiki. Le slaba tretjina anketirancev, od katerih jih nekoliko več živi v Ljubljani kot Mariboru, kaže postmoderne vzorce prehranjevanja. Ti so značilni za skupino, ki smo jo poimenovali zdravstveno ozaveščeni in družbeno odgovorni hedonisti. Ugotavljamo, da v Sloveniji



spremenljivke, ki smo jih uporabili za opredelitev prehranskih slogov, še niso izgubile razlikovalnega potenciala. A skupina urbano adaptiranih tradicionalistov napoveduje slabljenje razlikovalnega potenciala nekaterih prehranskih praks v prihodnosti zlasti urbanih družb. Tradicionalizem v prehranskih praksah se v naši raziskavi še vedno močno povezuje z nazadnjaštvom v drugih praksah in pogledih ter nižjim socialnim, kulturnim in ekonomskim kapitalom; postmoderna prehranska drža pa, nasprotno, s svobodomiselnostjo in višjim socialnim, kulturnim ter ekonomskim kapitalom. Porasta kozmopolitizma, o katerem smo se uvodoma spraševali, ni čutiti ne v prehranskih državah niti v etiki prebivalcev Ljubljane in Maribora.

Podatki torej kažejo na izrazito počasno spreminjanje prehranjevalnih vzorcev v družbi. Bo kar držalo, kar opozarja Fischler (1988: 290), da se prehranski vzorci in navade spreminjajo zelo počasi, ker so pomemben del posameznikove identitete in skupinske pripadnosti. Nekateri raziskave etničnih manjšin celo kažejo, da se v procesu stapljanja z večinsko kulturo določene značilnosti izvorne kuhinje ohranijo dlje kot manjšinski jezik. Prehranske izbire so neizbežne in zato pomemben del slehernikove identitete. Ljudje s posebnostmi svoje prehrane kažejo kulturno ali skupinsko pripadnost in hkrati opredeljujejo drugačnost drugih. Drugi so to, kar jedo; zase pa upamo, da bomo z uživanjem hrane, ki jo sami previdno izbiramo, postali še bolj »mi«.

## 5 Literatura

- Allison, Anne (1997): Japanese Mothers and Ōbentos. The Lunch Box as Ideological State Apparatus. V C. Counihan in P. Van Esterik (ur.): *Food and Culture. A Reader*: 296–314. New York, London: Routledge.
- von Alvensleben, Reimar (2001): Beliefs associated with food production methods. V L. Frewer, J. E. Risvik in H. Schifferstein (ur.): *Food, People and Society: A European Perspective of Consumers' Food Choices*: Berlin, Heidelberg, New York: Springer.
- Bell, David (2002): Fragments for a New Urban Culinary Geography. *Journal for the Study of Food and Society*, 6 (1): 10–21.
- Bourdieu, Pierre (1979/2000): *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. London, New York: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1986/1997): The forms of capital. V A. H. Halsey, H. Lauder, P. Brown in A. S. Wells (ur.): *Education, Culture, Economy, and Society*: 46–58. Oxford: Oxford University Press.
- Bennett, Tony, Savage, Mike, Bortolaia Silva, Elizabeth, Warde, Alan, Gayo-Cal, Modesto, in Wright, David (2009): *Culture, Class, Distinction*. New York, London: Routledge.
- Charles, Nickie, in Ker, Marion (1988): *Women, Food and Families*. Manchester: Manchester University Press.
- Cairns, Kate, Johnston, Josée, in Baumann, Shyon (2010): Caring About Food: Doing Gender in the Foodie Kitchen, *Gender & Society* 24 (5): 591–615.
- Dimitri, Carolyn, in Dettmann, Rachael L. (2012): Organic food consumers: what do we really know about them? *British Food Journal*, 114 (8): 1157–1183.
- Fischler Grunert, Klaus, in dr. (1997): Food-Related Lifestyle: Development of a Cross-Culturally Valid Instrument for Market Surveillance. V L. R. Kahle in L. Chiagouris (ur.): *Values, Lifestyles, and Psychographics*: 337–354. Manwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

- Gabrijelčič Blenkuš, Mojca (2012): Dejavniki zdravega prehranjevanja v precepu med individualnim in družbenim. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Kovše, Katja (2010): Podatki o porabi čistega alkohola na prebivalca za zadnjih 10 let. Dostopno prek: [http://www.ivz.si/Mp.aspx?ni=12&pi=5&\\_5\\_id=566&\\_5\\_PageIndex=0&\\_5\\_groupId=180&\\_5\\_newsCategory=&\\_5\\_action>ShowNewsFull&pl=12-5.0](http://www.ivz.si/Mp.aspx?ni=12&pi=5&_5_id=566&_5_PageIndex=0&_5_groupId=180&_5_newsCategory=&_5_action>ShowNewsFull&pl=12-5.0) (10. 7. 2012).
- Lang, Tim, Caraher, Martin, Dixon, Paul, in Carr Hill, Roy (1999): *Cooking Skills and Health*. London: Health Education Authority.
- Lupton, Deborah (1996): *Food, the Body and the Self*. London: Sage.
- Luthar, Breda (ur.) (2002): *Življenjski stili v medijski družbi*. Raziskovalno poročilo. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede – Inštitut za družbene vede.
- Miller, Daniel (1998): *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press.
- Murcott, Anne (1995): Raw, Cooked and Proper Meals at Home. V D. W. Marshall (ur.): *Food choice and the Consumer*: 219–235. London: Blackie Academic and Professional.
- Nie, Cong, in Zepeda, Lydia (2011): Lifestyle segmentation of US food shoppers to examine organic and local food consumption. *Appetite*, 57 (1): 28–37.
- Tivadar, Blanka (2001): *Družbeno strukturiranje prehranjevalnih vzorcev*. Doktorska disertacija. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- Tivadar, Blanka (2002): Od goriva za telo do pripomočka za samouresničevanje: vzorci prehranjevanja v Sloveniji. *Družboslovne razprave*, 18 (39):151–178.
- Tivadar, Blanka, in Luthar, Breda (2005): Food, Ethics and Aesthetics. *Appetite*, 44: 215–233.
- Warde, Alan (1997): *Consumption, Food & Taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture*. London, Thousand Oaks in New Delhi: Sage.
- Warde, Alan, in Martens, Lydia (2000): *Eating Out*. Cambridge: Cambridge University Press.

## Summary

Following Bourdieu's thesis of interconnectedness of ethics and aesthetics the present article analyses food practices in urban Slovenia. It positions the discussion along the line of the previous research, which demonstrates significant associations between food practices, socio-demographic factors, values and cultural consumption on the one hand, and the popular presupposition about the erosion of the social structuring of consumption choices in modern westernised societies, thus their individualization and allegedly liberation of food practices from various structural predispositions on the other hand. Our research is based on the data obtained from the survey »Media consumption, class and cultural stratification« from the year 2010, for the adult population in two biggest cities in Slovenia: Ljubljana and Maribor (n = 820). The analysis aimed to: a) explore the role of socio-demographic variables in food practices, and b) investigate how particular set of food practices are integrated into other practices of everyday life and what meaning they provide, if we juxtapose them with the individual's worldview and certain areas of his or her cultural consumption.

In the article we identified four food patterns that were established using Ward's method of hierarchical clustering: we describe and analyse four groups that are positioned between more traditional and postmodern food cultures. We named these

groups Aspiring traditionalists (27 % of the sample), Struggling traditionalists (32 %), Traditionalists, adapted to urban trends (12 %), and Health conscious and socially responsible hedonists, who present 29 % of the sample.

Similarly as the previous research our data reveals the coexistence of traditionalism and postmodernism in food practices. As we analyzed only urban areas in Slovenia, we anticipated more of the latter. However, in both cities traditional and neo-traditional food practices prevail. A common denominator of the first two traditionalistic groups, Aspiring traditionalists and Struggling traditionalists (59 % of the sample) is an explicitly instrumental attitude towards eating (large servings, meat-based dishes, food seen primarily as a fuel, a source of energy). Traditionalists, adapted to urban trends, however, seem to be the group in transition to more postmodern food practices. They have instrumentally incorporated several food practices typical for postmodern food cultures, particularly those related to health concerns, socializing aspects of eating, and aesthetics of eating, however, on the level of other values related to food choices they show more traditional orientation. In general, traditionalism in food practices is linked to conservatism in other practices and approaches. Only one third of the whole sample (the majority of which lives in the capital city – Ljubljana), shows postmodern food practices. Greater concern for health, ethical consumption, openness to exotic, non-traditional food, novelties in cooking techniques, and stressed socialising aspect of eating are typical of postmodern food practices. Observed with set of socio-demographic variables and data on values and cultural consumption practices, postmodern food cultures are related to more liberal worldviews, and to higher social, cultural and economic capital.

Food choices are unavoidable and therefore a meaningful part of each individual. With food choices people present their cultural orientation and express belonging to particular social group and differentiation from the others. Contrary to our initial anticipation, we found out that the cosmopolitanism in food cultures and ethics of residents of two biggest cities in Slovenia is still rather poorly present, more an exception than the rule. Food practices to a great extent mirror one's position in overall social structure, and are less an act of individualised consumption choice. This supports those who argue for the resistance of traditional food practices in particular society as one of the most important elements of group identity, and therefore their very gradual adaptation to the new economic, political and cultural circumstances.

Podatki o avtorjih:

**doc. dr. Tanja Kamin,**  
*tanja.kamin@fdv.uni-lj.si,*

**doc. dr. Blanka Tivadar**  
*blanka.tivadar@guest.arnes.si*

**izr. prof. dr. Samo Kropivnik**  
*samo.kropivnik@fdv.uni-lj.si*