

# Veganizmo fenomenas: nuo mitybos ir gyvenimo būdo iki socialinio judėjimo

ANNA LIPNEVIČ

Lietuvos socialinių mokslų centro Sociologijos institutas, A. Goštauto g. 9, 01108 Vilnius, Lietuva  
El. paštas anna.lipnevic@gmail.com

---

Veganizmo fenomenas pasaulyje nėra naujas, tačiau tik šio amžiaus pirmajame dešimtmetyje tapo platesnių sociologinių ir kitų tyrinėjimų objektu. Veganizmo sąvoka yra kompleksinė, siejama su vartojimo, gyvenimo būdo, socialinės grupės, socialinio judėjimo, subkultūros ir kitais socialiniais fenomenais, tačiau šio reiškinio kompleksiskumui yra ribotas tyrėjų dėmesys.

Straipsnyje gvildinama veganizmo, kuris iki šiol menkai analizuotas Lietuvos tyrėjų darbuose, fenomeno daugiadimensiškumas, jo koncepcijų ir tyrimų kryptių įvairovė, apibendrintai pristatomi veganizmo reiškinio analizės lygmenys ir tyrinėjimų kryptys.

**Raktažodžiai:** veganizmas, tapatumas, gyvenimo būdas, socialinis judėjimas, subkultūra, mažuma, diskriminacija, lygios galimybės, gyvūnų teisės

---

## IVADAS

Šiame tūkstantmetyje visuomenėje veganizmo idėjos plinta labai sparčiai, kuriasi ir auga veganų bendruomenės. Veganais yra vadinami griežti vegetarai, nevartojantys mėsos, paukščių, žuvies ir pieno produktų, medaus, kiaušinių ar kitų gyvūninių produktų, nenaudojantys gaminių iš odos ar kailio (Cherry 2003: 94), šilko ar vilnos, kosmetikos ir vaistų su gyvūninės kilmės komponentais arba kurie buvo bandyti su gyvūnais, ir pan. Jie nesilanko zoologijos soduose ir renginiuose su gyvūnais (cirkai, delfinariumai ir kt.). Seniausia žinoma veganų organizacija buvo įkurta Jungtinėje Karalystėje (JK) 1944 m. ([www.vegansociety.com](http://www.vegansociety.com)). Tarptautinė veganų diena – lapkričio 1 d., minima nuo 1994 m., kai JK veganų draugija šventė 50 metų jubiliejų. Susiskaldymas tarp vegetarizmo ir veganizmo propaguotojų prasidėjo 1909 m., kai JK vegetarų judėjime buvo kvestionuojama pieno produktų vartojimo etika (Leneman 1999; Vinnari 2010: 72).

Lietuvoje pastaruoju metu viešojoje erdvėje taip pat vis dažniau reiškiasi veganai / veganų bendruomenių ir organizacijų nariai, dažnėja bei tampa tradiciniai veganizmą ir jo idealus propaguojantys renginiai (gatvės mugės, viešos paskaitos ir akcijos, piketai ir kt.), kuriasi veganų idėjas palaikantys verslai, vyksta esamų verslų pertvarka, didėja veganiškų ir veganizuotų maisto prekių bei patiekalų pasirinkimas, juntamas dažnesnis žiniasklaidos dėmesys su veganizmu siejamoms temoms, tobulinami su gyvūnų teisėmis susiję teisės aktai. Tačiau mokslo

darbų išimtinai veganizmo tema Lietuvoje yra vos keli. Ši situacija neišvengiamai inspiruoja gilintis į veganizmo koncepcijas, patį veganizmo reiškinį ir jo raišką Lietuvoje.

Pasaulinėje mokslo arenoje veganizmo reiškinys analizuojamas iš įvairių disciplinų perspektyvų: sociologijos, antropologijos, filosofijos, semiotikos, biomedicinos mokslų ir kt., tačiau iki šiol pačiam veganizmo reiškinio daugiadimensiškumui dėmesys yra nepakankamas. Tai yra problema, kurią siekiama spręsti šiame straipsnyje. Darbo tikslas – remiantis Lietuvos ir užsienio mokslinės literatūros apie veganizmą apžvalga, atskleisti veganizmo daugiadimensiškumą ir susistemintai pateikti šio fenomeno analizės lygmenis bei tyrinėjimų kryptis. Straipsnio pirmoje dalyje apžvelgiami Lietuvos tyrėjų darbai apie veganizmą, antroje – pristatomi veganizmo koncepcijų analizės rezultatai kategorizuojant koncepcijas pagal jų veganizmo aiškumą – mikro-, mezo- ir makrolygmenis. Tyrime taikyti metodai: literatūros apžvalga, sisteminės analizės ir sintezės metodas.

## VEGANIZMO DISKURSAS LIETUVOS MOKSLININKŲ TYRIMUOSE

Veganizmo fenomenas Lietuvos tyrėjų darbuose vis dar retas ir dažniausiai ne pagrindinis tyrimų objektas, aptariamasis labai fragmentiškai. Išsiskiria tik D. Martinelli ir A. Berkmanienės semiotikos ir sociologijos darbai anglų kalba, kuriuose veganizmas yra pagrindinė tyrimų ašis (Martinelli, Berkmanienė 2018; Martinelli 2019): tyrėjai analizuoja kultūrinius ir politinius veganizmo aspektus (moterų lytis, kairiosios politinės pažiūros ir ateizmas veganų bendruomenėje) apklausų, statistikos ir antrinių duomenų pagrindu. Keletas kitų autorių veganizmo fenomeną trumpai aptarė socialinių grupių ir subkultūrų (rinkodaros aspektu – Remeika 2013: 62; filosofiniu ir sociologiniu – Mažeikis 2009), saviugdos ir mitybos sistemos pasirinkimo (edukologiniu – Kolbergytė 2016: 99), pertekliaus–stokos–gyvenimo būdo pasirinkimo (antropologiniu – Matulevičius 2016: 230), mitybos įpročių ir verslo sąsajų (verslo ir sociologiniu – Bulovienė 2019: 24; Šilaitė, Tamošaitienė 2020) kontekstuose. Reiškinyje kiek plačiau analizuotas R. Šatūnienės (2008; 2009; 2014) darbuose etnologiniu ir sociologiniu aspektais, gilinantį į pankų subkultūrą, taip pat sveikatos ir gamtos mokslų atstovų: veganinės (vien augalinės) mitybos poveikis sveikatai (Jasaitytė ir kt. 2017) ir vienos organizacijos bendruomenės narių nuomonės tyrimas apie išskirtinai tik augalinės kilmės mitybos pasirinkimo motyvus (Šilaitė, Tamošaitienė 2020).

Apibendrintai galima teigti, kad veganizmo fenomeno aktualumas ir tyrimų Lietuvoje stoka suponuoja detalesnių reiškinio tyrinėjimų poreikį, o visi minėti darbai yra reikšmingas startas / pagrindas tolimesnių tyrimų raidai šalyje.

## VEGANIZMO KONCEPCIJOS, ANALIZĖS LYGMENYS IR TYRINĖJIMŲ KRYPTYS

Įvairiose šalyse atlikti tyrimai rodo, kad veganiška mityba populiarėja tarp paauglių ir jaunimo, ypač moterų (Craig 2009; Christopher et al. 2018). Daugelis veganišką (vien augalinę) mitybą renkasi galvodami apie žemės išteklius ir aplinkos saugojimą, dėl etikos priežasčių, susijusių su gyvūnų priežiūra ir išnaudojimu, antibiotikų ir augimo stimuliatorių naudojimu gyvulininkystėje, gyvūninės kilmės produktų keliamų ligų grėsmės, augalinės mitybos teigiamo poveikio sveikatai (Craig 2009; Cooper 2018; Sakkas et al. 2020; ir kt.). Šie veiksniai rodo, kad veganizmo fenomenas yra sudėtingas ir daugiaplanis tarpdisciplininių tyrimų objektas, o įvairių mokslų sričių tyrimų sulaukė po 1944 m., kai buvo įkurta pirmoji pasaulyje veganų draugija JK. Veganizmo samprata laikui bėgant kito ir dabar ji apima daugiau reikšmių ir asociacijų visuose lygmenyse: *mikro-* – gali reikšti mitybos tipą, gyvenimo

būdą, tapatumą, *mezo-* – bendruomenę, organizacijų kūrimąsi, verslo „veganizaciją“, šalies socialinį judėjimą, *makro-* – tarptautinį socialinį judėjimą, socialinius tinklus, teisinę bazę, tarptautinę organizaciją, tarptautinį teisinį reguliavimą, tyrimus ir kt. Siauriausia prasme veganizmas yra laikomas mitybos tipu (Šilaitė, Tamošaitienė 2020; ir kt.), o plačiaja prasme – reiškia sistemas, kuri naudinga tik žmonėms, atmetimą (Cooper 2018: 18).

Pasaulyje atliktų tyrimų apžvalga leidžia teigti, kad veganizmas pirmiausia yra siejamas su veganais (individue lygmuo) ir jų gyvenimo būdu: keliami preferencijų, motyvacijos, amžiaus, lyčių klausimai (Craig 2009; Cherry 2015; Thomas 2016; Greenebaum, Dexter 2018) ir kt. Pastarąjį dešimtmetį populiarėja veganizmo ir lyčių sąsajų tyrimai. Atlikti tyrimai rodo, kad pasirinkimas būti veganu daro įtaką kitų žmonių veganų lyties suvokimui: veganizmas skatina suvokti sumažėjusį vyriškumą (Thomas 2016: 79); lytis ir amžius yra svarbūs kalbant apie veganus – teigiama, kad veganizmas populiarėja daugiau tarp jaunimo, ištraukia daugiau moterų nei vyrų (Craig 2009: 1627S).

Pirmosios veganų bendruomenės, įkurtos 1944 m. JK, oficialioje interneto svetainėje ([www.vegansociety.com](http://www.vegansociety.com)) veganizmas apibrėžiamas kaip „gyvenimo būdas, kuriuo siekiama kiek įmanoma, praktiškai visiškai, pašalinti visas gyvūnų išnaudojimo ir žiauraus elgesio su jais formas – maistui, drabužiams ar bet kokiam kitam tikslui pasiekti“. Taigi šis fenomenas yra neatsiejamas nuo individų tam tikros gyvenamosios pasirinkimo (mikrolygmuo), todėl jis gali būti analizuojamas pasitelkiant gyvenimo būdo / gyvenamosios teorijas. Be to, yra svarbus ir socialinis statusas tiriant prisirišimą „prie tam tikrų daiktų, skonio ar gyvenimo būdo <...>, kai noras būti kažkuo kitu viršija visas įmanomas asmenybės susitapatavimo ribas“ (Valivonytė 2015: 22). Veganizmas socialiniuose tyrimuose laikomas *ascenso* / savęs disciplinavimo forma (Cole 2008: 706; Kolbergytė 2016: 684): fenomenas analizuojamas per asketizmą ir hedonizmą, teigiama, kad dominuoja asketinio veganizmo diskursas socialinių tyrimų literatūroje, ir pateikiamas alternatyvus hedoniškas veganizmo diskursas siekiant prisidėti prie galimo veganiško gyvenimo būdo patrauklumo ar pranašumų suvokimo (Cole 2008). Svarbu pabrėžti, kad individų (mikro-) lygmens tyrimai svarbūs veganizmo reiškinio gilesnei analizei, jo sampratai, kilmės, sklaidos ir poveikio tyrimams.

Veganišką gyvenimo būdą pasirinkę asmenys – veganai – buriasi į įvairias bendruomenes, virtualias socialines grupes (pvz., [facebook.com](https://www.facebook.com) socialiniame tinkle: „Lietuvos veganai“ (nuo 2013 m.), „Vegan Latvia“ (nuo 2014 m.), Estijos veganų draugija „Eesti vegan selts“ (nuo 2012 m.), tarptautinė virtuali veganų socialinė grupė „International Vegan Community“ (nuo 2020 m.) ir kt.), organizacijas (kalbant apie gyvūnų teises teigiama, kad visose Baltijos šalyse yra veganų organizacijų (Latvijoje – „Dzīvnieku brīvība“), kurių tikslai ir veikla tam tikru mastu sutampa su gyvūnų gynimo organizacijų (Aavik 2018: 511)), kurios gali būti tyrinėjamos socialinių grupių, organizacijų sociologijos tyrinėjimų kryptimi (vienos valstybės ribose – mezolygmuo, tarptautiniu mastu – makrolyguo). Iš kitos pusės, nors oficialiosios statistikos nėra, bet, remiantis 2018 m. atlikto 28 šalių tyrimo duomenimis ( $n = 20313$ ), veganų yra apie 3 proc. (įvairiose šalyse skaičiai skiriasi) (IPSOS 2018). Todėl ši grupė yra / gali būti laikoma mažuma (Christopher et al. 2018), kuri patenka į demografinių tyrinėjimų lauką. Veganai pagrindinių žiniasklaidos priemonių yra stigmatizuojami (Cole, Morgan 2011B; Doyle 2016), dėl skirtingų pažiūrų atsiranda įtampa / konfrontacija tarp veganų ir ne veganų. Taigi, veganizmas gali būti tiriamas gilinantis ir į mažumų teises, integraciją-atskirtį, stigmatizavimą, diskriminaciją ir kt.

R. Šatūnienė (2009), remdamasi Lietuvos pankų subkultūros tyrimo duomenimis, teigia, kad „<...> [Lietuvoje] veganizmas yra individualizuotesnė saviraiška, nes ji siejasi su į gyvūnų teisių apsaugą nukreiptu asmens pasirinkimu, kartais – filosofija, o štai JAV pankai veganizmą sieja su judėjimu“ (Šatūnienė 2009: 156). Veganizmo fenomenas dėl tam tikros išraiškos ir bendrų tikslų priskiriamas prie socialinių judėjimų (Cherry 2006; Wrenn 2017), analizuojamas kaip kultūrinis (Cherry 2006) ir politinis judėjimas (Bertuzzi 2017), o tai jau taip pat mezo- ir net makrolygmuo, nes dažnai neapsiriboja vienos valstybės teritorija.

Bendriausia prasme socialiniai judėjimai apibrėžiami kaip „kolektyviniai veiksmai siekiant tam tikrų socialinių tikslų: dažniausiai tai arba siekis paskatinti pokyčius visuomenės struktūroje ir / ar vertybėse, arba juos sustabdyti“ (Žukaitė 2016: 107). Teigiama, kad socialinis judėjimas yra daugiau neformalaus pobūdžio nei įsitvirtinusios, institucionalizuotos politinės ir socialinės organizacijos formos (Jamison, Rinkevičius 2010: 169). Klasikinių socialinių judėjimų teorijų atstovai orientuojasi ne tik į individualius veiksmus, bet ir į ankstesnius veganizmo tyrimus, naudoja esminius samprotavimus, kad paaiškintų šį reiškinį (Cherry 2006: 156).

Daugelis šiuolaikinių socialinių judėjimų veikia ir virtualioje erdvėje (Jamison, Rinkevičius 2010: 170). Skaitmeninių technologijų sklaida prisideda prie bendraminčių jungimosi į socialinius tinklus, o pastarieji – prie socialinio judėjimo plėtros. Pavyzdžiui, didžiausias šalies veganų tinklas internete „Lietuvos veganai“ gyvuoja jau septynerius metus. Šios viešos grupės narių skaičius nuolat auga. Jeigu 2016 m. rugpjūčio mėn. jų buvo 9 tūkst., 2017 m. kovo mėn. – 17 tūkst., 2018 m. spalio mėn. – 26 tūkst., tai 2020 m. rugsėjo mėn. jau perkopė 31 tūkstantį. Žinoma, dalis narių yra vegetarai ar visavalgiai, besidomintys veganizmu, prijaučiantys veganizmo idėjoms. Nepaisant to, naujos informacijos ir komunikacijos technologijos palengvina tradicinių socialinių judėjimo organizacijų bendradarbiavimą, „decentralizuotų, ne hierarchinių organizacinių formų kūrimąsi ir daro tokį judėjimą daugiau įmanomą“ (Garrett 2006: 15).

Kalbant apie veganų socialinio judėjimo išraišką yra teigiama, kad jie „atstovauja naujai socialinio judėjimo formai, kuri nėra pagrįsta įstatymais ar tapatybės politika, o remiasi kasdiene gyvenimo būdo praktika“ (Cherry 2006: 156). Pagrindiniai veganizmo kaip socialinio judėjimo siekiai – etiniai (Cole 2008; Doyle 2016; Turner 2019), aplinkosauginiai (Cooper 2018; 2006), gyvūnų teisių gynimo ir gerovės (Cole 2008: 707) bei kultūriniai (Cherry 2006: 156). Veganizmo socialinis judėjimas ne tik siekia išvardytų tikslų praktikuojant / saugant / kovojant, bet ir skleidžia žinias apie šių sričių problemas. Socialiniai judėjimai viešina informaciją apie klimato kaitą (Jamison, Rinkevičius 2010: 168), o veganų judėjimas yra vienas iš tokių naujienų formuotojų. Kalbant apie aplinkosaugą, sisteminiai gyvenimo būdo, elgesio įpročių, moralinių nuostatų pokyčiai yra būtini sprendžiant ekologines problemas (Kalenda 2005: 145). Įvairių tyrimų rezultatai rodo, kad veganų dietos gali atlikti svarbų vaidmenį mažinant šiltnamio efektą sukeliančių dujų išmetimą, stabdant biologinės įvairovės nykimą, mažinant taršą, efektyviau naudojant žemės ir vandens išteklius bei stiprinant žmonių sąmoningumą (Cole 2008: 707). Iš kitos pusės, aplinkosauga yra viena iš motyvuojančių idėjų (Cooper 2018: 16), t. y. siekis apsaugoti gamtą didina veganų skaičių, stiprina veganizmo socialinį judėjimą.

Veganizmo fenomeno egzistavimui svarbūs yra ir etiniai motyvai. Veganizmas kritikuoja neetiškos ir netvarios maisto gamybos praktiką (Doyle 2016: 777). Tarp Pirmojo ir Antrojo pasaulinių karų buvo labiau mechanizuota gyvulininkystė, pagrįsta didesniu žiaurumu, „todėl toleravę natūrinį ūkininkavimą ėmėsi veiksmų“ (Leneman 1999: 227). Etiškas

veganizmas apibūdinamas kaip vartojimo intervencija, kuri produkuoja išnaudojančius ir lygybės principu neįsivertinamus žmonių, gyvūnų ir aplinkos santykius. Dalis veganų veganizmą laiko bendru moraliniu imperatyvu (moraline norma, taisykle), jų manymu, žmonės turėtų būti veganai dėl socialinio teisingumo gyvūnų atžvilgiu (Turner 2019: 54). Veganizmo fenomenas laikomas / yra priešprieša rūšizmui\*. Tvirtinama, kad antiveganiškas diskursas žiniasklaidoje įtvirtina ir legitimuoja rūšizmu grįstus socialinius santykius (Cole, Morgan 2011A; 2011B: 135).

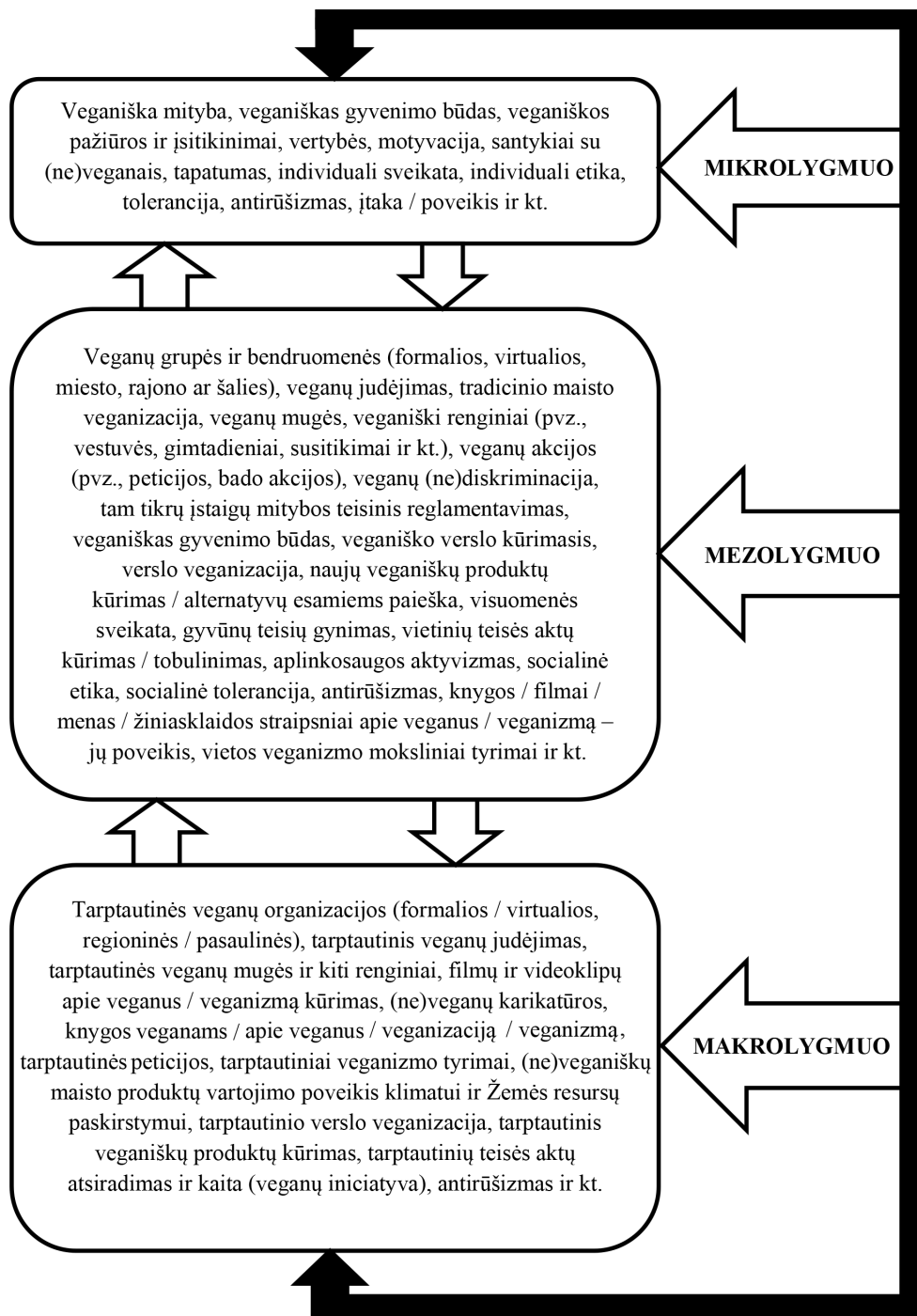
Kalbant apie socialinio judėjimo paveikumą, veganizmo ir kitų kultūrinių judėjimų sėkmė priklauso nuo pagrindinių gyvenimo būdo pokyčių, o „ilgalaikė veganizmo praktika yra vienas iš tokių sėkmės matų“ (Cherry 2006: 156). Teigiama, kad veganišką tapatybę sustiprina jungimasis į socialinius tinklus – dalyvavimas veganų judėjime labiau priklauso nuo palaikančių socialinių tinklų nei nuo valios, motyvacijos ar kolektyvinio veganų tapatumo (Cherry 2006: 155). Tyrimai rodo, kad kultūros ir socialiniai tinklai teikia paramą kultūriniam judėjimui. Interviu ( $n = 24$ ) su informantais, kurie save laiko veganais, atlikto tyrimo pagrindu E. Cherry (2003) darbe pateikė skirtingus pankų ir ne pankų veganų praktikos analizės rezultatus. Autorė savo tyrimu atskleidė, kad pankai veganai turi stiprią veganišką tapatybę ir yra labai ištikimi idėjoms, tačiau veganai ne pankai turi silpnesnę veganišką tapatybę ir yra mažiau pasiryžę tęsti veganiškas praktikas. Skirtinga praktika priklauso nuo socialinių tinklų ir įsijungimo į tuos tinklus. Pankai veganai turi stiprius socialinius tinklus, kurie palaiko veganizmą, o veganai ne pankai neturi tokios paramos iš savo socialinių tinklų (Cherry 2003). Apibendrinant galima teigti, kad veganizmo kaip socialinio judėjimo tyrimų vienas iš svarbių momentų – veganiško gyvenimo būdo trukmės analizė, o pastaroji yra / turėtų / galėtų būti siejama su tapatumo tyrimais.

## IŠVADOS

Nors veganizmo fenomenas buvo žinomas dar 20 a. pirmoje pusėje, tačiau pasaulyje tik 21 a. pirmajame dešimtmetyje šis reiškinys tapo platesnių mokslinių diskusijų / tyrinėjimų objektu. Fenomeno aktualumas ir fragmentiškas Lietuvos mokslininkų dėmesys reiškinio analizei provokuoja gilesnių ir tęstinių reiškinio tyrimų Lietuvoje poreikį. Veganizmas Lietuvoje kiek daugiau analizuotas gilinantis į lytį, politines pažiūras bei ateizmą veganų bendruomenėje, veganiškos mitybos poveikį sveikatai ir subkultūras.

Veganizmo konceptualizacija ir empiriniai tyrimai išryškina šio reiškinio, kurį lemia sveikatos, etiniai, aplinkosaugos, kultūriniai ir kiti motyvai, aktualumą. Su veganizmu siejamų temų / diskursų spektras labai platus, todėl veganizmas yra sudėtingas daugiadimensinis fenomenas, norint jį visapusiškai suprasti, svarbi tampa tarpdisciplininių tyrinėjimų kryptis. Veganizmas yra / gali būti tyrinėjamas mikro-, mezo- ir makrolygmenimis, analizuojamas iš socialinių, biomedicinos, humanitarinių ir fizinių mokslų perspektyvų įvairiomis tyrimų kryptimis (pav.).

\* Rūšizmas (angl. *speciesism*) – įsitikinimas, kad žmonės yra svarbesni už gyvūnus (<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/speciesism>, žr. 2020-09-10). „Atrodo, kad yra „gyvybiškai svarbus žmonių noras“ apibrėžti save kaip grupę, turinčią tam tikras savybes, palyginti su didesne išorine grupe, kuri jų neturi. <...> Kaip suderinti pagrindinį diskriminacijos poreikį su šiuolaikiniu civilizuo-to ir tolerantiško drabužio spaudimu? Atsakymas yra tas, ką filosofas Peteris Singeris įvardijo rūšizmu“ (Martinelli 2016: 161–162).



Pav. Veganizmo daugiadimensiškumas ir tyrimų gairės

Veganizmas siejamas ne tik su mityba ir gyvenimo būdu. Svarbi yra jo, kaip socialinio judėjimo, perspektyva ir tyrimų kryptis ne tik nacionaliniu, bet ir tarptautiniu mastu. Jis tyrinėjamas kaip kultūrinis ir politinis judėjimas, o paplitimo ir poveikio analizei svarbios kasdieninės veganiško gyvenimo būdo praktikos ir veganų tapatumo tyrimai.

Veganizmo fenomeno tyrimų apžvalga leidžia teigti, kad šis reiškinys yra ne tik atsakas į sveikatos problemas, žiaurų elgesį su gyvūnais ir gyvūnų teisių neužtikrinimą, gamybos netvarumą ir iš to kylančias aplinkosaugos problemas bei keliamas grėsmes. Jis taip pat yra individualaus ir kolektyvinio elgesio, siekiančio mažinti ar eliminuoti išvardytas problemas ir grėsmes, išraiškos būdas / kelias / priemonė.

Gauta 2020 09 25

Priimta 2021 05 04

## Literatūra

1. Aavik, K. 2018. 'The Animal Advocacy Movement in the Baltic States: Links to Other Social Justice Issues and Possibilities for Intersectional Activism', *Journal of Baltic Studies* 49(4): 509–527.
2. Bertuzzi, N. 2017. 'Veganism: Lifestyle or Political Movement? Looking for Relations beyond Antispeciesism', *Relations. Beyond Anthropocentrism* 5(2): 125–143.
3. Bulovienė, J. 2019. „Utenos miesto gyventojų mitybos įpročiai ir sveiko maisto restorano poreikis mieste“, *Įžvalgos* 1: 23–29.
4. Cherry, E. 2006. 'Veganism as a Cultural Movement: A Relational Approach', *Social Movement Studies* 5(2): 155–170.
5. Cherry, E. 2015. 'I Was a Teenage Vegan: Motivation and Maintenance of Lifestyle Movements', *Sociological Inquiry* 85(2): 55–74.
6. Cherry, E. R. 2003. *'It's Not Just a Diet': Identity, Commitment, and Social Networks in Vegans*. Athens, Georgia: The University of Georgia. Prieiga per internetą: [https://getd.libs.uga.edu/pdfs/cherry\\_elizabeth\\_r\\_200312\\_ma.pdf](https://getd.libs.uga.edu/pdfs/cherry_elizabeth_r_200312_ma.pdf)
7. Christopher, A.; Bartkowski, J. P.; Haverda, T. 2018. 'Portraits of Veganism: A Comparative Discourse Analysis of a Second-Order Subculture', *Societies* 8(3): 53.
8. Cole, M. 2008. 'Asceticism and Hedonism in Research Discourses of Veg\*anism', *British Food Journal* 110(7): 706–716.
9. Cole, M.; Morgan, K. 2011A. 'Veganism Contra Speciesism: Beyond Debate', *The Brock Review* 12(1): 144–163.
10. Cole, M.; Morgan, K. 2011B. 'Vegaphobia: Derogatory Discourses of Veganism and the Reproduction of Speciesism in UK National Newspapers', *British Journal of Sociology* 62(1): 134–153.
11. Cooper, L. 2018. 'A New Veganism: How Climate Change Has Created More Vegans', *Granite: Aberdeen University Postgraduate Interdisciplinary Journal. Special Issue: Between Using and Abusing Our Planet*: 16–24.
12. Craig, W. J. 2009. 'Health Effects of Vegan Diets', *The American Journal of Clinical Nutrition* 89(5): 1627S–1633S.
13. Doyle, J. 2016. 'Celebrity Vegans and the Lifestyling of Ethical Consumption', *Environmental Communication* 10: 777–790.
14. Garrett, R. K. 2006. 'Protest in an Information Society: A Review of Literature', *Information, Communication and Society* 9(2): 202–224.
15. Greenebaum, J.; Dexter, B. 2018. 'Vegan Men and Hybrid Masculinity', *Journal of Gender Studies* 27(6): 637–648.
16. IPSOS. 2018. *What does It Mean to Consumers? An Exploration into Diets Around the World. Ipsos MORI Global Advisor Survey*. Prieiga per internetą: [https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-09/an\\_exploration\\_into\\_diets\\_around\\_the\\_world.pdf](https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-09/an_exploration_into_diets_around_the_world.pdf) (žiūrėta 2020-09-08).
17. Jamison, A.; Rinkevičius, L. 2010. „Socialinių judėjimų vaidmuo formuojant viešąjį klimato kaitos diskursą ir žinojimą“, *Sociologija. Mintis ir veiksmas* 27(2): 166–185.
18. Jasiųtė, E.; Milaknytė, G.; Gedminas, L.; Kondrackienė, J. 2017. „GERL simptomų pasireiškimas tarp skirtingų mitybos grupių (visavagių, vegetarų, veganų) žmonių“, *Lietuvos bendrosios praktikos gydytojas* 21(1): 12–18.

19. Kalenda, Č. 2005. „Ekologinė etika: kilmė, principai, taikymas“, *Problemos* 68: 135–147.
20. Kolbergytė, A. 2016. *Suaugusiųjų saviugda kaip transformuojantis ugdymasis*. Daktaro disertacija. Vilnius: MRU.
21. Leneman, L. 1999. ‘No Animal Food: The Road to Veganism in Britain’, *Society and Animals* 7(3): 219–228.
22. Martinelli, D. 2016. ‘Animal Cognition, Speciesism, Humanism: Reflections on the Notion of “Semiotic Animal”’, *Athena: filosofijos studijos* 11: 157–173.
23. Martinelli, D. 2019. ‘Food Communication and the Metalevels of Carnism’, in *Meanings & Co. The Interdisciplinarity of Communication, Semiotics and Multimodality. Numanities – Arts and Humanities in Progress*, Vol. 6, ed. D. Martinelli. Springer.
24. Martinelli, D.; Berkmanienė, A. 2018. ‘The Politics and the Demographics of Veganism: Notes for a Critical Analysis’, *International Journal for the Semiotics of Law* 31(3): 501–530.
25. Matulevičius, S. 2016. „Ontologinė stoka: antropologinis žvilgsnis ir jo ribos“, iš *Stokos reiškiny: būtis, žmogus ir bendruomenė* (red. E. Leontjeva, A. Vainė, M. Vyšniauskaitė). Vilnius: LRTI, 226–250.
26. Mažeikis, G. 2009. „Simbolinių pasaulių kūryba, gamyba ir kolonizacija“, *Grupės ir aplinkos* 1: 29–48.
27. Remeika, A. 2013. *Reklamos kampanijų kūrimas ir valdymas: pažingsniui nuo pradinio rinkos tyrimo iki reklamos poveikio įvertinimo*. Mokomoji medžiaga su praktinėmis užduotimis. Klaipėda: VŠĮ Socialinių mokslų kolegija.
28. Sakkas, H. et al. 2020. ‘Nutritional Status and the Influence of the Vegan Diet on the Gut Microbiota and Human Health’, *Medicina* 56(2): 88.
29. Šatūnienė, R. 2008. *Pankų subkultūra Lietuvoje: tapatybės bruožai*. Daktaro disertacijos santrauka. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
30. Šatūnienė, R. 2009. „Pankų subkultūrinės tapatybės bruožai Lietuvoje ir Vakaruose“, *Grupės ir aplinkos* 1: 143–163.
31. Šatūnienė, R. 2014. „Tarp modernumo ir postmodernumo: „subkultūros“ ir „subkultūros nario“ sampratų kaita teorijų ir empirinių tyrimų kontekste“, *Filosofija. Sociologija* 2(25): 109–117.
32. Šilaitė, I.; Tamošaitienė, L. 2020. „Augalinės kilmės maisto produktų kiekio mitybos racione tyrimas Klaipėdos valstybinės kolegijos bendruomenėje“, *Verslas, technologijos, biomedicina: inovacijų žvalgos 2020*, [elektroninis išteklius] 11(1): 368–375.
33. Thomas, M. A. 2016. ‘Are Vegans the Same as Vegetarians? The Effect of Diet on Perceptions of Masculinity’, *Appetite* 97: 79–86.
34. Turner, R. 2019. ‘Veganism: Ethics in Everyday Life’, *American Journal of Cultural Sociology* 7: 54–78.
35. Valivonytė, I. M. 2015. „Mados ir asmens individualumo raiška šiuolaikinėje vartotojiškoje visuomenėje“, *Santalka: filosofija, komunikacija* 23(1): 22–34.
36. Vinnari, M. 2010. *The Past, Present and Future of Eating Meat in Finland*. Turku: Turku School of Economics.
37. Wrenn, C. L. 2017. ‘Trump Veganism: A Political Survey of American Vegans in the Era of Identity Politics’, *Societies* 7(4): 32.
38. Žukaitė, G. 2016. „Socialinių judėjimų sampratos kaita“. *Filosofija. Sociologija* 27(2): 106–115.



ANNA LIPNEVIČ

## The Phenomenon of Veganism: From Diet and Lifestyle to Social Movement

### *Summary*

The phenomenon of veganism is not new in the World, but it was only in the first decade of this century that it became the subject of wider sociological and other research. The concept of veganism is complex, associated with consumption, lifestyle, social group, social movement, subculture, and other social phenomena, but researchers' attention to the complexity of this phenomenon is limited.

The article examines the multidimensionality of the phenomenon of veganism, which has so far been poorly analysed in the works of Lithuanian researchers, the diversity of its concepts and research directions, and summarises the levels of analysis of the phenomenon of veganism and research directions.

**Keywords:** veganism, identity, lifestyle, social movement, subculture, minority, discrimination, equal opportunities, animal rights