**Czy smoczek może być wegański? O współczesnym rozumieniu weganizmu i kulturowej kreatywności**

**Weganizm jest przedmiotem burzliwych dyskusji na forum publicznym. Wielu osobom umyka fakt, że dziś pojęcie to oznacza coś znacznie więcej niż tylko dietę. To świadomy styl życia w zgodzie z naturą i sprzeciwiający się przemocy wobec zwierząt. Globalny wegański rynek dynamicznie odpowiada na rosnący popyt. Wegańskich produktów jest coraz więcej. Co ciekawe, ten nowy trend może znacznie przyczynić się do spowolnienia procesu globalnego ocieplenia poprzez spadek produkcji mięsa.**

Powszechnie wiadomo, że weganin to osoba, która nie je mięsa ani czegokolwiek pochodzenia zwierzęcego. Współcześnie jednak pojęcie to bardzo się rozszerza i oznacza określony styl życia, a nie samą dietę. Weganizm to obecnie rezygnacja z produktów, których proces produkcji przyczynia się do krzywdzenia zwierząt.

**Filozofia życia, a nie tylko roślinne odżywianie**

Według Cambridge Dictionary, jednego z najważniejszych brytyjskich słowników, weganizm to „praktyka powstrzymywania się od jedzenia i używania jakichkolwiek produktów odzwierzęcych, a więc mięsa, ryb, jajek, sera i skóry. Ściśle rozumiany weganizm zabrania używania produktów pochodzenia zwierzęcego. Nie chodzi tylko o jedzenie, bo stanowi on raczej styl życia niż określony rodzaj diety.” Szczycący się ogromnym zaufaniem słownik Oxford Learner’s Dictionaries wyraźnie zaznacza, że niektórzy weganie to osoby, które nie używają produktów o zwierzęcym pochodzeniu, jak na przykład jedwab czy wełna.

Takiemu rozumieniu weganizmu wtóruje międzynarodowa organizacja PETA (ang. People for the Ethical Treatment of Animals – Ludzie Wspierający Etyczne Traktowanie Zwierząt), walcząca o prawa zwierząt. Jak można przeczytać na stronie organizacji: „Weganin (restrykcyjny wegetarianin) nie spożywa mięsa, produktów mlecznych, jajek, miodu ani żadnych produktów pochodzenia zwierzęcego. (…) Weganie nie noszą skóry, futra, jedwabiu ani wełny. Wielu z nich odmawia stosowania produktów wykonanych ze składników odzwierzęcych, produktów filtrowanych przy użyciu części zwierząt (takich jak niektóre wina, piwo i białe cukry) oraz produktów testowanych na zwierzętach”.

W ten sposób dochodzimy do dylematu – jak zweryfikować czy coś jest wegańskie lub nie? Czy choćby smoczek, który dziecko trzyma w buzi przez wiele godzin i miesięcy, może być wegański? A może właśnie powinien? Jeśli według dzisiejszych oficjalnych definicji weganizm to styl życia – to odpowiedź brzmi: tak! Po dokładnej analizie można jednak dojść do wniosku, że smoczki wykonane z plastiku nie spełniają wymogów definicji wegańskiego produktu. Plastik wytwarza się z ropy, która powstała z rozłożonych resztek roślin, mikroorganizmów i zwierząt żyjących miliony lat temu, a mimo to nie jest biodegradowalny, czyli zanieczyszcza planetę. Z kolei coraz częściej spotykane na rynku kauczukowe smoczki jak najbardziej przynależą do wegańskiego nurtu. Wytwarza się je z lateksu, pobieranego z wiecznie zielonego drzewa o nazwie kauczukowiec brazylijski (łac. Hevea brasiliensis).

Takie kauczukowe smoczki, oferowane np. przez duńską markę HEVEA, nie tylko wykonano w całości z lateksu, ale także są naturalnie kolorowe. Barwniki stosowane w produkcji są pochodzenia mineralnego i dopuszczone są do stosowania w branży spożywczej. Takie kauczukowe smoczki mają więc w pełni roślinne pochodzenie. Co ciekawe, są bardziej trwałe od silikonowych czy plastikowych i nie bez znaczenia jest też ich biodegradowalność. Kauczuk po 10-15 latach zostaje zupełnie rozłożony przez mikroorganizmy. Przy czym plastik i silikon potrzebują na to aż 400 lat. Warto pamiętać, że plastik zostaje na zawsze w środowisku jako mikroplastik. W dodatku zawiera w sobie szereg szkodliwych dla organizmu substancji (bisfenol A, polichlorek winylu, ftalany czy dioksyny), od których kauczuk naturalny jest wolny.

Już nikogo nie zaskakuje, że coraz więcej marek oferuje zupełnie niejadalne, ale wegańskie buty. Wykonane są z innowacyjnych materiałów pochodzenia roślinnego (kokos, ananas, jabłko), ze sznurka i plecionki albo mikrofibry. Łatwo znajdziemy też bluzy czy kurtki z bawełny organicznej, certyfikowanej przez GOTS (Global Organic Textile Standards). Produkowane są także kosmetyki wegańskie, których nie testowano na zwierzętach, a ich skład jest całkowicie roślinny i mineralny.

**Eco i vege znaczy lepsze**

Przymiotnik „wegański” zaczyna być kojarzony jednoznacznie z jakością. „W branży modowej materiały wegańskie, zwłaszcza alternatywy dla skóry, były do ​​niedawna postrzegane jako tanie i niskiej jakości. Ale to się zmienia. Luksusowe wegańskie buty są produkowane we włoskich fabrykach, podobnie jak Christian Louboutin i Gucci, a luksusowe marki samochodów, np. Bentley, szukają alternatywnych rozwiązań dla naturalnej skóry” - czytamy w artykule „Czy twoja firma powinna używać określenia wegański w swoich działania marketingowych?” na portalu magazynu Forbes. Projektowanie i tworzenie produktów wegańskich nie jest więc tylko zabiegiem reklamowym, ale świadomym działaniem firm odpowiadających na potrzeby ich klientów. W ten sposób dbają o zrównoważony rozwój z myślą o przyszłych pokoleniach.

Analizy instytutu badawczego Allied Market Research, wskazują, że globalny rynek substytutów mięsa osiągnie w 2026 r. przychód w wysokości 8,1 mld dolarów. Roczna stopa wzrostu branży wynosi 7,8 proc. A jak podaje międzynarodowa organizacja działająca na rzecz budowania świadomości żywieniowej ProVeg Polska, aż 90 proc. sprzedaży wegańskich i wegetariańskich produktów roślinnych generowanych jest w Polsce przez osoby niebędące na żadnej z tych diet.

„Weganizm nie jest już spychany na margines, gdzie przez tak długi czas był wyśmiewany za to, że jest dziwny i ekstremalny. Wreszcie uznany został jego pozytywny wpływ na zrównoważony rozwój gospodarki i dobrostan zwierząt, bez konieczności poświęcania smaku lub stylu. Życie wegańskie zaczyna być normą” - czytamy na łamach portalu Forbes.

**Odpowiedzialnie i modne podejście**

Warto dodać, że wegański styl życia charakteryzuje nową dynamicznie rozwijającą się grupę konsumentów, zwanych LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability – Zdrowy i zrównoważony styl życia). To osoby, które w swoich decyzjach zakupowych kierują się ekologią, moralnością, zdrowiem, odpowiedzialnością za stan planety i zrównoważonym rozwojem. Ten segment w samych Stanach Zjednoczonych wart jest dziś ponad 230 mld dolarów. Amerykański socjolog dr Paul H. Ray w swojej książce pt. „Kulturowo kreatywni” zdefiniował po raz pierwszy LOHAS jako dobrze wykształconych i sytuowanych przedstawicieli społeczeństw zachodnich, którzy są uświadomieni ekologicznie. Grupa ta sprzeciwia się materializmowi, hedonizmowi, grabieżczej wobec przyrody polityce gospodarczej i rynkowemu tradycjonalizmowi. To w dużej mierze właśnie oni kupują wegańskie artykuły, dobrze wiedząc, że konsekwencje związane ze zmianami klimatycznymi oraz lokalnym zanieczyszczeniem powietrza, wody i ziemi odczuwamy oraz odczuwać będziemy wszyscy.

Nasze nawet najdrobniejsze codzienne decyzje zakupowe mają w dłuższej perspektywie czasu ogromny wpływ na nasze zdrowie, życie i kondycję całej planety. Już nie tylko wybór energooszczędnego sprzętu czy środka transportu ma znaczenie, ale także to co jemy, co gotujemy i przekazujemy dzieciom. Jest to podstawa idei zrównoważonego rozwoju. Smoczki, które nasze niemowlęta mają w buzi, wpływają na nasz i ich spokojny sen. Materiał z którego są wykonane może być ekologiczny, biodegradowalny, a przede wszystkim bezpieczny. Wybór smoczka pochodzenia roślinnego z naturalnego kauczuku będzie odpowiedzialny i korzystny względem przyszłości dziecka oraz ekologii.

Artykuł powstał we współpracy z [www.babyandtravel.pl](https://www.babyandtravel.pl/).