

УДК: 159.938.363.6:[316.723:355.01](477)

Буракова А. Р.,

студентка факультету охорони здоров'я, соціальної роботи та психології Національного університету «Києво-Могиллянська Академія» (м. Київ, Україна)
e-mail: *anastasiia.burakova@ukma.edu*

Науковий керівник:

Гірник А. М.,

*професор кафедри психології та педагогіки Національного університету «Києво-Могиллянська Академія»,
кандидат філософських наук (м. Київ, Україна)*

ПРЕДСТАВНИКИ СУБКУЛЬТУРИ «DEAD INSIDE» ЯК ОСОБЛИВО ВРАЗЛИВА ГРУПА ПІДЛІТКІВ У ЧАС ВІЙНИ

Анотація. У статті розкрито та описано субкультуру «Dead inside», її історію та чинники виникнення. Окрім того, проаналізовано та наведено психологічну характеристику її представників, досліджено їхні стилі гумору за типологією Р. Мартіна. Проаналізовано феномен віктимності, поняття «жертва», які є важливими для розуміння представників субкультури «Dead inside». Описано потенційну соціальну небезпеку субкультури, наведені приклади інших деструктивних груп та їхній вплив на соціум. Запропоновано використати «гумористичні інтервенції» як інструмент впливу. Надано рекомендації щодо редукції деструктивності та покращення психологічного здоров'я молоді.

Ключові слова: гумор, самопринижуючий гумор, агресивний гумор, віктимізація, самодеструктивна поведінка, субкультура «Dead inside», фрілістинг, психологічний портрет субкультури.

Дефініція «віктимна поведінка» виникла в рамках кримінальної віктимології, яка в буквальному перекладі означає «вчення про жертву». Проблемою віктимності займалися юристи, медики, філософи, історики та психологи. Часто це явище означає особливості дій конкретної людини, чия поведінка може бути провокаційною, тобто небезпечною безпосередньо для неї, і може призвести до скоєння злочину. На нашу думку, цей феномен є психологічно важливим двома основними характеристиками: соціальною деструктивністю та самодеструктивністю. ЦентRALною складовою віктимності є «жертва». Це поняття є відомими серед таких галузей: юридична, медична та, безумовно, психологічна.

У нашій роботі представлено культурну групу (субкультуру) молодих людей, які, на нашу думку, є дуже нестійкими особистостями, що були схильні до віктимної поведінки з початком війни 2014 року. Однак на сьогодні, ця категорія є потенційно однією з найбільш вразливих жертв злочинів у час війни. Йдеться про такий феномен як субкультура «Dead inside».

Така думка ґрунтувалася на декількох фактах. По-перше, віктимізація є процесом та результатом перетворення індивіда або групи осіб на жертв як наслідок несприятливих умов соціалізації. Тобто, йдеться про психічні зміни людей, які мають як внутрішній, так і зовнішній (соціальний) вплив. У нашому випадку «несприятливими умовами соціалізації» є час повномасштабної війни. А внутрішній вплив передбачено закладеною характеристикою (яку буде розглянуто далі) досліджуваної субкультури. По-друге, віктимність у тлумаченні різних дослідників та науковців добре резонує з поняттям «самодеструктивної молоді» або «нейстійкої особистості». Характеристика віктимізації як стійкої особистісної якості, як схильності суб'єкта до поведінки у взаємодії з іншими виявлятися жертвою або як певної девіації це підтверджує [1].

Актуальність дослідження обумовлена тим, що у нас немає психологічно обґрунтованих і практично апробованих методик та планів взаємодій з молоддю подібної культурної групи, які необхідні з огляду

на можливість надшвидкого розповсюдження даної субкультури на теренах України (через як стихійне, так і спровоковане російськими фахівцями з ІПСО чинниками). Як приклад схожого негативного впливу можна навести субкультуру «ЧВК “Редан”», яка була створена в Росії підлітками-глядачами японської мультиплікації «Hunter×Hunter». Як бачимо, її діяльність швидко розповсюдилась за межі РФ та почала деструктивно впливати на молодь в Україні. Масові заклики до підліткових бійок, зібрань у центрах міст та бажання бунту як відповіді на загальний стан суспільства призвели до певної дестабілізації соціуму й негативізації ментального стану підлітків (які зараз, в умовах війни, є особливо вразливою групою через схильність до максималізму та кризи ідентичності). Отже, *об’єктом* дослідження в нашій роботі є сучасна субкультура «Dead inside» та її характеристика, а *предметом* дослідження — особливості гумору молодих людей 14–22 років, що належать до субкультури «Dead inside». У процесі пошуку інструментів зменшення можливої травматизації нами було обрано предметом вивчення саме гумор, адже даний феномен як гіпотетичний інструмент комунікації з представниками групи «Dead inside» має на меті більш поглиблене вивчення нової субкультури, збільшення соціологічних знань та створення статистичного фундаменту для подальшого вивчення даного об’єднання. Крім того, дослідження «Dead inside» за допомогою гумору створює підґрунтя для формування методів і методик психологічного консультування підлітків, які належать до цієї групи. Варто зазначити, що здебільшого «дед інсайди» є надзвичайно депресивними підлітками з вираженими суїцидальними нахилами. Як наслідок, дослідження їхнього світогляду за допомогою вивчення філософії всієї субкультури «Dead inside» через призму гумору допоможе краще зрозуміти молодь, схильну до психологічних девіацій і сформувати відносно гнучкий інструмент психологічного консультування на основі гумористичного аспекту субкультури. Наявність у психотерапевтичному інструментарії «гумористичних інтервенцій», за допомогою яких терапевт має можливість «розхитати» психологічні захисти клієнта та допомогти йому «переоцінити» події минулого й побачити альтернативи власного ставлення до них, підтверджує потенційну ефективність

використання «гумористичної терапії» (S. Sultanoff, P. Wooten, Т. М. Титаренко, В. Ф. Калошин) з депресивними субкультурами [2].

Молодіжна субкультура «Dead inside» була створена приблизно 7 років тому, що вважається невеликим хронологічним періодом. «Дед інсайд» (від англ. “Dead inside”, «мертвий усередині») – відомий у соціальних мережах мем (молодіжний жарт), що активно поширюється серед інтернет-користувачів. Переклад даного словосполучення, без детального дослідження, вже наголошує на високій депресивності, іронічності та відчуженості представників даної групи [3]. Нами було виокремлено три основні напрямки появи субкультури «Dead inside»: японська мультиплікація «Токійський Гуль», комп’ютерна гра «Dota-2», музичне мистецтво американського репера XXXTentacion. Зазначимо, це найбільш популярні та згадані джерела виникнення фрази «dead inside», такого стилю поведінки.

Стимули утворення даної субкультури є невизначеними через загальну відсутність валідних досліджень її представників. Психологи висувують теорії та пропонують певні причини за принципом логічних причинно-наслідкових ланцюгів. Наприклад, представники субкультури «Dead inside» характеризуються депресивністю та агресивністю. Які є досліджені психологічні причини даних станів? Міжродинні стосунки; неприйняття дитини батьками; відсутність з останніми близькості та взаєморозуміння; нездорова комунікація особи зі шкільним середовищем, ровесниками; відсутність розуміння власного сенсу та мети життя. Інші психологічні причини теж використовують для пояснення виникнення субкультури. Наприклад, відчуття збайдужіння чи безвиході пояснюється деструктивними стосунками з батьками, ймовірним булінгом у школі чи аб’юзивними підлітковими стосунками. Окрім того, представники субкультури «Dead inside» часто характеризуються як тривожні типи особистості. Вони відчувають дефіцит уваги й схильні «заслужувати» любов. Як наслідок, дані люди намагаються догодити оточуючим і катастрофічно бояться самотності. Однак з часом страх самотності заміщується метою зробити себе кращими за інших й довести собі та оточуючим власну всезагальну байдужість. Депресивна векторність та загальна соціальна ізоляція не заважають представникам субкультури «Dead inside» жартувати. Їх гумор специфічний, але

через нього вони часто показують оточуючим нікчемність як світу так і власної особистості. Спочатку вважалося, що представники субкультури «Dead inside» мають демонструвати суто песимізм, байдужість та іноді агресивну зневагу до оточуючих. Але поступово назва стала все частіше вживатися іронічно: «дед інсайдами» називають тих, хто відірваний від життя, не звертає уваги на оточуючих і поводить дивно у повсякденних ситуаціях.

Досліджуваною групою у кількості 44 особи була молодь (і чоловіки, і жінки) 14–22 років, які є активними користувачами соціальної мережі Twitter. Критеріями відбору респондентів була їхня суб'єктивна думка: вони вважають себе «дед інсайдами». Ця позиція ґрунтувалася або на реальному ототожненні себе із субкультурою «Dead inside», або на жартівливому аспекті існування даного феномену («Я знаю, що є такий жарт про «дед інсайдів» і я користуюся ним у повсякденному житті при комунікації з друзями», наприклад). Через недослідженість даної групи ми маємо лише набір суб'єктивних описових характеристик представників цієї субкультури. Чітких критеріїв належності до «дед інсайдів» не сформульовано. Саме тому ми вирішили дослідити респондентів, використовуючи їхній суб'єктивний мотив та позицію, для того щоб започаткувати дослідження даної групи. Мотивація респондентів була досить різноманітною, однак їх об'єднували дві емоції: цікавість та подив. На жаль, у сучасному суспільстві панує думка, що всі наукові дослідження мають проводитися лише на загальноприйнятій надзвичайно серйозній, науковій тематиці за наявності великої кількості доказових експериментів та теоретичної літератури. Наше дослідження, яке спрямоване на специфічну соціальну групу, викликало неабиякий подив: «невже на нас звернули увагу? З якою метою?». Під час особистої комунікації частина респондентів наголошували на власній умотивованій шокованості: «це звучить дуже дивно й неочікувано».

Збір інформації відбувався у двох варіантах. Першим було проходження тестування на платформі Google Forms. Даний вибір зумовлений війною та неможливістю проведення оффлайн-заходів. Другий варіант — методика «фрілістингу», яку було проведено у форматі текстової розмови в месенджері Telegram. Даний вибір був зумовлений особистісними характеристиками респондентів: вони негативно

реагували на пропозиції проведення інтерв'ю в оффлайн форматі або у форматі телефонної розмови. Позицію можна пояснити загальною характеристикою, яку ми виокремили у процесі аналізу субкультури «Dead inside»: представники є інтровертованими та замкнутими. Окрім того, присутній і людський психологічний чинник: реакція на пропозицію незнайомої людини на інтерв'ю викликає підозри.

Результати тестування респонденти отримували за бажанням: наприкінці опитування було текстове поле для рефлексії, де люди могли написати власні думки, ідеї, враження, побажання. На наш подив, п'ятнадцять із сорока чотирьох учасників описали власні відчуття під час проходження тесту та залишили певні коментарі: «Гарний тест, щастя!», «Дякую вам також!!», «Сподіваюсь, я хоч якось допомогла», «Хотіла ще наголосити, що дед інсайди жартують над собою і своїми травмами, а не над іншими людьми. Чудовий опитувальник», «Дуже хороший тест, все так професійно розписано. Я аж задоволення отримала, бо як мінімум всім подобається, коли цікавляться їхньою думкою з приводу специфічних речей! Дякую!», «Сподіваюся, мої відповіді допоможуть і удачі з курсовою! Усе буде круто», «Дякую за тест», «Сподіваюсь, написала щось змістовне, дякую вам, це було доволі цікаво», «Дуже все чудово!! Цікаво, що вийде!! Успіхів!!», «Та нема за що, це був приємний вечір з цим опитувальником», «Успіхів у дослідженні», «Дякую за цікаву форму», «Ви знайшли цікаву тему для дослідження. Щастя вам!», «Цікава тема для дослідження) Хотілося б почитати готову роботу. Успіхів в обробці результатів)», «Було цікаво, завжди цікаво пройти опитуваннячко по чомусь знайомому + особливо цікаво коли мова йде про якісь не заїзджені речі». Оригінальність висловів та розділених знаків було збережено. За статистикою, всі вищезазначені коментарі були залишені жінками від сімнадцяти до двадцяти років. Окрім того, остання респондентка запропонувала нові, дотичні теми дослідження, які можна провести з аудиторією соціальної мережі Twitter. Аналізуючи всі побажання, можна зробити висновок про неабияку щирість та емпатичність респондентів.

Саме за допомогою гумору нами було сформовано психологічний портрет групи: через відсутність великої кількості теоретичної інформації, наявні в джерелах характеристики субкультури «Dead inside»

були непідтвердженими та абстрактними. Проте після проведення відповідного емпіричного дослідження (де було використано дві валідні психодіагностичні методики дослідження: опитувальник стилів гумору (Humor Styles Questionnaire, HSQ) Р. Мартіна [4] та особистісний опитувальник Ганса Айзенка, метою якого є оцінка симптомокомплексу екстраверсії-інтроверсії та нейротизму [5], й метод інтерв'ю — фрілістинг [6]) нами було виокремлено відповідні соціально-психологічні характеристики.

Представники субкультури «Dead inside» є невротичними особистостями. Так, в особистісному опитувальнику Ганса Айзенка за шкалою Нейротизму, осіб з мало вираженим нейротизмом немає. У 2,3% (1 особа) помірний нейротизм, у 11,4% (5 осіб) виражений нейротизм, у 27,3% (12 осіб) досить виражений нейротизм й у 47,7% (21 особа) вкрай виражений нейротизм.

Вагому та фундаментальну інформацію ми отримали після аналізу відповідей респондентів на питання фрілістингу. Було отримано інформацію щодо загальної появи, розповсюдження субкультури «Dead inside», їхньої поведінкової, особистісної характеристики й характеристики їхнього гумору.

По-перше, основними джерелами поширення «Dead inside» є: інтернет, соціальні мережі, інтернет-жарти (меми); музичне мистецтво (пісні на досліджувану тематику); міжособистісна комунікація та аніме (зокрема, аніме-спільноти, японська мультиплікація «Токійський Гуль»). Респонденти у своїх відповідях найбільше згадували соціальні мережі Twitter, TikTok, англомовний простір спілкування Reddit, мангу «Токійський гуль» та відповідні тематичні жарти. Як бачимо, згадки про комп'ютерну гру «Dota», гравця чи конкретного музичного виконавця відсутні.

По-друге, фрілістинг частково підтвердив створену в інтернет-спільнотах характеристику «дед інсайдів». Зовнішні ознаки представників, хоча і є стереотипними, збігаються: представники субкультури носять мішкувати одяг темних кольорів, «часто альт стиль в одязі, або щось ближче до емо» (з відповідей респондента). Мають чорне, ймовірно, відрощене волосся, чуба. Манера поведінки своєрідна: «людина виглядає самотньою», «часто перебирає щось в руках», «хрустить пальцями»,

«використовує фрази “1000–7”», «захоплюється культурою аніме», «читає та/або дивиться “Токійський Гуль”, “Берсерка”», «слухає техно», «слухає померлих реп/рок виконавців», «слухає сумну, тяжку музику» (з відповідей респондентів).

Психологічного-особистісні риси представників субкультури здебільшого схожі зі сформованою характеристикою: виражений песимізм («песимістичні уявлення про будь-що, навіть про якісь речі з позитивною конотацією»), замкнутість («рідко розповідають про проблеми, що їх турбують і не показують свій справжній стан, та дуже рідко можуть поділитися цим»), апатія та байдужість, проблеми із соціальною взаємодією («неможливість зрозуміти інших людей», «показова відстороненість», «людина з маленьким колом спілкування або взагалі уникає спілкування з людьми», «небажання жити у соціумі», «дед інсайди тримаються обособлено і намагаються не втручатися»), самопринижуючий гумор із суїцидальним нахилом («людина жартує про свої можливі ментальні розлади та проблеми», «гноблення себе заради гишок», «жарти (особливо над собою) на межі істеричного настрою», «жарти про самогубство з низькою ймовірністю власне здійснення самогубства»), недоречна поведінка («зазвичай це якісь дурні жарти що можуть бути або незрозумілі іншим людям, не схвалені іншими людьми (знову ж таки, пригнічення себе тощо)», «іноді незрозумілі дії з боку такої людини на прості життєві ситуації»), використання чорного гумору, психологічні проблеми («ментальні проблеми у людини\ більшість тем для розмови зводяться до того, що людині погано, і вона нічого не може з цим зробити», «не бачать нічого хорошого в житті через свої внутрішні проблеми»), можлива наявність депресії чи депресивного настрою («депресивна людина», «певні депресивні ознаки або депресія як діагноз», «можливий депресивний стан»). Окрім того, були названі такі риси особистості як: втома, проблеми зі сном, поверхневність суджень, відсутність сенсу життя, пасивність, пригніченість, зацикленість на собі, спостережливість, токсичність, агресивність, грубість, недовірливість, мовчазність, високий інтелект, цинізм, ранимість, закомплексованість, нервозність, відчуття себе «не таким, як усі» («відчуває себе обособленою від інших, “не такою”», «є так званим “нітакусею”-псевдофілософом, який вважає що він настраждався

більше, ніж інші люди; що він знає й усвідомлює більше»). Остання риса надзвичайно цікава для характеристики представників даної субкультури. Тобто, ми бачимо образ депресивної, замкнутої та пригніченої людини, якій важко взаємодіяти з соціумом, складно знайти позитив і яка вважає себе «унікальною, не такою, як усі». Згаданих у інтернет публікаціях рис: орієнтація на норми кримінального світу, антисоціально поведінка як приклад норми (жаргон, паління), виражена інтолерантність з орієнтацією на мізантропію, містицизм з орієнтацією на сатанізм не було у відповідях наших респондентів. Тобто «дед інсайди» всю деструкцію спрямовують на себе, а не на навколишнє середовище (в ньому вони давно розчаровані).

Окрім того, нами було виокремлено цікавий гумористичний феномен стилів гумору, які представники використовують найчастіше: чорний гумор, самопринижуючий (насміхання над собою, самоіронія, жарти про суїцид) та агресивний гумор (насміхання над іншими, токсичність).

Наша увага до дослідження даної субкультури була вмотивована можливими серйозними негативними наслідками. Безумовно, на даному етапі це виглядає як гіперболізована думка, проте ймовірність негативної зміни поведінки молоді є дуже високою. До прикладу, такі субкультури як «Хікки», «Horror Healers» (з англ. «Жахливі зцілювачі») і власне «Dead inside» є дійсно дуже своєрідними, оригінальними культурними об'єднаннями. Кримінальних порушень чи масових деструктивних соціальних процесів у їх діяльності не знайдено. Але сам світогляд їх представників вказує на серйозну психологічну нестабільність, що, поєднуючись із важкими проблемами суспільства (зокрема, політичні, економічні, соціальні проблеми воєнної України), може запустити дуже негативні особистісно-поведінкові процеси. Гірша ситуація з кримінальною субкультурою ЧВК «Редан», яка була створена на основі японської мультиплікації «Hunter×Hunter». Знову ж таки, фундаментом є мультиплікація, яка має на меті виконати лише свою медійно-розважальну функцію: створити певну фантастичну роботу для абстрактного та творчого сприйняття глядачами. Але підлітковий мозок може зрозуміти та побачити зовсім інший сенс, що може бути фатальним як для нього, так і для суспільства.

Таким чином, остаточне питання можна сформулювати так: чи є представники субкультури «Dead inside» жертвами злочинів агресії та чи потрібна психологічна підтримка представникам субкультури «Dead inside» взагалі? Зважаючи на загальну депресивну тенденцію та прихильність до суїцидальної, смертельної тематики, ми можемо зробити висновок про віктимізацію даної соціально-вікової групи та необхідність її вивчення як передумови готовності до реагування на деструктивну поведінку представників даної субкультури.

Список використаних джерел

1. Шевченко Л. О. Психологічні характеристики віктимної особистості. *Вісник Кримінологічної асоціації України*. 2013. № 5. С. 181–185.
2. Зайва О. О. Особливості використання почуття гумору як ресурсу психологічного подолання : автореф. дис. канд. псих. наук : спец. 19.00.01. Харків, 2005. 18 с.
3. Хто такий «дед інсайд» і чому їх так багато стало в інтернеті URL: <https://menicikavo.com/tsikavo/hto-takij-ded-insajd.html>.
4. Martin R. A. Sense of humor Positive psychological assessment : A handbook of models and measures / S. J. Lopez , C. R. Snyder (Eds.). Washington, DC: American Psychological Association, 2003. P. 313–326.
5. Корольчук М. С. Психофізіологія діяльності. Київ : Ельга, Ніка-Центр, 2003. URL: <https://studentam.net.ua/content/view/10951/86/>
6. Гірник А. М. Теоретичні засади і процедура фрілістингу. *Наукові записки НаУКМА : Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота*. 2016. Т. 188. С. 50–55.

Burakova A. Representatives of the “Dead inside” subculture as a particularly vulnerable group of teenagers during the war

The article reveals and describes the subculture “Dead inside,” its history and factors of occurrence. In addition, the psychological characteristics of its representatives are analyzed and presented, their styles of humor on the typology of R. Martin are investigated. The phenomenon of victimization, the concept of “victim,” which are important for understanding the representatives of the subculture “Dead inside,” is analyzed. The potential social danger of the subculture is described, examples of other destructive groups and their

impact on society are given. It is proposed to use “humorous interventions” as a tool of influence. Recommendations are given to reduce destructiveness and improve the psychological health of young people.

Key words: humor, self-deprecating humor, aggressive humor, victimization, self-destructive behavior, “Dead inside” subculture, freelisting method, psychological portrait of a subculture.