

Akademinis laipsnis	Bakalauras
Vardas ir pavardė	Raminta Grinkevičiūtė
Institucija, padalinys	Vilniaus Universitetas, Istorijos fakultetas
Institucijos adresas	Universiteto g.7
Pranešėjo kontaktiniai duomenys (el. paštas, tel. nr.)	raminta.grinkeviciute@gmail.com 862228855
Pranešimo pavadinimas	Šiuolaikinio swag jaunimo gyvenimo būdas Lietuvoje: vartotojiškumas ir hedonizmas
Raktiniai žodžiai	Jaunimo grupė, tyrimas, etnografinis lauko tyrimas, postsubkultūra, gyvenimo būdas, swag, vartotojiškumas, hedonizmas,

Konferencijos pranešimo santrauka (500 žodžių)

Šis tiriamasis darbas orientuotas į Lietuvoje besireiškiančią swag (swagerių) jaunimo grupę. Swag, tapo itin populiaria gyvenimo būdo raiška pasaulio jaunimo tarpe (taip pat ir Lietuvoje) – tokia populiaria, kad spėjo įgauti net pseudo reikšmių, todėl trumpo ir konkretaus įvardijimo negana, apibūdinant šį pasaulinį fenomeną. Lietuvoje swag yra naujas reiškinys, apie kurį daugiausiai kalbama internete. Moksliniame kontekste (mano tiriamajame darbe) swag analizuojamas pirmą kartą. Swag yra nauja jaunimo kultūrinė raiška, kuri turi glaudžių sąsajų su mada, įvaizdžiu ir unikaliumi gyvenimo būdu. Tiriamasis darbas kalba apie tai, ką žodis swag komunikuoja jaunimo tarpe, kokią idėjinę ir semantinę prasmę išreiškia šio žodžio vartojimas, kuo jaunimas, vadinamas swageriais (swagger) save išskiria iš visuomenės ir kokią žinutę siunčia bei ko siekia savo deklaruojamomis pažiūromis ir elgesiu. Pagrindinis tiriamojo darbo tikslas – remiantis etnografiniu lauko tyrimu, išanalizuoti swagerių jaunimo gyvenimo būdo (lifestyle) grupę Lietuvoje, atskleidžiant jų vertybinius ir moralinius principus – hedonistinę ir vartotojišką gyvenseną.

Šis tyrimas buvo vykdomas dviejų metų laikotarpyje, su pertraukomis. Procesą pradėjau nuo dalyvaujančio stebėjimo metodo, kurį pritaikiau vienoje Vilniaus šokių studijoje, Vilniaus naktiniuose baruose, klubuose, koncertuose – vietose, kuriose buvo galimybių sutikti tiriamosios grupės atstovų. Pagrindinis tyrimo šaltinis – 11 struktūruotų interviu, atlikti 2013 metų vasario–gegužės mėnesiais ir 2014 metų kovo–balandžio mėnesiais. Interviu metu buvo apklausti jaunuoliai, propoguojantys swag įvaizdį ir gyvenimo būdą. Tyrimo eigoje vadovavausi sniego gniūžties principu, kuomet informantai rekomendavo kitus swag grupės atstovus. Taip pat, buvo kalbinami jaunuoliai, nepriklausantys swag jaunimo tarpui, bet aktyviai dalyvaujantys swagerių aplinkoje. Informantai buvo tiek vaikinai, tiek merginos, kurių amžius buvo nuo 18–25 metų. Swag grupės analizei buvo svarbi ir klausomų muzikos grupių vaizdo klipų ir dainų žodžių analizė, interpretacija.

Analizuojant swagerių jaunimo grupės fenomeną, dėmesį skyčiau subkultūros ir postsubkultūros sampratoms. Tirdama swag, susidūriau su retorika, ar galiu šią jaunimo grupę vadinti subkultūra. Iš pirmo žvilgsnio swageriai atrodo kaip eilinė, vartotojiškos jaunimo visuomenės mada, kuri iš visuomenės išsiskiria tik savo aprangos stiliumi. Tačiau tiriamojo proceso metu, buvo akivaizdu, kad swageriai verti nuodugnesnio gilinimosi – jie turi sociokultūriškai ir antropologiškai tirtinų savybių: savitą filosofiją, unikalų požiūrį į gyvenimą ir aiškia poziciją dėl deklaruojamo įvaizdžio. Galiausiai, šią tiriamąją grupę priskyrusi prie postmoderniosios visuomenės dalies, analizavau grupės gyvenimo būdą (angl. lifestyle). Grupių gyvenimo būdo (lifestyle) tyrimai padeda suprasti postmoderniasias amžiaus grupes, jų vertybinę orientaciją, interesus ir tapatumą. Analizuojant lifestyle (gyvenimo būdo) sampratą ir tyrimus, daugiausiai remtasi Pierre Bourdieu „Distinction“ (Skirtybių) tyrimu ir Anthony Giddens teorija.

Tiriamajame darbe, išskiriami, pastebėti tiriamosios grupės vertybiniai ir moraliniai principai, kurie pasireiškia per hedonistinę ir vartotojišką gyvenseną. Tyrime daug dėmesio skiriama swagerio gyvenimo būdo išraiškoje akcentuojamai filosofijai, jų tarpe vadinama „yolo“ – “You only live once” (liet. Tu gyveni tik kartą), kuri turi artimų sąsajų su hedonistine etikos teorija. Apibendrinant swag jaunimo grupės idėjinę raišką

Lietuvoje, išskiriamas pagrindinis grupės vertybinis principas – amerikietiškosios kultūros propogavimas Lietuvoje ir idėjinis priešinimasis nusistovėjusioms, konservatyviosioms, normoms.

Tai yra pirmas tokio pobūdžio mokslinis tiriamasis darbas, nagrinėjantis besireiškiančią swag jaunimo grupę.
