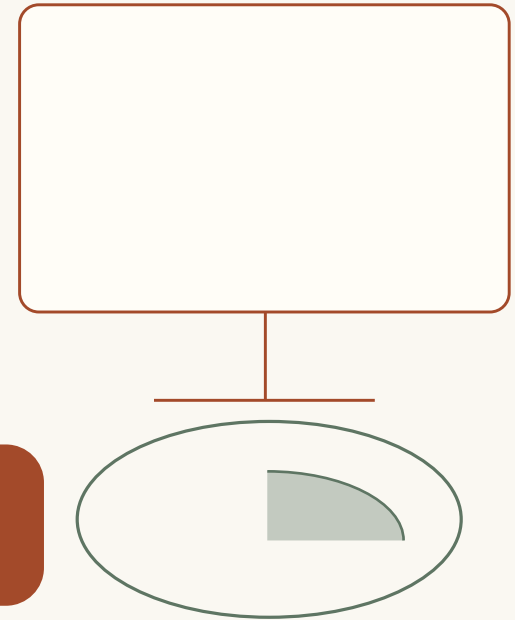


Изследване на ролята на кулинарните предавания за избора на професия

методологически предизвикателства

КОНФЕРЕНЦИЯ „МЕЧТАЙТЕ ДРЪЗКО!“
16-17 ЮНИ 2026 Г
СОФИЯ



Диана Банчева · Граждански институт · СУ „Св. Климент Охридски“

Изследователски проблем

От видимост на кулинарното съдържание към професионален избор

ПРОБЛЕМ

Кулинарните предавания популяризират не само рецепти, а образи на професия, труд, вкус, успех и социално признание.

Методологическият въпрос е как да се изследва медийното влияние без да се свежда изборът на професия до един-единствен фактор.

ЛОГИКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО



Изследването търси връзки, медиаторни ефекти и ограничения.

Обект, предмет и цел

Обект	Кулинарни телевизионни и онлайн предавания на български език като аудио-визуални медийни формати.
Предмет	Репрезентации, послания, наративи, визуални кодове и механизми на въздействие върху представите за професията.
Цел	Да се установи дали и как предаванията влияят върху възприемания престиж и избора на професионално образование и кариера.

Основна теза

Кулинарните предавания като медиен фактор за професионална социализация

Кулинарните предавания не само забавляват и обучават рецептурно; те конструират публичен образ на кулинарната професия чрез видимост, драматургия, експертност, оценяване, културен контекст и платформено разпространение.

ВИДИМОСТ

професията става
обществено разпознаваема

ПРЕСТИЖ

знанията, техниките и вкусът
се легитимират

РЕАЛИЗЪМ

медиите показват, но и
драматизират труда

ИЗБОР

младите хора свързват
образа с възможна кариера

Теоретична рамка

Шест опорни линии за изследване на медийното въздействие

Hall

репрезентация

медиите произвеждат значения

Bandura

моделиране

учене чрез наблюдение

Gerbner

култивация

устойчив телевизионен образ

**McCombs /
Entman**

agenda-setting & framing

видимост и рамкиране

Bourdieu

капитал

вкус, престиж, легитимност

**Lent / Brown /
Hackett**

кариера

самоефикасност и цели

Теоретична рамка: медийната репрезентация

Кулинарните предавания като система за производство на професионални образи

Основна постановка

Кулинарните предавания не са само развлекателни формати. Те конструират видим, естетизиран и социално разпознаваем образ на готварската професия.

Фокусът е върху медиите като комуникационна среда — не върху отделна публична фигура.

Видимост

професията става публично разпознаваема

Естетизация

трудът се превръща в зрелищен медиен образ

Експертност

кулинарното знание се легитимира

Социална стойност

професията се свързва с успех и признание

Медийни ефекти и професионален избор

От наблюдение и повторяеми образи към самооценка, интерес и намерения

1 • Bandura: социално-когнитивна теория

- учене чрез наблюдение
- моделиране на умения и поведение
- самоефикасност: „мога да се справя“

2 • Gerbner: култивация

- повторящи се образи на професията
- устойчив „телевизионен свят“
- престиж, конкуренция и публичност като нормалност

3 • Agenda-setting и framing

- медиите правят професията видима
- рамки: труд, творчество, бизнес, култура
- една професия — различни медийни значения

4 • Lent / Brown / Hackett: кариерна теория

- самоефикасност
- очаквания за резултат
- професионални цели и намерения

Културен, социален и символен капитал

Как кулинарните медии превръщат знанията за храна в публично призната компетентност

Културен капитал

знания, вкус, техники,
професионален език,
естетика, познаване на
продукти, кухни и традиции

Социален капитал

мрежи, принадлежност към
професионални общности,
достъп до конкурси,
ресторанти,
медийни платформи и
практики

Символен капитал

признание, авторитет,
публична легитимност,
оценяване, награди и
медийна видимост

Методологическа последица: анализира се не „звездната“ фигура сама по себе си, а цялата медийна структура, която произвежда престиж, вкус и легитимност.

Професионален престиж

Три измерения за емпирично измерване в медийния текст и в анкетата

Социална видимост

колко често и по какъв начин професията се появява в телевизия, онлайн видео и социални платформи

Символна стойност

дали готвачът/кулинарният труд се представя като експертност, творчество, предприемачество и лидерство

Кариерна желаност

дали учениците възприемат професията като възможност за развитие, доход, признание и мобилност

Операционализация: престижът се измерва едновременно в съдържанието на предаванията (PPI) и в ученическата анкета (SPPI).

Концептуален модел

От медийна репрезентация към професионални намерения



Контролни фактори: семейство · училище · практика · пазар на труда · личен опит

Медиаторен ефект

Междинният механизъм между причина и резултат

„Медиаторни ефекти“ - между причина и резултат има междинен механизъм, чрез който влиянието се проявява.

**Медийно
въздействие**

**Междинни
фактори**

**Професионален
избор**

**не пряка причинност,
а опосредствано
влияние**

**Междинни фактори: възприет професионален престиж · хранителна грамотност · самоефикасност
мотивация · реалистична представа за професията**

Медиаторният ефект показва, че медийното въздействие не е пряка и механична причинност. Нашата хипотеза е, че кулинарните предавания могат да влияят върху професионалния избор чрез междинни фактори като възприет професионален престиж, хранителна грамотност, самоефикасност, мотивация и реалистична представа за професията

Изследователски въпроси

Основен въпрос и ключови подвъпроси

Как кулинарните телевизионни и онлайн предавания влияят върху възприемането на професията „готвач“ и върху избора на професионално образование и кулинарна кариера?

- Какви типове формати присъстват в българската медийна среда?
- Как медиите рамкират професията — труд, творчество, бизнес, култура, състезание?
- Кой елементи изграждат професионален престиж?
- Как учениците свързват медийните образи с избор на специалност и кариера?
- Как учители и професионалисти оценяват реалистичността на медийния образ?
- Какви са границите на доказване на медийно влияние?

Хипотези

Какво подлежи на емпирична проверка

H1 по-честото гледане → по-висок възприет престиж

H2 типът формат води до различен тип въздействие

H3 културно-идентичностните формати усилват културния капитал

H4 възприетият реализъм подкрепя устойчиви намерения

H5 хранителната грамотност медиира професионалния интерес

H6 платформите свързват кариерата със съдържание и предприемачество

H7 видимостта повишава престиж, но може да създава нереалистични очаквания

Корпус: състезателни, оценъчни и демонстрационни формати

Примерни предавания и изследователски фокус

Формат	Платформа/медия	Изследователски фокус
Hell's Kitchen България	NOVA / Nova Play / Vbox7	професионална кухня, дисциплина, йерархия, конкуренция
MasterChef България	bTV / bTV+ / VOYO	преход от любителско готвене към професионална идентичност
Моята кухня е номер едно	bTV / bTV+ / VOYO	двойки любители, професионална оценка, стандарти
Черешката на тортата	NOVA / Nova Play	домашно готвене, публично оценяване, кулинарна компетентност
Да готвим с Ради	7/8 TV / sedemosmi.tv / YouTube	образователно-рецептурен формат; демонстрационно готвене, гости, практически съвети и достъпност

Корпус: образователно-рецептурни и културно-идентичностни формати

Формати, които развиват знания, техники, културен контекст и хранителна грамотност

Формат	Платформа/медия	Изследователски фокус
Бон Апети	24Kitchen / Bonapeti.bg	кулинарно знание, техники, културни препратки, достъпен език
Бързо, лесно, вкусно	БНТ	класически рецептурен формат, ежедневни практични рецепти
Животът е вкусен с Ути	БНТ1	лайфстайл/кулинарно ток шоу; исторически контекст на телевизионната кулинария
Вкусът на България	bTV / VOYO	регионална идентичност, локални продукти, кулинарно наследство
Очакван ефект образователно-рецептурните формати подкрепят знания, техники и увереност		Културен ефект културно-идентичностните формати изграждат регион, традиция и принадлежност

Класификация на кулинарните формати

Три основни типа и различни очаквани ефекти

1

Състезателни

Hell's Kitchen · MasterChef ·
Моята кухня е номер едно

престиж · напрежение ·
йерархия · публичност

2

Образователно- рецептурни

Бон Апети · Бързо, лесно,
вкусно · Да готвим с Ради

знание · техника · увереност
· приложимост

3

Културно-идентичностни

Вкусът на България ·
Животът е вкусен ·
Черешката

традиция · регион · културен
капитал · принадлежност

Корпус на медийното изследване

Примерни формати и критерии за подбор

Формат	Платформа/медия	Изследователски фокус
Hell's Kitchen България	NOVA / Nova Play / Vbox7	професионална кухня, дисциплина, конкуренция
MasterChef България	bTV / VOYO	преход от любителство към професионална идентичност
Бон Апети	24Kitchen / Bonapeti.bg	кулинарно знание, техники, достъпност
Да готвим с Ради	7/8 TV / sedemosmi.tv / YouTube	демонстрационно готвене, гости, практическа достъпност
Вкусът на България	bTV / VOYO	регионална идентичност, локални продукти
Черешката на тортата	NOVA / Nova Play	домашно готвене, публично оценяване

Критерии: кулинарна тематика · български език · телевизионно/онлайн разпространение · публична разпознаваемост · потенциал за влияние върху професионални представи

Извадка от епизоди за пилотно изследване

Корпусът трябва да бъде достатъчен за сравнение между типове формати

3 × 3

състезателни формати

9 епизода

3 × 3

образователно-рецептурни формати

9 епизода

3 × 3

културно-идентичностни формати

9 епизода

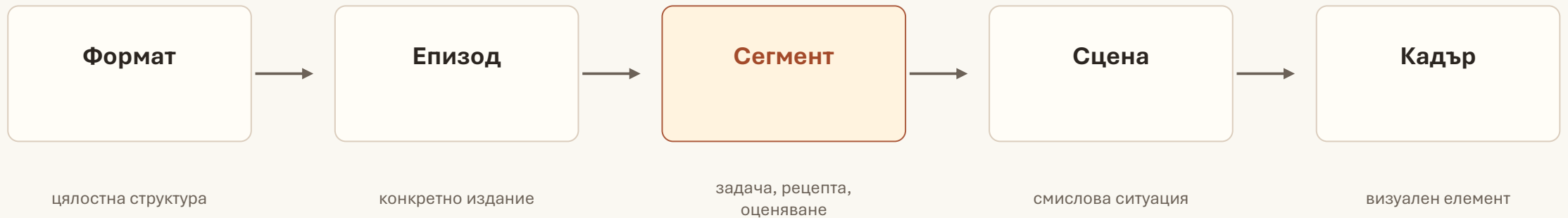
Минимум за пилотно изследване: 24 епизода ·

Пълно изследване: 40–60 епизода

Критерии: професионална кухня · оценяване · техники · културен контекст · професионални послания · публична видимост

Контент анализ: равнища и единици

Защо сегментът е най-практичната основна единица



Основна единица: сегмент

Позволява едновременно кодиране на съдържателни, визуални, наративни и професионални елементи.

Категории за кодиране

Какво се измерва в медийния текст

A тип формат

B представяне на професията

C професионален престиж

D реализъм

E хранителна грамотност

F културен капитал

G визуална структура

H платформено разпространение

Ниво 1: отсъства / присъства • Ниво 2: интензивност 1–5

Индекси от контент анализа

Сравнимост между предавания и типове формати

MPI

медийна професионализация

професионален език · техника · дисциплина · стандарти

PPI

професионален престиж

видимост · символна стойност · признание · кариера

RRI

реалистичност

реални трудови характеристики минус драматизация

FLI-C

хранителна грамотност

съставки · техники · качество · културен контекст

CCI

културен капитал

традиция · регион · вкус · символна стойност

PVI

платформена видимост

онлайн достъп · социални мрежи · реакции

Анкетно изследване сред ученици

Измерване на медийно потребление, възприятия и професионални намерения

A **профил**
пол · клас ·
специалност ·
практика

B **медийно
потребление**
честота ·
платформи ·
предавания

C **професионален
престиж**
творчество ·
признание ·
развитие

D **медийно
влияние**
мотивация · избор ·
идеи

E **реализъм**
труд · дисциплина ·
драматизация

F **хранителна
грамотност**
продукти · техники ·
критичност

G **планове**
работа · бизнес ·
образование

H **отворени
въпроси**
мотивираща / не е
реалистично

Планирана извадка: пилотно изследване 80–120 ученици · пълно изследване минимум 300 ученици

Индекси от ученическата анкета

Променливи за статистически анализ

MEI **медийна експозиция**
честота, платформи, време, профили

PMII **възприето медийно влияние**
скала D1–D10

FLI-S **хранителна грамотност**
скала F1–F10

SPPI **възприет професионален престиж**
скала C1–C10

PRI **възприет реализъм**
E1–E4 минус E5–E10

CPI **професионално намерение**
скала G1–G10

Ключова аналитична линия: MEI → SPPI / FLI-S / PMII → CPI

Експертни перспективи

Училище и професионална общност като коректив на медийния образ

Учители и директори

- интерес към специалности
- мотиви на учениците
- медийно влияние и социални мрежи
- реални очаквания при практика
- образователен потенциал на форматите

Професионална общност

- реалистичност на образа
- драматизация и преувеличения
- престиж и обществено признание
- какво трябва да знаят учениците
- по-добро представяне на професията

Аудитория и дигитална активност

Видимостта е контекст, но не доказва автоматично влияние

	Телевизионна видимост	рейтинг · аудиториален дял · програмна позиция
	Платформена видимост	Nova Play · VOYO · YouTube · Vbox7 · сайтове
	Социална активност	коментари · споделяния · реакции · хаштагове
	Публична разпознаваемост	новини · интервюта · финали · кастинги
	Образователна използваемост	учебен ресурс · кариерно ориентиране · дискусии

Публичните рейтингови данни се използват внимателно: като индикатор за видимост, не като самостоятелно доказателство за влияние.

План за анализ на данните

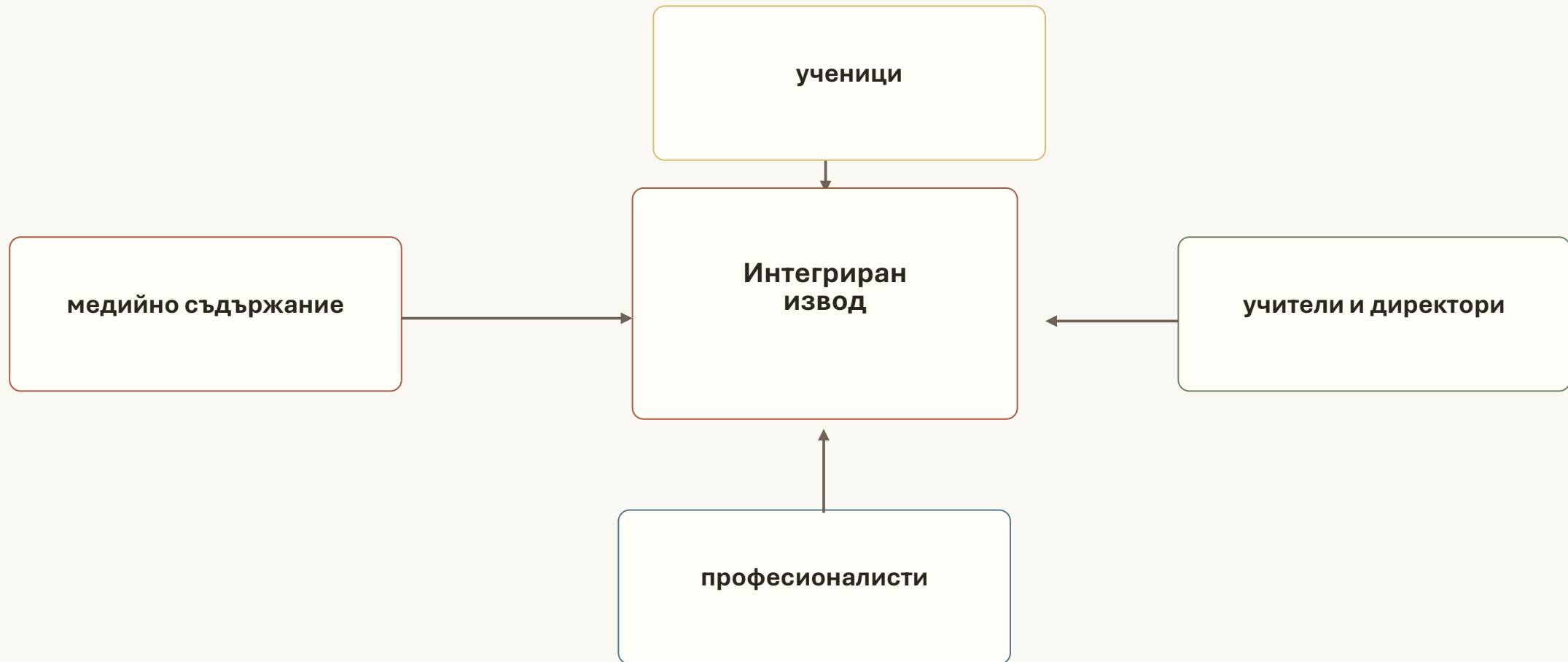
Комбиниране на количествени и качествени техники

- | | | |
|---|-----------------------|--|
| 1 | Контент анализ | честоти · сравнения · индекси · ключови сцени |
| 2 | Анкета ученици | описателна статистика · корелации · ANOVA · регресии |
| 3 | Интервюта | тематично кодиране · типични и контрастни позиции |
| 4 | Видимост | рейтинги · онлайн присъствие · социална активност |
| 5 | Интеграция | триангулация между медии, ученици, училища и професионалисти |

Цел: не едноканално доказване на влияние, а надеждна оценка на ролята на медиите като фактор сред други фактори.

Триангулация

Сравнение на четири перспективи плюс видимост



Данните за аудитория и дигитална активност рамкират публичната видимост на форматите.

Методологически предизвикателства

Границите на изследването са част от научния принос

Причинност

изборът зависи от много фактори

Самоотчитане

учениците могат да
надценят/подценят влиянието

Телевизия vs платформи

съдържанието циркулира хибридно

Харесване ≠ избор

интересът към формат не е
професионално намерение

Реализъм

драматургията създава силен, но
непълнен образ

Рейтинги

публичните данни са фрагментарни
и често PR рамкирани

Надеждност, валидност и етика

Особено важни при работа с ученици

Надеждност

- кодировъчен наръчник
- пилотно кодиране
- двама кодировчици
- Cronbach's alpha

Валидност

- теоретично обосновани индикатори
- конструктна валидност
- външна валидност чрез региони
- ясни ограничения

Етика

- информирано съгласие
- анонимност
- право на отказ
- защита на личните данни

Очаквани резултати

Комплексна, а не еднозначна роля на кулинарните медии

Състезателни формати

силен ефект върху престиж, конкуренция и публично признание

Образователно-рецептурни формати

силен ефект върху знания, техники, увереност и хранителна грамотност

Културно-идентичностни формати

ефект върху културен капитал, локална идентичност и принадлежност

Вероятен общ извод: медиите са значим фактор за видимост и престиж, но не са единствен причинител на професионалния избор.

Научен и приложен принос

Методология за изследване на медиите като фактор за професионална социализация

- 1 медиите като механизъм за професионална социализация
- 2 **единен модел: репрезентация · престиж · грамотност · избор**
- 3 индикатори и индекси за медийно конструиран професионален престиж
- 4 емпиричен дизайн за ученици, училища и професионална общност
- 5 изясняване на границите на медийното влияние върху професионален избор

Прегледа на литература

1. Hall — Representation

2. McQuail — Mass Communication Theory

3. Bandura — Social Cognitive Theory

4. Gerbner & Gross — Cultivation

5. McCombs & Shaw — Agenda-setting

6. Entman — Framing

7. Bourdieu — Distinction

8. Johnston & Baumann — Foodies

9. Guiné et al. — Television Cooking Shows

10. Lent, Brown & Hackett — SCCT

11. Goodwin et al. — Media & Career Choices

12. Van Dijck, Poell & De Waal — Platform Society

Трите линии на библиографията: медийно въздействие · кулинарна култура/капитал · професионален избор

Заключение

Най-важното методологическо решение

Да се изследват кулинарните предавания като медийна система за производство на професионални образи, знания, ценности и очаквания — не като сбор от отделни публични фигури.

медийно съдържание

хранителна грамотност

културен капитал

професионално ориентиране

Благодаря!