

original scientific paper
prejeto: 2003-05-13

UDK 64.03:641.51(497.4)

PRIHRANIŠ ČAS, ZAPRAVIŠ LJUBEZEN: AMBIVALENTNI ODNOS DO KUPLJENE (POL)PRIPRAVLJENE HRANE

Blanka TIVADAR

Univerza v Ljubljani, Fakulteta za družbene vede, SI-1000 Ljubljana, Kardeljeva ploščad 5
e-mail: blanka.tivadar@guest.arnes.si

IZVLEČEK

Prispevek predstavlja rezultate o odnosu do kupljene pol/pripravljene hrane, ki so nastali v okviru kvalitativne faze raziskave o zaskrbljenosti zaradi hrane v Sloveniji. V uvodnem delu prispevka avtorica opredeli pojem kupljene pol/pripravljene hrane, opiše pospeševalne dejavnike njene rabe, ki jih zahodna družboslovna teorija o prehrani največkrat omenja in razmisli, kakšen bi lahko bil njihov učinek v Sloveniji. V osrednjem delu prispevka avtorica opiše in analizira sedem skupin pomislekov proti rabi kupljene pol/pripravljene hrane in pet skupin razlogov zanjo. Pomisleki so se nanašali na sestavine in izgubo svežosti, ki lahko škodijo zdravju. Od rabe udeležence odvrčajo tudi navade, visoka raven samopreskrbe s hrano, neustrezno razmerje med količino, kakovostjo in ceno, zlasti pa velik čustveni pomen družinskega kosila, ki ga udeleženci razumejo kot konstituens urejene družine, in mora biti, če naj svojo funkcijo uspešno opravlja, skuhan doma. Med razlogi za rabo kupljene pol/pripravljene hrane so udeleženci največkrat omenjali prihranek časa in njeno praktičnost, uporabljajo pa jo tudi, če jim zmanjka lastnih zamrznjenih zalog, če kakšne jedi ne znajo skuhati, za užitek, na počitnicah in za popestritev jedilnika oz. za seznanjanje s kulinaričnimi novostmi.

Ključne besede: polpripravljene jedi, gotove jedi, živilska industrija, prehrana, stališča, skrbi

RISPARMI TEMPO, PERDI L'AMORE: RAPPORTO AMBIVALENTE CON IL CIBO PRECOTTO

SINTESI

Il contributo ci fornisce i risultati della fase qualitativa della ricerca che mettono in evidenza il rapporto che si ha con il cibo precotto. L'articolo parla del cibo che si consuma in Slovenia, ossia delle preoccupazioni che si fanno in proposito. Nella parte introduttiva, l'autrice definisce il concetto del cibo precotto, nonché descrive i fattori che ne aumentano il consumo, i quali vengono per lo più menzionati nell'ambito della teoria sociologica dell'alimentazione occidentale. In seguito cerca di capire quale potrebbe essere il loro effetto in Slovenia. Nella parte centrale, l'autrice descrive e analizza i pro e i contro dell'uso del cibo precotto. I gruppi di persone sottoposti al test si dividono in sette gruppi contro e cinque pro. I dubbi si riferiscono agli ingredienti e alla perdita della freschezza, che possono nuocere alla salute. Dall'uso del cibo precotto allontanano pure le abitudini, l'alto livello qualitativo delle vettovalie, il rapporto non appropriato tra qualità, quantità e prezzo. Viene messo in risalto soprattutto il significato affettivo che si attribuisce al pranzo in famiglia, sentito dai partecipanti come attributo di una famiglia ordinata che però deve essere, se vuole svolgere con successo la sua funzione, preparato a casa. Tra le cause del pro dell'uso del cibo precotto, i partecipanti, il più delle volte, hanno menzionato il risparmio di tempo e la praticità. Lo si usa pure nei seguenti casi: in mancanza di riserve di cibo surgelato, quando non si sa preparare qualche piatto, per il piacere, in vacanza, per arricchire l'alimentazione, ossia per essere aggiornati sulle novità culinarie.

Parole chiave: piatti precotti, piatti pronti, industria alimentare, alimentazione, punto di vista, preoccupazioni

UVOD

Britanski sociolog Alan Warde (1997), ki je opravil analizo sodobnih teorij in raziskav o prehranjevanju, meni, da lahko v prihodnosti pričakujemo vsaj štiri različne, a vzporedne smeri razvoja prehranjevalnih praks: a) individualizirano prehrano, t.i. *gastroanomijo* (Fischler, 1980; 1988), ki se bo izražala v tako različnem prehranjevanju, da bo nemogoče ugotoviti kakršnekoli zakonitosti v prehranjevalnih navadah; b) neotribalizem v prehranjevanju, čigar obstoj bodo dokazovale številne skupine, ki se bodo med seboj dobro ločile po kulinarčnih pravilih in bodo tvorile stilno enotnost, ki se bo izražala v vedenju članov; c) ohranjanje klasičnih socialnodemografskih razlik v prehranjevanju, kot so izobrazbene, starostne, spolne in podobne razlike; d) množično, standardizirano prehranjevanje, ki se bo odražalo v razširjenem uživanju hitre hrane in uporabi (pol)pripravljenih kupljenih hrane pri kuhanju.

Po Wardovem (1999) mnenju naj bi bila uporaba (pol)pripravljenih hrane posledica novih konceptov upravljanja s časom. Govorila naj bi o težavah življenja v "urniški družbi" (*ang. scheduled society*), torej v družbi, v kateri ljudem primanjkuje časa. To je po Wardu (1999) bolj posledica dejstva, da imajo zaradi vse fleksibilnejšega delovnega urnika eni čas, ko ga drugi nimajo ali pa imajo drugi čas, ko ga nimajo oni sami, kot pa zaradi dejanskega zmanjšanja prostega časa. Na občutek, da jim primanjkuje časa, se ljudje odzivajo tako, da vključujejo in prerazvrščajo vse več aktivnosti v enak obseg časa. Zelenjava, ki jo imajo na voljo v svojem zamrzovalniku, na primer zmanjšuje potrebo po vsakodnevnem obisku trgovine in jim omogoča, da imajo sestavine za kuhanje vedno pri roki. Za tedensko nakupovanje v megamarketu sicer ne porabijo veliko manj časa kot za dnevne obiske lokalne trgovine, a bistveno je, da jim nakupovanja ni treba vključiti v vsakdanji urnik. Kupljena (pol)pripravljena hrana jim ne prihrani le časa in dela pri kuhi, ampak jim omogoča časovno in prostorsko usklajevanje med člani gospodinjstva. Warde meni, da vse pogostejša uporaba (pol)pripravljenih hrane ni posledica njene naraščajoče priljubljenosti med ljudmi, ampak je odziv na posebno konfiguracijo problemov pri časovni organizaciji vsakdanjega življenja. Razume jo celo kot enega od pogojev, ki omogočajo, da v "urniški" družbi družina je skupaj, kar je še vedno prevladujoči družbeni ideal.

K opredelitvi pojma

V članku uporabljam izraz *kupljena (pol)pripravljena hrana* kot nadpomenko za veliko različnih izdelkov, ki jih lahko razdelimo na dve veliki in eno majhno skupino: a) *živila*: stvari, ki se uporabljajo za prehrano ljudi (SSKJ, 1995, 1706) in so praviloma surovine za pripravo jedi, b) *jedi*: živila, pripravljena za uživanje, navadno z

dodatki (SSKJ, 1995, 360) in c) *dodatki*. Hrana je *polpripravljena*, če ji moramo pred uživanjem še kaj dodati, na primer vodo, jajca in/ali jo termično obdelati. *Pripravljena* hrana pa je tista, ki jo lahko takoj zaužijemo. S pridevnikom *kupljena* jo ločimo od hrane, ki se jo vnaprej (napol) pripravi doma.

Primeri obdelanih oz. polpripravljenih *živil* so: zmrznjena ali posušena zelenjava, zelenjava v pločevinkah, kuhan in olupljen krompir, narezana in oprana solata, marinirano meso, zmrznjeni morski sadeži itn. V skupino (pol)pripravljenih *jedi* sodijo na primer zmrznjene pice, ohlajene testenine, golaž v konzervi, kaše za otroke, juhe v vrečkah, testenine z omako v vrečkah, zmrznjeni (panirani) zrezki, zmrznjene slaščice, a tudi sveže pripravljene jedi, kot so pečeni piščanci, delikatesne solate itn. V skupino (pol)pripravljenih *dodatkov* pa lahko uvrstimo mešanice dišavnic/začimb, kot so denimo mešanice za jabolčni zavitek, za meso z žara in praškaste omake ali osnove zanje.

Kupljena (pol)pripravljena hrana se od druge razlikuje v dveh lastnostih. Prva je, da jo pred prodajo na trgu do določene mere pripravijo, kar uporabniku/-ci prihrani čas in energijo (delo, skrb, spretnost), saj jo lahko takoj ali hitro skuha, pogreje oziroma zaužije. Prihranek časa in energije je različen, saj je odvisen od stopnje vnaprejšnje priprave: največ je zahtevajo živila, ki so denimo samo očiščena (npr. zmrznjen grah) in jih uporabimo kot sestavine jedi, najmanj pa jedi (npr. delikatesne solate), ki jih lahko zaužijemo take, kakršne smo kupili. Druga pomembna lastnost pa je, da tovrstno hrano, zato da ostane dalj časa dobra oz. uporabna, pred prodajo obdelajo s toploto, sušenjem, zamrzovanjem, hlajenjem, dodajanjem kemičnih snovi, pakiranjem v posebnih pogojih itn.

Opredelitev, da neka hrana sodi v kategorijo "kupljena (pol)pripravljena", je nujno arbitrarna (Candel, 2001, 17). Odvisna je namreč od uveljavljenih navad prehranjevanja v nekem kulturnem okolju. Špagetov, na primer, tradicionalno ne izdelujemo doma iz osnovnih sestavin, ampak jih kupujemo v trgovinah. Zato niso kupljena polpripravljena hrana, čeprav jih za nas naredi industrija in nam prihrani izdelovanje testa. Take vrste hrana so, če jih na primer kupimo v vrečki, zmešane z omako, saj se omake za testenine običajno kuha doma iz svežih sestavin. "Kupljeno (pol)pripravljeno" je torej relativni, ne absolutni pojem. Njegov pomen ne izvira le iz vnaprejšnje industrijske obdelave, ampak je odvisen tudi od tega, ali smo neko hrano, ki jo danes kupimo pripravljeno, pripravljali v bližnji preteklosti doma, ali ne (Lien, 1997, 199).

V slovenščini imamo težavo s poimenovanjem tovrstne hrane. V angleščini se je uveljavil izraz *convenience food*, h kateremu nekateri avtorji (npr. Bonke, 1997) uvrščajo tudi prehranjevanje v restavracijah. To pa zato, ker v tem primeru posamezniku/-ci hrane sploh ni treba kuhati oz. pripravljati. Slovenska živilska in-

dustrija uporablja izraze, kot so: zamrznjena hrana, izdelki za hitro pripravo, gotova jedila, pripravljena zmes za hitro pripravo idr. Še najbolj pogosto pa jih, da bi pri potrošnikih preprečila asociacije z industrijskostjo, instantnostjo in nenaravnostjo, imenuje kar z generičnimi pojmi, kot npr. predjedi, juhe, omake itn. Tudi slovenska živilska znanost ne uporablja krovnega izraza za to, kar je v angleščini *convenience food*, ampak več ožjih (gotove jedi, polpripravljene jedi, predpripravljene jedi oz. živila itn.).¹

IZHODIŠČA IN OPREDELITEV RAZISKOVALNEGA PROBLEMA

Raziskave prehranjevalnih navad kažejo, da je uporaba kupljene (pol)pripravljene hrane le eden od vsaj štirih trendov v prehranjevanju, ki bodo koeksistirali v prihodnosti, na drugi strani pa njena ponudba v naših trgovinah strmo narašča in postaja vse bolj raznolika. To pomeni, da bi lahko njena uporaba oz. uživanje postalo prevladujoč prehranjevalni trend. Čeprav dostopnost v trgovinah ne pomeni nujno tudi nakupa, bi je industrija ne pošiljala na trg v vse več različicah in trgovine ne naročale (in celo pripravljale), če je ne bi mogle prodati. To dokazujejo tudi podatki o prodaji.² Poglejmo dva primera: po podatkih raziskave Panel trgovin,³ ki jo opravljajo v agenciji Gral-Iteo, je bila januarja 2002 prodaja dehidriranih polpripravljenih jedi, kamor sodijo jedi iz testenin (npr. testenine z omako), riža (npr. rižote), krompirja (npr. pire krompir) in sladke jedi (npr. mlečni riž), skoraj trikrat večja kot januarja 2000.⁴ Podatki trgovske družbe Mercator⁵ za njen hipermarket v Ljubljani kažejo, da je prodaja zamrznjene (pol)pripravljene hrane v letih od 1999 do 2002 narasla skoraj za petkrat.

Postavlja se vprašanje, kako se ta trend kaže na drugi, potrošniški strani. Je občutek pomanjkanja časa edini pospeševalni dejavnik uporabe kupljene (pol)pri-

pravljene hrane? Kakšen je odnos potrošnikov do nje, zakaj jo sploh uporabljajo? Lahko postane prevladujoči prehranjevalni trend?

Rezultati slovenske raziskave iz začetka osemdesetih let, ki je bila opravljena na vzorcu zaposlenih delavcev, so pokazali, da so bili ti v splošnem nenaklonjeni industrijsko pripravljeni hrani. Raziskovalci so ugotovili, da so anketiranci kupljeno (pol)pripravljeno hrano uporabljali razmeroma redko: 34 odstotkov ni nikoli uporabljalo polpripravljene hrane (npr. očiščena zelenjava, testo),⁶ 56 odstotkov pa ne gotovih konzerviranih jedi (Kos et al., 1981, 66). V raziskavi o prehranjevalnih navadah v Sloveniji (Kos et al., 2000; Tivadar, 2001), v kateri smo uporabo polpripravljene hrane raziskovali nekoliko natančneje, smo ugotovili, da od ene tretjine do štirih petin vprašanih nikoli ne uporablja nobene od vrst hrane po katerih smo spraševali.⁷ V raziskavi *Življenjski stili v medijski družbi* (Luthar, 2002; Tivadar, 2002) smo vprašali samo po uporabi kupljenih jedi, ki jih je pred uživanjem treba le speči ali pogreti (npr. pica, golaž, testenine z omakami). Da jih nikoli ne uporablja, je odgovorila tretjina vprašanih, tretjina jih uporablja enkrat ali nekajkrat letno, četrtina enkrat ali nekajkrat mesečno in petščica anketirancev nekajkrat tedensko. Podatki telefonske raziskave, opravljene v okviru raziskovalnega projekta, ki je namenjen razvoju nove generacije velikih gospodinjstvih aparatov (Tivadar, 2002b), kažejo, da ima le slaba petina gospodinjstev v Sloveniji običajno na zalogi v zamrzovalniku različne vrste kupljene (pol)pripravljene hrane in le v slabi desetini gospodinjstev priprava obrokov s pomočjo kupljene zamrznjene hrane narašča.⁸

Videti je torej, da so potrošniki vsaj na ravni svojih stališč do kupljene (pol)pripravljene hrane pravzaprav zadržani, morda celo ambivalentni. Zato je potrebno njihov odnos do nje analizirati podrobneje. V nadaljevanju članka bom najprej predstavila že ugotovljene pospeševalne in zaviralne dejavnike naraščanja uporabe

1 Pogovor z mag. Marleno Skvarča, Univerza v Ljubljani, Biotehniška fakulteta, 27. april 2003.

2 Podatki o prodaji, ki jih navajam, so lahko zgolj ilustrativni, ker so težko dostopni. Dostopnost je omejena zaradi različnih razlogov, glavna pa sta nevarnost razkrivanja poslovnih skrivnosti in kompleksna narava podatkov (sezonska nihanja, zbiranje podatkov v različnih oddelkih in v velikih skupinah, ki niso uporabne za analizo itn.).

3 Gre za raziskavo na kvotnem vzorcu trgovin, ki je statistično reprezentativna. Vključene so prodajalne živilske stroke oz. z izborom blaga za vsakdanjo rabo: klasične prodajalne, marketi, veleblagovnice, drogerije in črpalke. Zastopane so male, srednje in velike prodajalne iz skoraj vseh trgovskih verig. Vzorec zajema tudi predstavnike neodvisnih trgovcev. Podatke zbirajo šestkrat na leto (http://www.graliteo.si/2_8_panel.php).

4 Prodajo se meri v kilogramih. Januarja 2000 je za to skupino jedi znašala 12747 kg, januarja 2002 pa 34301 kg. (Panel trgovin, Gral-Iteo).

5 Za podatke sem prosila tudi trgovsko družbo Spar Slovenija, ki je sodelovanje zavrnila.

6 31 odstotkov anketiranih jo je uporabljalo včasih (do trikrat mesečno), 29 odstotkov pa redkokdaj (nekajkrat letno).

7 Spraševali smo po pogostosti uporabe vložnega in konzerviranega sadja, vložene in konzervirane zelenjave, instantnih juh in jušnih koncentratov, zamrznjenega mesa, rib in mehkužcev, praškastih mešanic za slaščice, zamrznjene zelenjave, zamrznjenih gotovih jedi, konzerviranih gotovih jedi, zamrznjenega peciva in sadja.

8 Opozoriti velja, da v Sloveniji nimamo javno dostopnih longitudinalnih podatkov o rabi kupljene (pol)pripravljene hrane, ki bi bili pridobljeni z raziskavami potrošnikov. Vsi, ki jih opisujem so enkratni, zbrani v določeni časovni točki z različnimi reprezentativnimi vzorci (odrasla populacija od 18. leta naprej, odrasla populacija med 18. in 65 letom ali gospodinjstva s telefonskim priključkom) in metodami.

kupljene (pol)pripravljene hrane v zahodnem kulturnem svetu in razmislila o njihovih učinkih v Sloveniji. V drugi polovici članka pa bom predstavila podatke raziskave, ki še podrobneje osvetljuje obe vrsti dejavnikov.

PREGLED OBJAV: SOUČINKOVANJE POSPEŠEVALNIH IN ZAVIRALNIH DEJAVNIKOV UPORABE KUPLJENE (POL)PRIPRAVLJENE HRANE

Interesi kapitala

Prva skupina dejavnikov, ki pospešujejo uporabo kupljene (pol)pripravljene hrane, so interesi kapitala. Dobičke živilske industrije omejuje dejstvo, da ljudje lahko zaužijejo omejeno količino hrane tudi, če se prenašajo. Živilska industrija zato s proizvodnjo zgolj večjih količin osnovnih živil na zahodnih trgih, kjer so osnovne potrebe po hrani zadovoljene, ne more več dobro zaslužiti. Zato razvija izdelke z *dodano vrednostjo* – (pol)pripravljena živila oz. jedi, za katere, kljub enaki količini nabavljene hrane, potrošniki zapravijo več denarja (Lien, 1997, 41). Vendar pa interese živilske industrije ovira nezaupanje potrošnikov vanjo.

Intenziviranje in industrializacija pridelovanja, predelovanja in pripravljanja hrane in globalizacija oskrbe z njo so pripeljali do današnje velike izbire živil. To je v povezavi z rastjo dohodkov in nakupne moči prebivalcev zahodnih družb vodilo v osvoboditev prehranjevalnih vzorcev od tradicionalnih prostorskih in sezonskih omejitev oz. ovir, ki so nekdaj gradile okvir poznanosti in dajale ljudem občutek cikličnega sodelovanja v letnih ritmih kmetijstva. Industrializacija prehranskega sistema pomeni, da proizvodnja in priprava hrane potekata zunaj vpogleda povprečnega potrošnika, in sicer skupaj s tehnikami, ki jih pozna površno ali sploh ne. Ljudje so danes predvsem potrošniki hrane, večinoma ne sodelujejo več pri njeni pridelavi in je ne morejo več opazovati in nadzorovati, ne poznajo več porekla hrane in vse manj vedo, kaj sploh jedo. To lahko vodi v prepričanje, da hrana, ki jo uživajo, vsebuje neznane snovi in ima neznane lastnosti. Posledica vsega tega je izguba zaupanja. Poleg tega je živilska industrija razvila številne umetne okuse, vonje, barve ter nadomestke sladkorja in živalskih maščob,⁹ ki lahko preslepijo čute večine potrošnikov. Spretno izkorišča tudi splošno naklonjenost do sladkorja in ga dodaja vse več slanim izdelkom, v katerih deluje kot podpralni dražljaj.¹⁰ To pomeni, da potrošniki ne morejo več za-

upati sporočilom svojih čutil, da jedo tisto, kar mislijo da jedo. Industrializirana družba spreminja pomene čistega in umazanega. Surovo hrano so ljudje tradicionalno civilizirali tako, da so jo predelali z različnimi kulinaricnimi tehnikami, da je postala primerna za uživanje. Ker pa je naloge domačih kuharic prevzela živilska industrija, se zdi, da industrijsko čiščenje in predelava ne zagotavljata simbolne čistosti. Nasprotno, kažeta se kot vir simbolne nevarnosti. Ne bojimo se več mikrobiološko oporečne hrane, temveč živilskih dodatkov, kontaminantov iz okolja, ter živil, ki so v industrijskih predelovalnih procesih izgubila večino koristnih snovi. V šestdesetih letih so ljudje hrepeneli po prečiščenih živilih, danes pa jih zaradi dietetskih (prazne kalorije) in simbolnih (umetna, mrtva hrana) razlogov zavračamo (Beardsworth, Keil, 1997, 158–159; Fischler, 1980, 1988).

Demografski trendi

Med demografskimi trendi, ki se najpogosteje omenjajo kot pospeševalni dejavnik uporabe kupljene (pol)pripravljene hrane, sta najbolj izrazita naraščanje zaposlovanja žensk od šestdesetih let 20. stoletja naprej, ki naj bi vodilo v pomanjkanje časa za kuhanje, in večanje števila eno- in dvočlanskih mlajših gospodinjstev, ki ponavadi ne gospodinjijo na tradicionalen način. Povezanost med zaposlitvenim statusom (žensk) in uporabo kupljene (pol)pripravljene hrane vsaj delno zanika več raziskav.

Davies in Madran (1997) na primer trdita, da pomanjkanje časa sploh ni bistven razlog za uporabo industrijske hrane, ampak da na to odločilno vpliva predvsem veselje do kuhanja. To je pokazala njuna raziskava, ki sta jo opravila v različnih družbenih okoljih v Manchesteru in njegovi okolici. Tisti, ki se jim zdi hrana pomembna in ki radi kuhajo, si za to vedno najdejo čas, in sicer neglede na to, koliko zaposleni so. Četudi občasno kupujejo vnaprej pripravljeno hrano in uporabljajo mikrovalovno pečico, ni videti, da bi jih pri pripravljanju hrane vodilo varčevanje s časom. Candel (2000) je v raziskavi, ki jo je opravil na priložnostnem vzorcu 221 oseb na Danskem, ugotovil, da povezanost med zaposlitvenim statusom oz. številom opravljenih delovnih ur za plačilo in naklonjenostjo kupljeni (pol)pripravi hrani obstaja, a ni linearna. Najmanj so ji bili naklonjeni tisti, ki so delali od 1 do 9 ur tedensko, najbolj tisti, ki so delali 30 ur in več, srednje naklonjeni

⁹ Npr. margarina ali olje z okusom masla.

¹⁰ Zlasti problematično se zdi dodajanje sladkorja v izdelke, ki so namenjeni za prehrano majhnih otrok, kot so čaji za lajšanje črevesnih krčev, kosmiči, sadne kaše itn. Otroci jih imajo raje kot nesladkane in jih zato zaužijejo več, kot bi jih, če bi bili nesladkani. Živilska industrija spretno izkorišča znanstvena dognanja o prirojeni naklonjenosti sesalcev do sladkorja in razširjeno ljudsko mnenje o "modrosti otroškega organizma", nekakšni vednosti otrok o tem, katera hrana je zanje dobra in katera ne. Starši, tako da upoštevajo napotke o naravnem občutku za apetit ("Ne skrbite, otrok vas bo že naučil, kaj ima rad in kaj ne."), v resnici sledijo "naravnim" interesom kapitala.

pa so bili brezposelni in zaposleni od 10 do 29 ur tedensko. Tudi Darian in Cohen (1995) sta ugotovili omejen vpliv pomanjkanja časa na uporabo pripravljene hrane. Raziskavo sta opravili v nekem ameriškem predmestju na vzorcu višjih srednjih slojev. Raziskovali sta uporabo treh tipov pripravljene hrane: zamrznjenih obrokov, delikatesnih jedi in hrane iz restavracij s hitro hrano. Pomanjkanje časa sta merili posredno in s trditvijo "Imam malo časa". Ugotovili sta, da se pomanjkanje časa zelo povezuje z zaposlenostjo. 76 odstotkov anketirancev/-k, ki so zaposleni za poln delovni čas, se strinja s to trditvijo, medtem ko se jih brezposelnih le 29 odstotkov. Njuna raziskava je pokazala, da anketiranci, ki imajo razmeroma malo časa, pogosteje kot drugi uporabljajo zamrznjene obroke, tisti anketiranci pa, ki imajo zelo malo časa, pogosteje kot drugi kupujejo hitro hrano. Rezultati ankete so še pokazali, da uživanje oz. uporaba jedi iz delikates s percepcijo pomanjkanja časa ni bila povezana.

Kanadska raziskovalka Judith Madill Marshal je skupaj s svojima sodelavkama (1995) ugotovila, da na uporabo kupljene (pol)pripravljene hrane vplivajo, poleg števila opravljenih delovnih ur, še: poklic, dohodek, zadovoljstvo s poklicnim delom, stresnost, zadovoljstvo z življenjem, prisotnost otrok v družini in njihova starost ter odnos do kuhanja. Skratka, precejšen del posameznikovega dela in zasebnega življenja. Vendar pa ti dejavniki vplivajo samo na uporabo ene, ne pa tudi na uporabo druge vrste (pol)pripravljene hrane. Na primer ženske, ki pogosto pripravljajo kupljene že pripravljene obroke, katere je treba samo pogreti, imajo majhne otroke, nižji poklicni status, poročajo o visoki obremenjenosti, o velikem številu delovnih ur, o visoki stopnji stresa, majhnem zadovoljstvu z življenjem in o odporu do kuhanja. Ženske, ki v službi prav tako preživijo veliko časa in imajo majhne otroke, a so visoko izobražene, zaposlene na dobrih delovnih mestih, imajo visoke dohodke in so zadovoljne s svojim življenjem, pa pogosteje kupijo že pripravljeno "hrano za s seboj" (ang. *take away*).¹¹

Zaposlenost žensk v zahodnem kulturnem okolju torej ne vodi nujno v večjo uporabo kupljene (pol)pri-

pravljene hrane, poleg tega pa se je v Sloveniji po osamosvojitvi, ko se je ponudba tovrstne hrane zelo povečala, zaposlenost žensk zmanjšala iz 41,9 na 36,5 odstotkov (Statistične informacije, 2003). Zato bo v prihodnosti v Sloveniji stopnja zaposlenosti žensk sama po sebi verjetno manj pomemben dejavnik, ki bo vplival na uporabo kupljene (pol)pripravljene hrane kot kateri drugi. Pomembnejša sta lahko pojavljanje mladih eno-članskih gospodinjstev, t.i. "singles" (starih do 30 let) v večjih mestih in večanje števila parov brez otrok. To sta bila dva od štirih najpomembnejših razlogov za zmanjšanje povprečnega števila članov gospodinjstev v Sloveniji od leta 1991 naprej (Statistične informacije, 2003).

Že omenjena Candelova raziskava (2000) je pokazala, da je bila med socialnodemografskimi značilnostmi anketirancev najbolj statistično značilno povezana z naklonjenostjo do uporabe kupljene (pol)pripravljene hrane velikost gospodinjstva, ki ji je sledila prisotnost otrok v gospodinjstvu in že omenjeni zaposlitveni status. Enočlanska gospodinjstva so bila kupljeni (pol)pripravljene hrani bolj naklonjena kot veččlanska, gospodinjstva brez otrok pa bolj kot gospodinjstva z otroki.¹² Tudi v raziskavi, ki jo je naredil Rose s sodelavci (1995), so ugotovili, da so ženske brez otrok pogosteje uporabljale kupljeno (pol)pripravljeno hrano, in sicer neglede na to, ali so bile zaposlene ali ne.

Razloge za manjšo uporabo kupljene (pol)pripravljene hrane v družinah z otroki lahko iščemo v velikem čustvenem pomenu, ki ga ima kosilo za družine. Številne raziskave kažejo, da je kosilo nekakšen konstituens družine in da mora biti, zato da je pravo oz. da družino obnavlja in krepi, pripravljeno na poseben način. O *pravem kosilu*¹³ so prve pisale britanske avtorice, med katerimi so najpomembnejše sociologinje Marion Charles, Nickie Kerr in Ann Murcott, o njegovem obstoju pa poročajo tudi finske (Mäkelä v Gronow, 1996; Prättälä, Helminen v Gronow, 1996), francoske (Sjögren-de Beauchaine v Gronow, 1996), avstralske (Lupton, 1996) in ameriške (de Vault v Gronow, 1996) študije. Sestavine kosila in kuharske tehnike so različne v različnih kulturnih okoljih, a za teorijo je bistvenega pomena obstoj pravega kosila kot družbene oz. družinske norme.

11 Gre za gotove obroke, ki jih posameznik ne zaužije v restavraciji, ampak šele doma ali na poti. V Veliki Britaniji so to ponavadi: hamburgerji in druga hitra hrana, pice, kitajske in druge etnične jedi, ocvrt krompirček in ribe (ang. *fish and chips*), ražnjiči (t.i. *kebab*) ter sendviči in pecivo. To vrsto ponudbe poznamo tudi v Sloveniji, vendar gre v večini primerov bolj za vzporedno ponudbo restavracij kot za osnovno dejavnost. Dokaz za majhno razširjenost je tudi, da zanjo nimamo uveljavljenega slovenskega izraza.

12 Pri tem velja opozoriti, da je avtor pojasnil z velikostjo gospodinjstva, prisotnostjo otrok in zaposlitvenim statusom le 5 odstotkov variabilnosti naklonjenosti do uporabe kupljene (pol)pripravljene hrane, kar kaže na precejšnjo socialnodemografsko nedoločenost pojava in na potrebo po detekciji drugih pospeševalnih in zaviralnih dejavnikov.

13 Pravo kosilo je prevod angleškega izraza "proper meal" oz. "proper dinner". Slovenski izraz, ki je angleškemu vsebinsko še najbolj podoben, je nedeljsko kosilo, pri katerem so vrste jedi (goveja juha, meso, krompir in sveža solata ter sladica) in kombinacije okusov bolj ali manj stalni, skupaj pa ga jedo vsi člani in članice (razširjene) družine. Vendar se v teoriji uporablja tudi izraz "Sunday dinner", ki ni sinonim za "proper meal", ampak njegova obilnejša in razkošnejša različica. Izraz *proper dinner* bi morda lahko prevedli tudi kot primerno oz. ustrezno kosilo in bi nekoliko bolje izražal vrednotne vidike te prakse, vendar sem se odločila za izraz pravo, ker zajema tudi njegove materialne značilnosti.

Pravo kosilo je glavni dnevni obrok, ki se pripravlja in poteka po natančno določenih nenapisanih kulinarčnih in vedenjskih pravilih. Pripravljeno in zaužito je v skladu z dvema skupinama pravil. Prva skupina pravil se nanaša na strukturo jedilnega dogodka: kuharske metode in tehnike, dopustne kombinacije okusov, jedi in pijač, vrstni red jedi idr.; druga pa na socialne odnose: druženje družinskih članov, vedenje pri mizi, socialne vloge (Gronow, 1996). Kuhanje *pravega kosila* zahteva veliko časa in nenehno nadzorovanje kuhe. Ničesar ni mogoče pripraviti vnaprej, vse je treba kuhati hkrati. Kosilo mora biti pripravljeno iz svežih živil, zato je treba tudi nakupe opravljati sproti. Industrijsko obdelana živila in pripravljene jedi ne sodijo v *pravo kosilo* (Murcott, 1982). Sociologinji Charles in Kerr (1988) sta ugotovili, da so kupljeno pripravljeno hrano uporabljale vse njune udeleženke raziskave, vendar pa, da so to precej skesano priznale. Počutile so se krive, ker so jo uporabljale, še zlasti kot del *pravega kosila*. Njihova krivda je izvirala iz prepričanja, da je *pravo kosilo*, ki je skuhano v skladu z vsemi kulinarčnimi in družbenimi pravili, tudi zdravo kosilo. Vsak obrok, ki ne spoštuje pravil, je nujno zdrav manj. Če svoji družini kuhaš kupljeno pripravljeno hrano, ne jedo tako zdravo, kot bi morali. *Pravo kosilo* se praviloma zaužije ob koncu delovnega dne. V idealnem primeru zaužijejo kosilo vsi člani in članice družine skupaj, sede za jedilno mizo. Nečlani/-ce družine so praviloma izključeni/-e, kar pomeni, da se *pravo kosilo* redko je s prijatelji in (v delavskih družinah) nikoli s tujci. Informantke Anne Murcott so *pravo kosilo* opisovale kot razlog, da se mož vsak dan vrača k svoji družini; kot zdravo hrano, ki moža in otroke okrepi in napolni z energijo, in kot čustveno podporo, ki olajša pot v zunanji, javni svet (Murcott, 1983). *Pravo kosilo* sporoča, da je ženska porabila svoj čas v skladu s svojim statusom in spolom. Veliko količino časa in dela, ki ju ženska porabi za pripravljanje *pravega kosila*, se lahko pojmuje kot učinkovito sredstvo za privezovanje žensk v zasebnost, za njihovo udomačevanje (Murcott, 1982, 693). Nickie Charles in Marion Kerr (1988) sta podobno kot Anne Murcott ugotovili, da velika večina žensk pojmuje redno uživanje pravih kosil kot nujni element urejenega družinskega življenja. Razloga sta dva: po eni strani *pravo kosilo* družinskim članom/-icam zagotavlja izdatno in zdravo prehrano, po drugi strani pa kaže, da se družina vede v skladu z idealom britanske družine – to pomeni, da člani/-ce družine sedijo skupaj za isto mizo, se pogovarjajo in uživajo v hrani ter družbi drug drugega. Informantke, ki so morale zaradi pomanjkanja denarja opustiti tradicionalni jedilnik *pravega kosila*, so se čutile prikrajšane in celo krive, da možje in otroci nimajo zdrave in izdatne prehrane. Menile so celo, da njihova družina ni več tako urejena kot včasih. To nas je pripeljalo do razmišljanja o tem, da vrednote vplivajo na prehranjevalne navade.

Vrednotne usmeritve

Po mnenju Swobode in Morschetta (2001, 182) naj bi k naraščanju uporabe (pol)pripravljene hrane prispevale tudi spremembe vrednot v take, ki dajejo prednost izboljševanju kakovosti življenja, katero odseva v želji, da bi se razbremenili, zmanjšali stres in imeli več prostega časa. Te pa naj bi v kombinaciji s sodobnimi zaposlitvenimi in demografskimi trendi vodile k enostavnemu nakupovanju in kuhanju.

Videti je, da imata avtorja v mislih Inglehartovo tezo o vrednotnem obratu od materialističnih k postmaterialističnim vrednotam v postindustrijskih družbah z visoko materialno varnostjo (Inglehart in Baker, 2000), ki pa ne more imeti enoznačnega vpliva, saj:

1) se v Sloveniji še ni končal (Hanžek, Gregorčič, 2002, 68),

2) lahko iste vrednote v tem novem vrednotnem sklopu delujejo na kupovanje (pol)pripravljene hrane spodbudno in zaviralno hkrati,

3) so nekatere vrednote v tem vrednotnem sklopu v eksplisitnem nasprotju s kupovanjem (pol)pripravljene hrane.

Postmaterialistična vrednotna usmeritev po Inglehartu (v Hanžek, Gregorčič, 2002, 35) poudarja posameznika, njegovo svobodo, samoizpolnitev, samoizražanje, smiselno delo, prosti čas, socialne (prijateljske) stike in udejstvovanje v družbenem življenju. Večji pomen ima tudi varstvo okolja (pred ekonomsko učinkovitostjo) pa pravice žensk in drugih družbenih manjših in večja je strpnost do različnosti v načinu življenja.

Ena od značilnosti postmaterialistične usmerjenosti, ki bi lahko vodila v večjo uporabo/kupljene (pol)pripravljene hrane, je zmanjševanje pomena dela in naraščanje pomena prijateljstev in prostega časa v življenju posameznikov. A raziskovalni podatki za Slovenijo kažejo, da je za posameznike delo izjemno pomembno področje življenja, veliko bolj pomembno kot prijatelji in prosti čas. Leta 1999 je 62 odstotkov odraslih prebivalcev Slovenije ocenilo delo za zelo pomembno področje svojega življenja. Prijatelji se zdijo zelo pomembni 42-im odstotkom prebivalcem, prosti čas pa 32-im odstotkom (Slovensko javno mnenje 1999/3 v Hanžek, Gregorčič, 2002, 48). Ker priprava obrokov zahteva veliko gospodinjskega dela, bi lahko sklepali, da je delo, ki se ga vložijo v le-to, v zasebnem okolju zelo cenjeno in to bi lahko ljudi odvrčalo od "iskanja bližnjic", od nakupa (pol)pripravljene hrane. Na drugi strani pa isti podatki tudi kažejo, da se Slovenci močno identificirajo s svojim *poklicnim* delom in da imajo do le-tega (in sebe) visoka pričakovanja: materialna (npr. dobro plačilo), socialna (npr. prijetni sodelavci) in samouresničitelna (npr. možnosti napredovanja, dosežkov, dajanja pobud). Izgorevanje v poklicnem delu, ki je nujno, če želi posameznik/-ca doseči vse to troje, verjetno vodi v potrebo po poenostavitvi gospodinjskega dela.

A tudi, če bo Slovenija nekoč idealnotipska post-materialistična družba, ne pomeni nujno, da bo idealna za proizvajalce in prodajalce (pol)pripravljene hrane. Nekatere postmaterialistične vrednote taki hrani eksplisitno nasprotujejo, druge lahko vodijo v eno ali drugo smer. Naraščajoča ekološka zavest, lahko na primer deluje zaviralno, kajti večino tovrstne hrane proizvede živilska industrija iz surovin, ki ji jih dobavlja industrializirano kmetijstvo. To pa velja, zaradi intenzivne uporabe pesticidov in umetnih gnojil, za velikega onesnaževalca okolja in virov pitne vode.¹⁴ Obenem pa njena uporaba pomeni dodatno kopičenje odpadkov, in sicer zaradi embalaže, v katero je zavita.

Potreba po samoizražanju lahko vodi v to, da posameznik/-ca kuha s pomočjo kupljene (pol)pripravljene hrane. To pa zato, da mu/ji ostane več časa zase oz. za svoje ustvarjalne dejavnosti. Ista potreba lahko vodi tudi v kuhanje iz svežih sestavin. Nekateri raziskovalni podatki namreč kažejo (npr. Murcott, 1995; Lupton, 1996; Probyn, 1998; Warde, Martens, 2000), da so že nastale skupine ljudi, ki razumejo kuhanje kot priložnostno dejavnost, kot intelektualni projekt, mesto osebne ustvarjalnosti in samouresničenja, kot protistresni program po napornem profesionalnem delu; skratka kot nasprotje banalnemu in rutinskemu vsakdanjemu opravilu. Tudi večanje pomena kakovosti življenja lahko na kuhanje vpliva različno: na eni strani lahko pomeni njegovo opuščanje, ker je enolično in naporno in v neposrednem nasprotju s predstavo o kakovostnem življenju, na drugi pa lahko zato, ker je kakovost življenja neposredno povezana z zdravjem, ki je na vrhu lestvice vrednot v Sloveniji (Toš, Mainar, 2002), spodbuja kuhanje iz svežih sestavin. Da hrana, ki jo uživajo, varuje zdravje, se zdi zelo pomembno 73-im odstotkom odraslih prebivalcev Slovenije. Poleg tega imajo ti isti zelo kompleksno predstavo o zdravi hrani. Ta je sveže pripravljena, raznovrstna, vsebuje naravne sestavine in veliko vitaminov ter mineralov, ne vsebuje umetnih dodatkov in je pridelana brez umetnih škropiv in gnojil (Tivadar, 2001).

Videti je torej, da imamo v Sloveniji družbene pogoje za rast uporabe kupljene (pol)pripravljene hrane, a tudi precej nasprotnih tendenc, ki skupaj tvorijo ambivaletni odnos do nje. V nadaljevanju si to ambivaletnost ogledimo še podrobneje.

METODA

Namen raziskave in postopek

Ugotovitve o odnosu do kupljene (pol)pripravljene

hrane so manjši del podatkov, ki smo jih zbrali v okviru prve faze triletnega raziskovalnega projekta z naslovom *Sociološki in socialnopsihoški vidiki zaskrbljenosti zaradi hrane v Sloveniji*. Ker je namen raziskave ugotoviti najprej raznolikost in naravo, nato pa še razširjenost zaskrbljenosti zaradi hrane v Sloveniji, smo se odločili za kombinacijo kvalitativnih in kvantitativnih metod. Od jeseni 2001 do jeseni 2003 poteka kvalitativna faza, ki ji bo sledila kvantitativna (telefonska anketa) na reprezentativnem vzorcu prebivalcev Slovenije. Podatke za kvalitativno fazo raziskave smo zbrali s petimi skupinskimi pogovori (Krueger, Casey, 2000) s skupaj 38-imi udeleženci in udeleženkami. Opis in analiza enajstih vrst skrbi za hrano oz. zaskrbljenosti zaradi nje,¹⁵ ki smo jih do sedaj ugotovili v prvi fazi raziskave, sta že predstavljene (Tivadar, Kamin, 2002).

Intervju

Pogovori so potekali od aprila do avgusta 2002 in so trajali od 90 do 150 minut. Zaskrbljenost smo v delno strukturiranem pogovoru ugotavljali na dva načina: a) posredno, v pretežnem delu diskusije in b) neposredno, usmerjeno na konec diskusije. Posredni pristop smo izbrali zato, da udeležence ne bi vnaprej usmerjali v odgovorih oziroma da bi bili le-ti čim bolj raznoliki in tudi, da bi se izognili "umetnim" skrbem. Zato smo jih spraševali o merilih pri nakupovanju hrane, kuhanju in uživanju hrane in o dejavnikih, ki po njihovem mnenju vplivajo na njihovo prehranjevalno vedenje. Proti koncu diskusije pa smo o morebitnih zadržkih, pomislekih, skrbih in oklevanjih v zvezi s hrano in prehranjevanjem spraševali tudi neposredno.

Osnovno vprašanje o odnosu do kupljene (pol)pripravljene hrane in njeni uporabi smo v okviru posrednega poizvedovanja o zaskrbljenosti postavili v vseh skupinah Glasilo se je: "Kakšen je vaš odnos do pripravljene hrane, ki se jo lahko kupi v trgovini, kot so na primer zmrznjene slaščice, juhe v vrečkah, zmrznjena zelenjava, konzervirana zelenjava, pice, ki jih je treba samo še speči, golaž v konzervi in tako naprej?"

Udeleženci raziskave

Za rekrutacijo udeležencev smo uporabili svoja socialna omrežja v kombinaciji s tehniko "snežene kope", pri čemer smo, da bi dosegli kar se da veliko variabilnost končnih rezultatov, skupine sestavljali v skladu s pravili rekrutiranja fokusnih skupin (Krueger, Casey, 2000). Stremeli smo k temu, da v posamezne

14 Dve tretjini odraslih prebivalcev Slovenije menita, da "vsa umetna kemična sredstva lahko povzročijo raka" in da so "pesticidi in druga kemična sredstva, ki jih uporabljajo v kmetijstvu, izjemno oz. zelo nevarni za okolje" (Toš in sod., 2000).

15 Te so: 1) sestava (prehane), 2) skrbi zaradi znanstvenega in tehnološkega napredka v pridelavi in proizvodnji hrane, 3) priprava hrane in obnavljanje družinskih odnosov, 4) neofobičnost, 5) denarne zadeve, 6) telo, 7) mikrobiološka oporečnost živil, 8) BSE, 9) etika, 10) namizna estetika in lepo vedenje za mizo ter 11) zdravje.

skupine nismo združili socialnodemografsko zelo različnih posameznikov, in drugič, da smo med skupinami dosegli kar se da velike socialnodemografske razlike.

Skupaj smo govorili z 11-imi moškimi in 27-imi ženskami. Prvo skupino so sestavljali redni študenti in študentke dveh ljubljanskih fakultet, drugo ženske različnih starosti iz ruralnega okolja v spodnji Savinjski dolini, tretjo skupino pa ženske in en moški iz manjšega kraja na Primorskem. V četrto skupino so bili ženske in moški tridesetih let iz Ljubljane in njene okolice, v zadnjo pa so bili moški intelektualci srednjih let (35–53 let) iz različnih krajev Slovenije. Prevladujoča izobrazba v skupini študentov in tridesetletnikov je bila srednješolska, v skupini iz Savinjske doline osnovnošolska, v skupini s Primorske poklicna, v skupini intelektualcev pa podiplomska. Velika večina sogovornikov, razen študentov, je bila zaposlena in je živela s partnerjem/-ko in otroki.¹⁶

IZSLEDKI IN RAZPRAVA

Odklonilen odnos do kupljene (pol)pripravljene hrane je bil prevladujoč v vseh skupinah. Vprašanju o (pol)pripravljeni hrani je praviloma sledilo zmrdovanje in odkimavanje. Če bi ne vztrajali pri pogovoru o njej s postavljanjem dodatnih vprašanj, kot npr. "Kaj pa zamrznjeno pico, ali morda to kdaj kupite?", "Dobiti je mogoče tudi testenine z omako v vrečki. Ste jih že poskusili?", "Naredite testo za štrudelj sami?", bi diskusijo o tej temi lahko hitro zaključili. A pogovor se je z malo spodbude intenzivno razvil. Samodejno pa se je začel vrteti skoraj izključno okrog razlogov za uporabo, ki so bili mišljeni oz. izrečeni kot opravičila. Videti je, da imajo posamezniki občutek, da morajo uporabo kupljene (pol)pripravljene hrane vedno utemeljiti in opravičiti z dobrimi (čeprav ne nujno tudi pravimi) razlogi.

Zaviralni dejavniki

Slab okus

Ena od pogosto omenjenih pomanjkljivosti kupljene (pol)pripravljene hrane je njen slab, "konfekcijski" oz. "industrijski" okus, ki so ga udeleženci praviloma navedli kot eno prvih pomanjkljivosti, a niso znali natančneje opisati, kaj jih pri tem okusu moti. Videti pa je bilo, da jim ni všeč, ker je drugačen od okusov, ki so jih vajeni od doma, a tudi ker izdaja umetne sestavine.

"Nikol ni tko dobr narejen, kot če sam skuhaš in zamrznjena zelenjava, k jo kupš v trgovini, je vedno čudna. Al pa to z vrečk, vedno ma okus po kemikalijah." (Brigita, študentka, 22)

"Ne kupujem vlk tega. Zmrznjen štrudel kupim enkrat na let. Domač je velik boljši. Mam rad, da so

drobtine not. Ne kupujem tega iz hladilnika. /.../ Vidi se, da je na hitr narjeno." (Miha, študent, 24)

Da so okus in druge senzorične lastnosti hrane med najpomembnejšimi kriteriji vsakdanje prehrane, je razkrilo veliko raziskav (npr. Shepherd, Towler v Shepherd, 2001; Steptoe et al., 1995; Tivadar, 2001), vendar pa te raziskave kažejo, da je za posameznike zelo pomembno tudi, da hrana, ki jo uživajo, varuje zdravje, da ni predraga, da je naravna itn., in da so ti kriteriji med seboj povezani. To je v skladu s slavnim Lévi-Straussovimi izrekom, da mora biti hrana, če naj bo dobra za jesti, najprej dobra za misliti. Slab okus kupljene (pol)pripravljene hrane torej ni samo posledica tega, da jo industrija pripravlja drugače kot se jo pripravlja doma, da jo na primer drugače začini in zabeli, temveč tudi številnih pomislov glede njene kakovosti, kot bomo videli v nadaljevanju.

Umetni dodatki, maščobe in "bog ve, kaj vse je notri"

Veliko pomislov se je v raziskavi nanašalo na sestavine kupljene (pol)pripravljene hrane. Udeleženci so največkrat omenjali njeno nenaravnost: konzervanse, E-je, umetne stvari in tudi maščobe, ki jih na splošno odvrčajo od tega, da bi jo uživali.

"Te argo kocke, se mi zdijo kr rizične, ne. Mislim, da vsebujejo nekaj, kar ni zdru, da ne bom kej narobe rekla. To, ni za vsak dan, da bi prau velik devala, dam eno kocko rečmo v juho, da bi pa velik, pa ne." (Marjeta, delavka v pralnici, 48)

"Nikol ne gledam na tiste E-je, kakšna inšpekcija bi morala to bol nadzorovat. Jest niti nočem vsega vedet. Potem moraš delat selekcijo. Na drugi strani me pa vseen skrbi, zato konzerv bol mau kupujem." (Mojca, dipl. inž. geodezije, 34)

"Industrijsko hrano jaz gledam bolj tko: kakšne jušne kocke, golaž, vampi ... tam notr je tolk konzervansov po mojem, da ti še želodec prežre. Da ti golaž zdrži, ne vem kolk ma trajnosti, eno, dve leti, pa pašteta ma tud dve leti, se pravi, da mora tu bit konzervansov ogromno noter. Do tega pa imam predsodek." (Igor, učitelj telovadbe, 50)

"Jest ne maram kuhat. Rada pojem kej dobrga, ne, sam ne maram pa tudi tiste hitro pripravljene hrane. Enkrat sem neki pohanga kupla in je bilo tako napito tistga ola, da sem vrgla v kanto za smeti, k ni hotel nobeden jest." (Branka, specialna pedagoginja, 40)

Precej nelagodja je med udeleženci/-kami povzročalo tudi dejstvo, da ko gre za kupljeno (pol)pripravljeno hrano, nimajo nadzora nad procesom njene priprave, pa tudi nezaupanje v živilsko industrijo, ki naj bi jo vodilo prizadevanje za čim večji zaslužek, vendar, žal, na škodo potrošnikov. To vodi v dvojne pomislov:

16 Socialnodemografske značilnosti udeleženk in udeležencev raziskave so natančneje opisane v Tivadar in Kamin (2002).

da so se njihove hrane dotikali tujci in je simbolno okužena; zlasti pa, da vsebuje neznane sestavine in celo tujke. Poglejmo nekaj primerov:

"Jes pa moram reči, ko pomislim, da so to uni tam vse to prijemali ... nisem še kupla pripravljene solate, razen francosko mogoče. V solato lahko vse sorte daš. Doma pa veš kaj daš." (Mojca, dipl. inž. geodezije, 34)

"Pice sami doma delamo, pa štrudle. Edino dvakrat do zdaj smo kupili najnovejše Pečjakove kifeljčke, to je edino, mogoče bomo še kaj, ker so prišli na dober glas. Kaj jaz vem, kifeljč je mal drugač kot pica, kjer nikol ne veš, kaj so ti gor nametal, kaj vse je še zraven padlo, kifeljček je pa le kifeljček. Sej verjetno, da so to mal to predsodki, jes sem pač s podeželja, k smo vse doma kuhali in se mi zdi kvalitetno, če je čim bolj domače." (Peter, učitelj, 53)

"Verjetno ne bi smel vse v isti koš metat. Če ti pr Pečjaku kifeljčke nardijo, sej so tko narjeni kot če bi jih doma, razlika je v tem, da so pol zamrznjeni. To je po mojem čist neki drugga, kot pa če kupiš neko pico pripravljeno." (Anže, učitelj, 45).

Intervjuvarka: "Kaj pa očiščeno in narezano solato, ali jo kdaj kupite?"

Sogovornik Peter (učitelj, 35): "Še lep čas je ne bom. Ker solata se mi zdi pa še posebej občutljiva varianta, ne vem ... Mora bit doma lepo narezana, pa oprana, pa tko naprej, tam je vse na brzino in lahko notr kaj ostane /.../ Gotov da imajo tam tud kontrolo oz. tehnologijo, ki to preprečuje, ampak se mi zdi, da je solata takšna varianta, kjer se lahko ogromno tujkov notr skriva. Doma, ko jaz solato trebam, zlo gledam, da je v redu. Čeravno v gostilni jo pa ješ, bog ve, kakšno pa tam kupijo."

Za bojznijo pred neznanimi sestavinami, ki je posledica odvzema nadzora nad pripravo, je verjetno tudi bojazen, da so sestavine (pol)pripravljene hrane ostanki ali da so vprašljive kakovosti. Problematičen se jim je zdel tudi dolgi rok trajanja, ki so ga imeli za prepričljiv dokaz, da vsebuje ta hrana velike količine umetnih kemičnih dodatkov. Umetne dodatke najbolj povezujejo s hrano v konzervah, manj pa z zamrznjeno hrano, medtem ko za dehidrirane izdelke ni jasno, kam jih glede vsebnosti umetnih dodatkov uvrščajo. Med njimi so namreč omenjali samo juhe v vrečkah, zlasti gobovo, ki je po naših podatkih videti najbolj sprejemljiva dehidrirana industrijsko pripravljena jed. Na podlagi gornjih izjav bi lahko sklepali, da obstajajo bolj in manj sprejemljive kategorije kupljene (pol)pripravljene hrane: zamrznjena je sprejemljivejša od dehidrirane, dehidrirane juhe so sprejemljivejše od dehidriranih glavnih jedi, polpripravljene sladice/slaščice, kot so na primer rogljički, so sprejemljivejše od polpripravljenih glavnih jedi, denimo pic. Zamrznjena hrana naj bi vsebovala manj umetnih dodatkov, na dehidrirane juhe so verjetno navajeni, ker so že zelo dolgo na trgu, rogljički pa imajo v primerjavi s pico oz. njenim nadevom,

ki vsebuje zmečkana, sesekljana ali kako drugače spremenjena živila, ki so težje prepoznavna, jasno, prepoznavno obliko. Hkrati pa se jih uživa zgolj kot prigrizek ali posladek, za užitek in ne za preživetje; so na meji med hrano in ne-hrano, ki ima manj moči kršiti pravila sestavin pravega kosila.

Postanost

Konstitutivna lastnost pravega kosila je tudi, da je sveže pripravljeno, kar praviloma ne velja za kupljeno (pol)pripravljeno hrano in to nekatere odvrača od nje. Izgubo svežosti so udeleženci povezovali s slabšimi senzoričnimi lastnostmi (npr. ni tako okusno), s slabšo užitnostjo (zlasti pri krompirju) in nasploh z nezdravim prehranjevanjem.

"Sveže je, če je doma skuhano. Tisto, ko skuhaš pa da greš kr pojest, je gvišn svež." (Agata, upokojena tovarniška delavka, 66)

"Ne vem, tiste solate tam, k jih imajo tolk časa ... Pofirbcaš mal, pa ideje pobereš, vzameš pa ne. To je vse vprašljivo. /.../ Tam je ves čas izpostavljeno, na odprtem, kljub temu, da je pokrito. Hrana, ki je izpostavljena oksidaciji, izgubi svojo vrednost, kakovost, užitnost, pa tud barvo spremeni." (Polona, poslovna sekretarka, 34)

A tudi svežost hrane ima lahko različne pomena za različne ljudi. Poglejmo primer:

Mojca (dipl. inž. geodezije, 34): "Te pečene piščance pa kupmo, ki jih ma jata. Sem pa ke kakšen petek ... al pa kračo ma že pečeno. Še toplo domov prnesemo, že prej pa krompir in solato pripravm."

Sebastijan (inž. prometa, 34): "Meni tud slučajno ne odgovarja to, da bi kupoval že pečeno zadevo."

Mojca: "Ni da bi pogrevu, tist prneseš toplo domov in takoj poješ."

Sebastijan: "Men gre v nos že tista pečica, k grem tam mim."

Skupni imenovalec zadnjih dveh vrst pomanjkljivosti – umetnih dodatkov in maščob ter postanosti pa tudi industrijskosti okusa – je verjetno prepričanje, da kupljena (pol)pripravljena hrana škoduje zdravju. Že uvo doma sem omenila, da v pojem zdrave hrane v Sloveniji sodi tudi sveža priprava, naravna pridelava in odsotnost umetnih dodatkov.

Nenavajenost

Udeleženci raziskave so kot zaviralni dejavnik uporabe kupljene pripravljene hrane omenjali tudi svoje navade:

"Ta mlad so bolj prilagodljiv, bolj hitro osvojijo okus. Mi se pa še mal tepemo." (Marjeta, delavka v pralnici, 48)

"Smo generacija, ko smo še navajene toliko kuhat in tako, nam je lepo to delat. Če bi ble me tle petnajst let mlajše, bi dost več mele ragujev al pa kej takega, al pa dvajst let mlajše." (Nevenka, kuharica, 47)

"V McDonalds grem dva- do trikrat na let. Zamrznjeno hrano al kej podobnega kupujem še manj. Ne spomnim se, kdaj sem nazadnje kej takega jedel. Nikol tud doma nismo tega jedl. Se izogibam." (Andraž, študent, 20)

"Po mojem je to tudi navada. Pri nas doma nismo imeli navade tega kupvat. /.../ Mogoče je pa čist fajn, vsaj zamrznjena zelenjava, ker pri uni iz konzerv imaš pa že druge pomisleke." (Petra, dipl. inž. ekonomije, 28)

Za sklicevanjem na navade je skrit odpor do novosti v prehranjevanju (t.i. neofobija), hkrati pa lahko sklicevanje na navade razumemo tudi kot nenavajenost na njen okus in ne samo kot nenavajenost na njeno uporabo. Psihološke raziskave prehranjevalnih navad (npr. Pliner 1982 v Woods-Logue 1991; Birch in sod. 1997) namreč ugotavljajo, da je za to, da neko hrano vzljubimo, marsikdaj potrebno le, da jo čim večkrat pokusimo. Leann L. Birch je skupaj s sodelavci ugotovil, da je treba majhne otroke osem do desetkrat izpostaviti novi hrani, da jo vzljubijo. Izpostavljenost pomeni poskušanje hrane, kajti vohanje in gledanje le-te ni dovolj. Iz zgornjih izjav je razvidno, da se na nenavajenost sklicujejo tako mladi kot starejši udeleženci, kar pomeni, da je to tudi priročna razlaga lastnega vedenja, za katero se sicer skriva kopica različnih pomislekov.

Tradicionalnost samopreskrbe

Kvantitativni podatki kažejo, da je v Sloveniji raven samopreskrbe s hrano dokaj visoka. Približno polovica gospodinjstev v Sloveniji pridelava zelenjavo, ki jo zaužije, pretežno sama, tretjina si pridelava sadje. Približno v polovici gospodinjstev redno, vsako leto vkuhavajo zelenjavo, sadje vkuhavajo v dveh petinah, mesnine izdelujejo v četrtini, v četrtini tudi zamrzujejo večje količine sveže zelenjave in v tretjini gospodinjstev večje količine svežega mesa (Kos et al., 2000).

Samopreskrba pa je tudi pomemben zaviralni dejavnik kupovanja (pol)pripravljenih hrane:

"Jaz nisem navajena, zelenjavo vso pridelam, ma ne vem, men ne dopade." (Angela, upokojenka, 52)

"Tle mam skor use vrte, ne. Tako da to dost vpliva na to kuharijo. Če bi ble vse v nekih stolpnah, glih taku vse kupiš. Samo, če že imaš doma vrt in da ti doma raste, se ti že škoda zdi, da gre tm v nič in že bolj rabiš. Vsaj jaz tako po sebi gledam." (Nevenka, kuharica, 47)

"Mi imamo kmetijo, od kisle repe in zelje, ne vem kaj vse pripravljam, al pa smo meli češenj čuda, sem jih vložila v kozarce in v škrinjo. Sem delala štrudelj, pa češnjeve sladice. Je polhno dela, ohromno, se pa dosti prišpara." (Anica, frizerka, 50)

Razširjenost samopreskrbe in neformalne oskrbe je bila pred osamosvojitvijo Slovenije posledica zamude v modernizaciji družbe (slabo razvita urbana kultura, po-

vezanost s sorodniki na podeželju, nezanesljiva formalna preskrba, nizki dohodki). Ko se je v Sloveniji v začetku devetdesetih let 20. stoletja spremenil družbeni red, so k nam skupaj z modernizacijskimi dosežki začele prihajati nove vrednote, ki se izražajo v težnjah po varovanju okolja, naravnem življenju, individualizmu, v aktivni skrbi za telo in zdravje, ki so se odlično ujele z ostanki preteklosti. V Sloveniji ima dve tretjini gospodinjstev zelenjavni vrt, od tega je takih petina mestnih gospodinjstev (Tivadar, 2001). Tako danes na mestni zemlji druga ob drugi obdelujeta svoja vrtova tradicionalna vrtičkarica in postmoderna vrtnarka. Povedano metaforično, prva je tovarniška delavka in ima vrt zato, da kaj prihrani in ker jo vodi prepričanje, da je prav, če je zemlja obdelana, pa še zato, da ve, kaj njena družina jé; drugi, učiteljci, pa delo na zemlji pomeni oživiljen stik z naravo, vrnitev h koreninam, duhovno izkušnjo, protiutež abstraktnemu intelektualnemu delu in priložnost za učenje sonaravnih načinov gojenja rastlin (Tivadar, 2002).

"Predrag, premau in zanc"¹⁷

Pogosto omenjena pomanjkljivost kupljene (pol)pripravljenih hrane je neustrezno razmerje med ceno in količino ter kakovostjo: cena je previsoka, količina premajhna, kakovost pa vprašljiva. O tem so naši sodelavniki živahno razpravljali:

"Jest imam štiri moške in se poooje! (pokaže en meter med rokami). Tiste plađenjčke k dajo, to ni za nas, to se poje." (Anica, frizerka, 50)

"Ko pogledam lazanjo, kolk jo je tam notr ... Jes jo nardim cel pleh in jo majo naši potem še za večerjo. Pride me mogoče dva jurja pa pol, ampak res nabašem 80 dek mesa, parmezana velik, vsega, Bariila testenine; bom rekla ta drage variante, pa vseen je velik cenej." (Katja, knjigovodkinja, 34)

"Jes sem prejšnji mesec kupu tiste kalamare, nikoli več jih ne kupim, niti ene več. Kalamari narejeni, pripravljeni, vam povem, tisto je obupno, sam moko sem kupu in jajca, ne kalamare. Dal sem 800 tolarjev, k sem kupu tist paket kalamar, 800 tolarjev! Za 800 tolarjev bi kupu celo kilo kalamarov, mi štirje ne pojemo. In mi štirje smo dobili vsak tisth pet in smo se gledali in za nič niso bli. Porabiš deset minut več cajta in jih nardiš prou in smo vsi sit." (Eniz, kovinostrugar, 47)

"Men pa te pice, k so zmznjene ... v redu, sej bi blo, ne, ampak, jes jo moram še naložit. Jes, če hočem jest kruh, bom kruh kupla, če hočem pico, pa hočem, da je naložena. Bom dodala gobe, sir, salamo, potem je pa čist vseen, če jo nardim sama al naročim al pa, če jo grem v svojo najljubšo picerijo iskat." (Andreja, frizerka, 34)

Da je v zahodnem kulturnem okolju cena pomemben dejavnik pri nakupovanju hrane, ugotavlja precej

17 Andro, mizar, 34.

raziskav (npr. Steptoe et al., 1995; Tivadar, 2001; Prescott et al., 2002). Na podlagi njihovih ugotovitev bi lahko sklenili, da hočejo ljudje zelo kakovostno, a poceni hrano. Precejšnje ukvarjanje z ravnovesjem med ceno in kakovostjo je bilo v naši raziskavi značilno za vse skupine udeležencev in za vse skupine hrane, ne le za kupljeno (pol)pripravljeno. Vendar pa se je v izjavah udeležencev in v kontekstu, v katerem so jih izrekli, bolj izražala želja po *gospodarnosti* kot po *varčnosti* za vsako ceno. Večina jih namreč misli, da je poceni hrana tudi neakovostna.

To se ujema z ugotovitvami Daniela Millerja (1997), ki je tako raziskoval nakupovanje v Severnem Londonu, da je udeležence raziskave osebnostno spremljal po nakupih. Ugotovil je, da je želja po gospodarnem nakupovanju živila ena od treh temeljnih lastnosti vsakdanjega nakupovanja. Vendar pa vsota denarja, ki jo zapravimo za hrano, sploh ni povezana z občutkom gospodarnosti. Njegove udeležence in udeleženci so imeli občutek, da so gospodarni, če so bodisi kupili tri izdelke za ceno dveh, trgovinsko blagovno znamko, pocenjen izdelek, dražji izdelek, a boljše kakovosti ali majhne količine, da jim hrana ni ostajala. Večja kot je ponudba, več načinov si lahko izmislimo, da opravičimo svoje trošenje ali zapravljanje kot premišljeno denarno naložbo. V trgovino gremo z namenom, da bomo v njej zapravili denar in odidemo iz nje prepričani, da smo ga pravzaprav prihranili (Miller, 1997).

Premalo ljubezni in skrbi za družino

Udeleženci verjamejo, da je kakovost hrane v vzročni zvezi s količino časa, ljubezni in skrbi, ki so bili vloženi v njeno pripravo. Simbolični pomen družinskega kosila je močan, morda celo najpomembnejši zaviralni dejavnik kuhanja s kupljeno (pol)pripravljeno hrano. Majhna uporaba te-te je bila utemeljena s tremi razlogi, ki so prepleteni med seboj:

a) Družina zahteva ali pričakuje jedi, ki so pripravljene iz svežih sestavin:

"Mož, otroc pa vnuki so bolj zadovoljeni, če same naredimo. Če narediš štruklje, al pa kej tajega, to imajo zelo radi, pa tud pravjo, da so najblj dobr štruklji tist, ko jih naredim jest, al pa svaljke pa tak. Mi že naprej naročjo, kaj bomo jedli, kaj bom skuhala, ko bojo pršli." (Jožica, upokojena tovarniška delavka, 59)

"To je stara vzgoja, se čutem dolžna to narediti za družino, se matram cel dan, potem me še ošvrcajo, da ni kej dobri, ampak jest vseenu to naprej rinem. 'Pa zakej ni domač kruh? Kej ne moreš spečt doma kruha?' rečejo vsi. To je ohromno enga dela in mene, še bolj kot me moti kuharija, moti posoda potem. Sej mam stroj, ma kej dam lahko noter?" (Anica, frizerka, 50)

"Pr ns se ne kuha en dan vnaprej, pa vsak dan delam, pa delam tud ob nedeljah, pa pridem domov, je poldne in pol, če jemal govejo župo skuhano. Nč uno z vrečke Knorr, jest jih bi odpraula s Knorr, sam niso

zadovoljni. Enkrat sem kupla njoke, une z vrečke, zmrznjene, in so rekli: 'Dnes si mislla, da nas boš tko hitr odpraula, o ne, kr nesi psi, nej jih jej.' In pol nima smisla, pol ne kupujem zmrznjenga. Če kupim zmrznjen, je to kšen grah, špinača zmrznjena, v konzervi kšen fižol mogoče zdej poleti, zato ker se uni hitro pokvari, redkokdaj kšna juha, taka kremna, kšna gobova, redkokdaj. In kar je v konzervah kšen kompot in tle se pr konzervah in zmrznjeni konča. Drugo pa mora bit prpravljeno dnevno." (Zora, poslovodkinja v trgovini, 43)

b) Domača kuha je za gospodinjo dokaz, da dobro skrbi za družino, hkrati pa v njej išče samoizpolnitev. Kupljena pripravljena hrana tudi zmanjšuje pomen kulinaricnega znanja in veščin ženske. Gotovo jed zna namreč vsak pogreti (Warde, 1997, 152). To razmišljanje je bilo v raziskavi značilno zlasti za ženske iz kmečkega okolja:

"Pa neki mormo tud same gospodinje naredit, mormo neki pokazati kaj znamo. Potem smo pa vesele, če nas kdo pohvali, smo tud na to pozorne, a je dobr al ni dobr." (Olga, kmečka gospodinja, 52).

"Če nč ne bi sama naredila, tud ne bi bila nč uredna, če bi kr tam ležala pa ... Zdej, ker je mlad, pa ma otroke pa se jim mora posvetit, šola pa to, je drugač. Sigurn, da je tist bl važn, ko pa kuhaje, ne. Ko si enkrat starejš, pa mislim, da vidiš v tem tud smisu, ne." (Marjeta, delavka v pralnici, 48)

"Je tudi užitek skuhat, spečeš štrudel, če vidiš, da ti ga pojejo." (Nevenka, kuharica, 47)

c) Zato da se družina pri skupni jedi lahko obnavlja in krepi, ne zadostuje samo, da družina je skupaj, ampak mora jesti doma skuhano hrano:

"To, da je doma pripravljeno, je neki zelo pomembnega. Nekaj zelo pomembnega, če je nekaj z ljubeznijo pripravljeno in doma pripravljeno in če sam nardiš in tko naprej, in če to nardi skupina ljudi zase, to ima čist drugačno vrednost, kot pa če ti greš in eno zamrznjeno živilo kupiš tamle pa ga prvečeš domov. Se pravi ima svoj socialni vidik, ne samo prehranbenega." (Martin, učitelj, 46 let)

Navedene izjave povsem potrjujejo številne vidike pravega kosila, ki sem jih opisala v uvodnem delu. Govorijo o ženski, ki živi zato, da izpolnjuje želje svojega moža in otrok, pozna svoje mesto v družbi, ker sicer "ne bi bila nč uredna" in o velikem čustvenem pomenu družinskega kosila. Ženske pa v izpolnjevanju svojih družbenih vlog najdejo tudi užitek, kuhanje ni le obveza in prisila, ampak tudi sredstvo s katerim se samouresničujejo. Pomenljivo pa je, da naše sogovornice iščejo svoj užitek v okviru predpisanih družbenih vlog žene-gospodinje-matere in ne zunaj njih. Enako je ugotovila tudi Ann Allison (1997) za Japonke, ki imajo otroke v mali šoli. Te morajo zanje vsako jutro skuhati kosilo za v šolo. Mnoge pripravljajo prave kulinaricne mojstrovine. Da bi šlo otrokom kosilo čim bolj v slast,

jedi krasijo z metulji iz limoninih koščkov, rožicami, narejenimi iz klobas, redkvic, paradižnika ali zelenih listov, jadrnicami iz kumaric, redkvicami v obliki gobic itn.

Pospesevalni dejavniki

Pomisleki o kupljeni (pol)pripravljeni hrani, ki sem jih predstavila v prejšnjem poglavju, ne pomenijo, da je naši sogovorniki ne uporabljajo. V nadaljevanju si oglejmo eno veliko in pet majhnih skupin dejavnikov, ki vodijo v njeno uporabo.

Priročnost

Udeleženci največkrat kupijo (pol)pripravljeno hrano, ker jo lahko hitro in/ali enostavno pripravijo in ker si je z njo enostavno pripraviti zalogo.

"Se izogibam tega, sam če je pa stiska s časom ... špagete hitr nardim, pa ragu v konzervi hitr pogreješ in maš kosiu v petnajstih minutah narjen. Sem pa tja grem u Mkdonaldsa. Zamrznjene stvari zlo mau kuham. Ni-sem glih rojen kuhar, raj kšno pico naročim." (Jože, študent, 22)

"V skrinji mora bit, če nucaš vzameš ven, če ne pa ne. Če včasih pride kriza, da nimaš časa narest, hitr ven vzameš. Te rogljičke, bolj sladke stvari, za obiske. Drugač pa ne." (Andro, mizar, 34)

"Al pa recimo, idealno – Bofrostova čebula že nasekljana, jes vedno tulim, kadar čebulo režem. Jes ne grem za golaž rezat čebule. Če se hočem potruditi in rečem: 'Zdej bom pa tak res dobr golaž nardila', potem jo pa nasekljam. Od Bofrosta kupujem še sladoled, torte, ribe, špinačo, brokoli, jušno zelenjavo." (Tina, vzgojiteljica, 34).

V zadnji izjavi se prepozna tudi povezanost med trudom gospodinje in skrbjo za družino z (ne)uporabo kupljene (pol)pripravljenе hrane (kupljene narezane čebule), ki sem jo opisala v prejšnjem poglavju. Hkrati pa udeleženka uporabo narezane čebule posebej utemelji z neprijetnim dejstvom, da ji ta povzroča solzenje.

Tako kot navade, se tudi pomanjkanje časa lahko navede kot izgovor za druge odpore, na primer odpor do kuhanja. Ista udeleženka je trditve članov v svoji skupini o domnevno majhni uporabi kupljene (pol)pripravljenе hrane tako komentirala:

"Men se pa zdi, zdaj ko tole poslušam, al mate vsi tolk časa za kuhat al kaj, jes ga nimam. In jes zelo pozdravljam te stvari. Ne vsega. Ampak men zmanjka časa. Rada pečem, rada packam take sladke stvari, kuhanje mi je bolj nujno zlo, to je res. Če mam velik časa, potem rada kej skuham, al pa za obiske pa tko. Med tednom nimam nobenga časa." (Tina, vzgojiteljica, 34)

Med razloge v okviru priročnosti, bi lahko šteli tudi tega, da udeleženci kupljeno (pol)pripravljeno hrano uporabljajo tudi, ko imajo dovolj časa za kuho, vendar

bi ga raje porabili drugače. Pri tem je treba opozoriti, da ne gre za prava družinska kosila; v prvem primeru, ki ga navajam, gre za prigrizek, v drugih dveh pa za zakonska para, katerih otrok čez teden ni doma, ker študirajo v Ljubljani.

"Določene pripravljene solate, ki sem jih probala, so ble zelo dobre. Pa tud včasih ti zapaše glih mal zraven sendviča. A bom šla za to, da si bom prpraula tako solato še pol ure časa zgubljat, da bom to naštimala, pol pa na konc še nau tko dobra?" (Andreja, frizerka, 34).

"Gobovo juho jest zmiri kupm, ali je samostojna za jest ali za omako nardit. Kupim tudi prebranec, tipo pasulj, je enkrat, za dva človeka ga ne morem kuhat, anu tisto daš v pečico, še malo pancete notri ..." (Nevenka, kuharica, 47)

"Med tednom, če sva sama, se pa kakšna stvar ne splača delat in naredim nekaj na brzino. Za vikend pa imamo celo veselico. Je veselje, če je več ljudi, če sta dva človeka, pa tudi kakšna škatla pride prav. Zakaj da ne? Se mi zdi škoda, da tri ure stojim pri šporgetu in da bova midva mal mešala po krožniku." (Smiljana, knjigovodkinja, 44)

Ker se zdi uporaba tovrstne hrane, kot je bilo videti v prejšnjem poglavju, udeležencem/-kam problematična vsaj iz sedmih različnih razlogov, jo minimalizirajo; z njo pripravijo le del, ne vsega obroka: npr. juha iz vrečke in domače palačinke, zamrznjeni cmoki in domača zelenjavna juha, osnova za omako itn. S tem, ko se jo pomeša s hrano, ki je pripravljena iz svežih sestavin, ko se jo torej vključi v znani kulinarični okvir, se jo "udomači", naredi znano in s tem bolj užitno. Hkrati lahko kuhar/-ica pri sebi ohrani občutek, da še vedno kuha sam/-a, kar pomeni, da ustrezno skrbi za zdravje in blaginjo svoje družine:

"V teh stvareh ni biološko nič več živega. Zamrznjene zadeve se kupujejo za tisti dan, ko veš, da ne boš mogel kosila pripraviti. Recimo zamrznjeni štruklji al pa zamrznjeni cmoki. Da jih imaš za k zelenjavni juhi, ki jo pripraviš v pol urce." (Martin, učitelj, 46).

"Pripravljeno hrano sem pa jaz tudi že probala. Sladice, pa testo za štrudel, ta je še najboljši, drgč pa druge stvari pa tud enkrat probaš, ne ne vem kolk, /.../ da bi se stalno s tem prehranjeval, pa ne. Kakšno omako, pa to, tist pa kupim kdaj, npr. Fant omako, da mam mal prej narjeno omako pa neki pol doma nardiš, mal zravn pa maš, ne. Tak, da je vsega neki." (Majda, šivilja, 49)

Drugi pospeševalni dejavniki

1) Izhod v sili

Nekateri (pol)pripravljeno hrano kupijo le, če jim zmanjka lastnih zamrznjenih zalog:

"Mi od Bofrosta jemljemo špinačo, brokoli, take stvari, sam to sam takrat, ko ni na vrtu." (Katja, knjigovodkinja, 34)

"Pri nas imamo velik zmrzovalec, ampak ne kupujemo nč industrijsko zmrznjenga, mogoče pet procen-

tov, če kaj zmanjka, npr. korenčka marca. /.../ Mene to, da je zmrznjeno čist nič ne moti, pomembno pa je, da je doma pripravljeno, da nardiš sam iz lastnih sestavin." (Peter, učitelj, 53).

2) Neizurjenost

(Pol)pripravljena hrana bi lahko bila rešitev za tiste, ki ne znajo kuhati. A tega ni omenil nihče. Gospodinje so povedale le, da "pride prav" takrat, ko ne znajo pripraviti določene jedi. Zlasti velja to za listnato testo in pecivo iz njega.

"Pečjakove rogljičke, na primer, vem, da jih nikoli ne bom znala tako dobre narditi. Če jih enkrat na leto spečem, ni to nič hudga." (Brigita, študentka, 22).

"Pr nas se zelo velik peče, to je moj hobi, to rada delam, tko da bi prou velik to kupovala, to ne. Rogljičke pa listnato testo, to še nikdar nisem sama nardila. Vlečeno vedno, pico, mi na kraj pameti ne pride, da kupim uno, ker pico maš, če se zdele spomnš, prej ko v eni uri na mizi." (Kaja, knjigovodkinja, 34)

3) Užitek, za izboljšanje okusa

Nekateri (pol)pripravljeno hrano uživajo tudi, ker jo imajo radi, jušne kocke pa so dobrodošel pripomoček za izboljšanje okusa jedi:

"Men zapaše zvečer, pozim ali pa če je mraz, tiste tamale juhce, k jih preliješ z vodo mam strašno rada. Pa vem, da je plastik fantastik." (Tina, vzgojiteljica, 34)

"Jes zmrznjeno tudi kupim, za otroke na primer, kupim rdeče zelje, ja rdeče zelje majo radi, pa one svaljke s skuto od Pečjaka. Ta večji kombinira tiste svaljke in zmrznjeno rdeče zelje. Pa si ga segreje v mikrovalovni, tist se pa skuha." (Igor, telovadni učitelj, 50)

"Jaz imam pa rada štruklje. Pa tiste krokete tudi vzamemo, tiste piščančje, tist dostkrat, zelo dostkrat kupimo tak, pa štrukle sploh. Tiste cmoke, pa ne tk velik, včasih pa tudi. Nudlice pa dostkrat sama naredim." (Agata, upokojena tovarniška delavka, 66)

"Kokošje kocke, pa malo Vegete je tud dobr. Okus spremeniš. Saj zihr daš v juho korenja, peteršila, sam ni taka, če ne daš majčkeno kocke notri pa fertik, je prav ali pa ni prav. Ne vemo, ali delamo prav ali ne." (Olga, kmečka gospodinja, 52)

A tudi dober okus jušnih kock je treba racionalno utemeljiti:

Intervjuvarka: "Vi ste rekli, da pripravljene hrane ne kupujete. Po drugi strani pa je precejšnja ponudba te hrane ravno na vegetarijanskih policah, recimo juh iz kvasnih ekstraktov in podobnih stvari."¹⁸

Udeleženec Martin (učitelj, 46 let): "To kupujemo, recimo zelenjavne juhe v kockah. Namesto dve kocki, vržeš pol kocke notri, da jo otroc raje jejo, ker ima določen okus, določene začimbe (ki so jim všeč). Ampak to ni glavno živilo v obroku, to je za barvanje okusa. Poleg tega ima kvas, B12, ki ga drugače ne

dobiš, pa niacin ... Ja, to morš posegat po teh stvareh."

4) Na dopustu

Primerna je tudi, ko se gre na dopust, npr. na hrvaško obalo. To pa zato, ker naj bi bila cenejša od (sveže) hrane, ki se prodaja v hrvaških trgovinah.

"Al pa, če si na dopustu. Še zmeraj je cenej v Sloveniji kupt. Vzameš juho, take stvari, k so pakirane, že delno pripravljene, v konzervah, grah al pa kej tazga." (Polona, poslovna sekretarka 34)

K ugodni ceni, ki jo omenja udeleženka, bi verjetno lahko dodali tudi željo gospodinj, da bi se na počitnicah razbremenile kuhanja, a tega ni omenila nobena.

5) Popestritev jedilnika

Kupljeno (pol)pripravljeno hrano se uporablja tudi za popestritev jedilnika:

"Zmrznjen krompir za pomfri, Onkel bens omake, juhe, kaj pa vem, cmoke Pečjakove ... to jaz vse kupujem, malo smo se razvadili, tudi otroci, pa tudi na hitro je treba naredit, k je le služba pa tak naprej, tk da, kaj pa vem, jaz se kar velik stvari poslužujem /.../ jst kar dost, k rada kej novga probam." (Karmen, bolničarka, 25)

"Jaz rada postikam po čem novim in rada kombiniram. Men se recimo dopade džuveč u škatli, jaz skombiniram malo svoje kuhinje, kot dodatek je pa ta džuveč. Jaz ga ne znam narediti, jaz znam narediti sataras s svežo zelenjavo, vendar je džuveč zame neki družga. To juho z vrečke občasno tud skuham, kaj jaz vem, včasih si jo želim jest. Rada tudi kakšne nove kaše probam, zdaj so zelo moderne kaše. To delam predvsem zaradi tega, ker imajo mladi drugačne želje, brez mesa, pa dosti zelenjave, pa takega i onakega in dosti te hrane je hitro pripravljene. Jaz jo malo kombiniram. Me zanimajo tudi nove stvari. In si kupim, če je kaj na novo, v kakšni hladilni omari, pa kupimo pa poskusimo, ne. Nekaj je dobrega, nekaj je slabega." (Smiljana, knjigovodkinja, 44)

ZAKLJUČEK

Glavni sklep naše raziskave je, da je odnos do kupljene (pol)pripravljene hrane precej ambivalenten. Naše sogovornike odvrča od njene uporabe vsaj sedem in jih vodi vanjo vsaj šest različnih vrst dejavnikov, ki se ponavadi ne izključujejo, ampak se nenehno prepletajo med seboj. Kateri bo prevladal, je odvisno od situacije, v kateri se ljudje trenutno nahajajo, ne pa od njihovih socialnodemografskih značilnosti.

Odklonilni odnos je posledica prepričanj o slabem, industrijskem okusu, o umelnih dodatkih, maščobah in neakovostnih sestavinah ter izgubi svežosti, kar je povezano predvsem z bojznijo, da bi vse to škodilo zdravju. Razloga za te pomisleke sta netransparentnost proizvodnih postopkov in mnenje, da živilsko industrijo

18 Udeleženec in vsa njegova družina so vegetarijanci.

vodi predvsem želja po dobičku na škodo potrošnikov. Udeleženci raziskave so še omenjali, da je pri kupljeni pripravljani hrani razmerje med ceno, količino in kakovostjo slabo, da nanjo niso navajeni, in da se je ne splača kupovati, ker si veliko hrane, zlasti zelenjave in sadja, pridelajo sami. Kot najpomembnejši zaviralni dejavnik pa se je pokazal velik simbolični pomen družinskega kosila, ki ga mnogi razumejo kot pripomoček za obnavljanje družinskih vezi. Njegova uspešnost je neposredno odvisna od količine časa, ljubezni in skrbi, ki so vloženi v njegovo pripravo. Slabo mnenje o (pol)pripravljeni hrani ne pomeni tudi, da je udeleženci ne kupujejo. Najpomembnejši razlog za uporabo take hrane je njena priročnost, ki je povezana s prihrankom časa (zaradi hitre in enostavne priprave) ter z njeno primernostjo za zaloge. Ljudje jo uporabljajo tudi, ko jim znanjka doma pripravljenih zalog ali če česa (npr. listnatega testa) ne znajo pripraviti sami ali ko so na počitnicah. Edina dva razloga, ki sta izražala pravo naklonjenost (in nista bila predvsem opravičevanje), pa sta bila, da imajo tako hrano radi in da si z njo popestrijo jedilnik oziroma da pokusijo novo jed. Kupljena (pol)pripravljena hrana, zlasti etnične jedi, je primerna za ljudi, ki se jim, ko kuhajo, ne da eksperimentirati ali pa za to nimajo možnosti. Je skratka dober (in varen) način pokušanja kulinaričnih novosti.

Pomanjkljivosti kupljene (pol)pripravljene hrane, ki so jih omenjali naši sogovorniki, sicer ne onemogočajo njene uporabe, jo pa zagotovo ornejujejo. Pogosto jo, da bi čim bolj zmanjšali vpliv negativnih lastnosti (npr. umetnih dodatkov) ali bojzani, da ne skrbijo dovolj za družino, in bi pred seboj ter drugimi prikrili njeno uporabo, pripravijo kot del sicer sveže pripravljenega obroka. Naši podatki kažejo, da ljudje najpogosteje kupujejo zamrznjeno zelenjavo, juhe v vrečki (zlasti gobovo) in zamrznjene izdelke iz testa, kot so npr.

njoki, svaljki, štruklji, pa zamrznjeno testo in zamrznjene slaščice, zlasti rogljičke. Velika večina udeleženk in udeležencev je odločno zanimala, da kupuje pripravljene (glavne) jedi.

V mnenjskih anketnih raziskavah, v katerih se sprašuje po pogostosti uporabe kupljene (pol)pripravljene hrane, lahko pričakujemo t.i. "podporočanost" (*angl. under-reporting*), saj zaradi njenega kombiniranja z "domačo" hrano in njenega moralno oporečnega statusa nanjo ljudje zlahka in radi pozabijo. Naši rezultati kažejo, da je kupljena (pol)pripravljena hrana moralno sporna predvsem, ker ogroža dve najbolj pomembni vrednoti prebivalcev Slovenije – družino in zdravje. Ker pa so jo ljudje, ker želijo ali morajo vsak dan kuhati, marsikdaj prisiljeni uporabljati, njeno uporabo vedno dobro utemeljijo, vendar se kljub temu občutkov krivde nikoli zares ne otresejo. Recept v zvezi z uporabo kupljene (pol)pripravljene hrane, ki kroži med ljudmi, je torej tak: z *dobrim razlogom in s pravo mero*.

ZAHVALA

Predstavljeni rezultati so nastali na podlagi prve faze triletnega doktorskega raziskovalnega projekta z naslovom Sociološki in socialnopsihološki vidiki zaskrbljenosti zaradi hrane v Sloveniji (Z5-3214-0582-01), ki ga finančno omogoča Ministrstvo za šolstvo, znanost in šport RS. Predstavitve prvih rezultatov raziskave na 15. svetovnem sociološkem kongresu so nam poleg MŠZŠ z donacijami oz. sponzorskimi sredstvi omogočila podjetja Droga, Mercator, Gorenje, Meso Kamnik, Kambus in Mestna občina Ljubljana. Iskreno se zahvaljujemo tudi podjetjema Mercator in Gra-Iteo, ki sta nam posredovali prodajne podatke, ter vsem udeleženkam in udeležencem raziskave, ki so z nami velikodušno delili svoja razmišljanja, izkušnje in skrbi.

SAVE MONEY, WASTE LOVE: AMBIVALENCE TOWARD PURCHASED CONVENIENCE FOOD

Blanka TIVADAR

University of Ljubljana, Faculty of Social Sciences, SI-1000 Ljubljana, Kardeljeva ploščad 5
e-mail: blanka.tivadar@guest.arnes.si

SUMMARY

The article highlights the outcomes of the qualitative portion of research into the concern regarding food in Slovenia, centred on the attitude toward purchased convenience food. The data was collected by means of five group interviews with a total of 38 participants from different social and cultural backgrounds. In the introduction the author defines the concept of purchased convenience food and describes the accelerating factors (capital

interests, demographic trends and changes of values) for its use that are most frequently mentioned in Western nutrition theory and their possible impact in Slovenia. The central part focuses on the description and analysis of seven groups of reasons not to buy convenience food and six groups of reasons for buying it. The expressed doubts were related to ingredients and the loss of freshness, which can have harmful effects on the consumer's health. These doubts derive from the lack of transparency of production processes and from the opinion that the food-processing industry is mostly driven by profit at the expense of the consumers. Consumers are discouraged from using convenience food by their habits and neophobia, a high level of food self-sufficiency, a disproportionate relation between quantity, quality and price, and in particular the high emotional value of family dinners, which are seen as a constituent of a good, proper family; to perform its function successfully, food has to be home-cooked. Arguments supporting the purchase of convenience food include the saving of time and practicality. Convenience food is also used when consumers run out of their home-grown frozen food supplies, if they are unable to prepare a certain dish, for pleasure, on holidays, to provide variety to their diet, or to get acquainted with new culinary products.

The main finding of the research is that the attitude toward purchased convenience food is quite ambivalent. A negative opinion about it does not prevent its consumption; arguments for and against it are constantly interchanging. Which argument will prevail depends mostly on each specific situation. The deficiencies of purchased convenience food, mentioned by the consumers, do not discourage them from using it altogether but do limit its consumption. Often, to minimize its negative effects (for example, artificial supplements and the feeling of not taking care of their families) and to hide its consumption from themselves and others, they include it in a fresh home-cooked meal. The majority of interviewees vigorously denied buying pre-prepared (main) dishes. Combinations of purchased convenience food with home-cooked food and the morally opposable status of the former may lead to under-reporting in consumer surveys on the frequency of consumption of purchased convenience food.

Key words: convenience food, home meal replacements, food habits, attitudes, concerns

LITERATURA

- Allison, A. (1997):** Japanese Mothers and Ōbentos. The Lunch Box as Ideological State Apparatus. V: Counihan, C. in Van Esterik, P. (ur.): Food and Culture. A Reader. New York – London, Routledge, 296-314.
- Beardsworth, A., Keil, T. (1997):** Sociology on the Menu. London – New York, Routledge.
- Birch, L. L., Orlet Fisher, J., Grimm-Thomas, K. (1997):** The development of children's eating habits. V: Meiselman, H. L., MacFie, H. J. H. (ur.): Food Choice, Acceptance and Consumption. London, Blackie Academic and Professional, 161-206.
- Bonke, J. (1997):** Economic Influences on Food Choice – Non-convenience versus Convenience Food Consumption. V: Meiselman, H. L., MacFie, H. J. H. (ur.): Food Choice, Acceptance and Consumption. London, Blackie Academic and Professional, 293-317.
- Candel, M. J. J. M. (2001):** Consumers' Convenience Orientation Towards Meal Preparation: Conceptualization and Measurement. *Appetite*, 36, 1. Elsevier science, 1-14.
- Charles, N., Kerr, M. (1988):** Women, Food and Families. Manchester, Manchester University Press.
- Darian, J. C., Cohen, J. (1995):** Segmenting by Consumer Time Shortage. *Journal of Consumer Marketing*, 12, 1. Chicago, University of Chicago Press, 32-44.
- Davies, G., Madran, C. (1997):** Time, Food Shopping and Food Preparation: Some Attitudinal Linkages. *British Food Journal*, 99, 3. Emerald, 80-88.
- Fischler, C. (1980):** Food Habits, Social Change and the Nature/Culture Dilemma. *Social Science Information*, 19, 6. London, Sage, 937-953.
- Fischler, C. (1988):** Food, Self and Identity. *Social Science Information*, 27, 2. London, Sage, 275-292.
- Gronow, J. (1996):** Regularities of Eating. Paper to be presented at the ESA subgroup The Sociology of Consumption. Tallin, Estonia, 29th August – 1st September 1996.
- Hanžek, M., Gregorčič, M. (2002):** Poročilo o človekovem razvoju. Slovenija 2000-2001. Ljubljana, Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj.
- Inglehart, R., Baker, W. E. (2000):** Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values. *American Sociological Review*, 65. Washington, American Sociological Association, 19-51.
- Lupton, D. (1996):** Food, the Body and the Self. London, Sage.
- Kos, D., Gantar, P., Renner, T. (1981):** Sociološki vidiki razširjanja obstoječih in uvajanja novih oblik družbene prehrane (1. faza). Raziskovalna naloga. Ljubljana, Fakulteta za sociologijo, politične vede in novinarstvo.
- Kos, D., Tivadar, B., Ule, M., Renner, T., Hočevar, M. (2000):** Razvoj orodij in model za spremljanje rabe kmetijskih in živilskih proizvodov. Raziskovalno poročilo. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede, Institut za družbene vede.
- Krueger, R. A., Casey, M. A. (2000):** Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research. London, Sage.

- Lien, M. E. (1997):** Marketing and Modernity. Oxford in New York, Berg.
- Luthar, B. (ed.) (2002):** Življenjski stili v medijski družbi. Raziskovalno poročilo. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede, Inštitut za družbene vede.
- Madill-Marshall, J. J., Heslop, L., Duxbury, L. (1995):** Coping With Household Stress in the 1990s: Who Uses Convenience Foods and Do They Help? V: Kardes, F. R., Suhan, M. (eds.): Advances in Consumer Research. Association for Consumer Research, 22. Provo, UT, 729-733.
- Mercator (1999-2002):** Mercator, d.d. Podatki o prodaji zamrznjenih polpripravljenih živil in jedi. Ljubljana, Mercator, d.d.
- Miller, D. (1998):** A Theory of Shopping. Cambridge, Polity Press.
- Murcott, A. (1982):** On the Social Significance of the Cooked Dinner in South Wales. Social Science Information, 21, 4-5. London, Sage, 667-696.
- Murcott, A. (1983):** It is a Pleasure to Cook for Him: Food, Mealtimes and Gender in Some South Wales Households. V: Gamarnikow, E., Morgan, D., Purvis, J., Taylorson, D. (eds.): The Public and the Private. London, Heineman Educational Books, 78-90.
- Murcott, A. (1995):** Raw, Cooked and Proper Meals at Home. V: Marshall, D. W. (1995): Food choice and the Consumer. London, Blackie Academic and Professional, 219-235.
- Panel trgovin (2000-2002):** Podatki o trgu pripravljenih jedi v Sloveniji. Ljubljana, Gral-Iteo.
- Prescott, J., Young, O., O'Neill, L., Yau, N. J. N., Stevens, R. (2002):** Motives for Food Choice: A Comparison of Consumers from Japan, Taiwan, Malaysia and New Zealand. Food Quality and Preference, 13. Elsevier Science, 489-495.
- Probyn, E. (1998):** Mc-Identities. Food and the Familial Citizen. Theory, Culture and Society, 15, 2. London, Sage, 155-173.
- Rose, G. M., Kahle, L.R., Shoham, A. (1995):** The Influence of Employment Status and Personal values on Time Related Food Consumption Behavior and Opinion Leadership. V: Kardes, F. R., Suhan, M. (eds.): Advances in Consumer Research. 22. Association for Consumer Research, Provo, UT, 367-372.
- Shepherd, R. (2001):** Does Taste Determine Consumption? Understanding the Psychology of Food Choice. V: Frewer, L., Risvik, E., Schifferstein, H. (eds.): Food, People and Society. A European Perspective of Consumers' Food Choices. Berlin, Springer, 117-130.
- Slovar slovenskega knjižnega jezika (1995):** Slovar slovenskega knjižnega jezika. Ljubljana, DZS.
- Statistične informacije (2003):** Statistične informacije. Popis prebivalstva, gospodinjstev in stanovanj, Slovenija, 31. marca 2002, št. 92. Ljubljana, Statistični urad Republike Slovenije.
- Stepoe, A., Pollard, T. M., Wardle J. (1995):** Development of a Measure of the Motives Underlying the Selection of Food: The Food Choice Questionary. Appetite, 25. Emerald, 267-284.
- Swoboda, B., Morschett, D. (2001):** Convenience – Oriented Shopping: A Model from the Perspective of Consumer Research. V: Frewer, L., Risvik, E., Schifferstein, H. (eds.): Food, People and Society. A European Perspective of Consumers' Food Choices. Berlin, Springer, 177-196.
- Tivadar, B. (2001):** Družbeno strukturiranje prehranjevalnih vzorcev. Doktorska disertacija. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede.
- Tivadar, B. (2002a):** Od goriva za telo do pripomočka za samouresničevanje: vzorci prehranjevanja v Sloveniji. Družboslovne razprave, 18, 39. Ljubljana, Slovensko sociološko društvo – Fakulteta za družbene vede, 151-178.
- Tivadar, B. (2002b):** Razvoj nove generacije gospodinskih aparatov. Raziskovalno poročilo o anketni raziskavi. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede, Inštitut za družbene vede.
- Tivadar, B., Kamin, T. (2002):** Moram? Smem? Naj? Skrb za hrano. Socialna pedagogika, 6, 3. Ljubljana, Združenje za socialno pedagogiko, 279-308.
- Toš, N. et al. (2000):** Slovensko javno mnenje 2000/2. Raziskava o okolju. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede – Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij. Dostopno prek Arhiva družboslovnih podatkov: <http://www.adp.fdv.uni-lj.si>
- Toš, N., Malnar, B. (eds.) (2002):** Družbeni vidiki zdravja: Sociološka raziskovanja odnosa do zdravja in zdravstva. Ljubljana, Fakulteta za družbene vede – Center za raziskovanje javnega mnenja in množičnih komunikacij.
- Warde, A. (1999):** Convenience Food: Space and Timing. British Food Journal, 101 7. Emerald, 518-527.
- Warde, A. (1997):** Consumption, Food & Taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture. Sage, London – New Delhi, Thousand Oaks.
- Warde, A., Martens, L. (2000):** Eating Out. Cambridge, Cambridge University Press.
- Woods-Logue, A. (1991):** The Psychology of Eating and Drinking. An Introduction. New York, Freeman.