

Глуханова Екатерина Михайловна
Юровских Александр Евгеньевич

**«Всеядные» и
вегетарианцы как объекты
и субъекты социальной
коммуникации**



ОПРЕДЕЛЕНИЕ КАК СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ГРУПП

ВСЕЯДНЫЕ

ЛЮДИ, КОТОРЫЕ НЕ ОГРАНИЧИВАЮТ
СЕБЯ В ЕДЕ
ПОДАВЛЯЮЩЕЕ НАСЕЛЕНИЕ ЗЕМЛИ
ВОЗРАСТ ОТ 6-8 МЕС.

ВЕГЕТАРИАНЦЫ

ЛЮДИ, КОТОРЫЕ ХОТЯТ СОХРАНИТЬ
ЖИЗНЬ ЖИВОТНЫМ И ХОТЯТ БЫТЬ
ЗДОРОВЫМИ
БОЛЕЕ 74% ЖЕНЩИНЫ.
ПРИМЕРНО ОТ 18 ЛЕТ

ДОЛЯ НАСЕЛЕНИЯ

По данным федерального социологического опроса проведенного в марте 2019 года независимым агентством ZOOM MARKET, в

России всего 2% (2,8 млн.) вегетарианцев

По данным исследовательской компании

Euromonitor International за 2019 год, в мире

насчитывается 8% (628 млн.) вегетарианцев



Социальные особенности всеядных

- НЕТ ТАБУ НА РАЗЛИЧНЫЕ ВИДЫ ПРОДУКТОВ

Всеядные могут есть любую
человеческую пищу

- МЯСОЕДЫ БОЛЕЕ ПСИХИЧЕСКИ ЗДОРОВЫ

- ПОНИМАНИЕ ПОЛЬЗЫ ЖИВОТНЫХ ПРОДУКТОВ

Люди, у которых есть в рационе питания мясо, знают о его
полезных свойствах

Социальные особенности

Всеядных

- ТЩАТЕЛЬНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ПОДБОРУ ПРОДУКТОВ

Постоянная проверка состава продукта

- ВЕРА В ИСКЛЮЧИТЕЛЬНОЕ ФИЗИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ

Игнорирование факта полезности мяса

- ЭТИЧЕСКОЕ ОТНОШЕНИЕ К ЖИВОТНЫМ

Надежда своим поступком спасти чью-то жизнь



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Вегетарианцы **КАНАЛЫ СВЯЗИ** Всеядные

- Интернет
- Реферальный маркетинг
- Специализированные рестораны и кафе

- Телевидение
- Интернет
- Наружная реклама

КОММУНИКАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Вегетарианец **ПОТРЕБНОСТИ** Всеядные

- Потребность в доступе большего количества необходимых продуктов
- Потребность в принятии обществом своей позиции

- Потребность в соблюдении сбалансированного питания
- Слежение за весом тела



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Вегетарианцы **КОГНИТИВНОСТЬ** Всеядные

- Результаты IQ теста по Айзенку оказались выше по сравнению с всеядными
- Агрессивное отношение к "мясоедам" по этическим предпосылкам
- Повышенная склонность к коллективности

- Менее подвержены слабоумию и болезни Альцгеймера
- Хорошая память



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Вегетарианц

ЦЕННОСТИ

Всеядные

- Защита животных
- Забота о здоровье

- Сбалансированное питание
- Забота о здоровье



КОММУНИКАЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ

Вегетарианцы **СТЕРЕОТИПЫ** Всеядные

- Все вегетарианцы — неформалы
- Тощие и слабые
- Высокомерные
- Едят только овощи

- Злые
- Каждый день убивают животных
- Маскулинные
- Не следят за здоровьем организма

Он назвал
тебя душой?

А какую колбасу
ты ему покупаешь?



**МЯСНЫЕ
ДЕЛИКАТЕСЫ**

колбасы ветчины сосиски сардельки



ВСЕ, ЧТО ВЫ ЛОБИТЕ.

26-14-100

130
А

АДВЕРКОМ
(017) 226 99 44

100% ВЕГАН

КРОЙЦБУРГЕР

«НАСТОЯЩЕЕ МЯСО»

ДОСТАВКА ЕДЫ: MONKEYFOOD.BY





Вегетарианцы как субъект

Вегетарианские объединения в жизни

вегетарианцев:

- помогают обрести поддержку, найти сторонников
- помогают организовывать вегетарианские фестивали
- продвижение вегетарианства в массы
- Международный вегетарианский союз
- Проект Vegan Russian
- VEGETARIAN — это старейший и крупнейший российский проект о вегетарианстве



Вегетарианцы как объект

Информационные порталы:

- Vegetarian.ru: Главные вегетарианские новости
- Вегетарианство и полноценный рацион – Sektascience
- Вегетарианская ассоциация Франции



Всеядные как объект

- Мясные дегустации
- Мастер-класс по приготовлению мяса
- Журналы о мясе
- Фестиваль барбекю

Объединения вегетарианцев и "всеядных" как субъекты массовых коммуникаций

Вывод:

Вегетарианцы и "всеядные" представляют людей с разными взглядами на пищу, но зачастую со схожими жизненными ценностями

Объединения вегетарианцев и "всеядных" как объекты массовых коммуникаций

Вывод:

"Всеядные" и вегетарианцы являются активными потребителями информации. Эти две социальные группы имеют особые коммуникационные подходы, которые контрастны