

ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ / EMPIRICAL STUDIES

Научная статья / Research Article
<https://doi.org/10.11621/LPJ-24-04>
УДК/UDC 159.99

Антисоциальная креативность и личностные характеристики юношей в разных социально-политических условиях: связь и взаимодействие

Н.В. Мешкова¹✉, М.Н. Бочкова², О.Е. Кравцов³

¹ Московский государственный психолого-педагогический университет, Москва, Российская Федерация

² Независимый исследователь

³ Московский университет Министерства внутренних дел Российской Федерации имени В.Я. Кикотя, Москва, Российская Федерация

✉ nmeshkova@yandex.ru

Резюме

Актуальность. Актуальность исследования связана с активизацией анти-социальной креативности (АК) в социуме в виде информационных войн и изоляции России на фоне проведения специальной военной операции (СВО) в Украине, создающих угрожающие социополитические условия.

Цель. Цель исследования состоит в том, чтобы выяснить, есть ли различия на индивидуальном уровне в АК и ее связях с личностными характеристиками — (враждебностью, чертой «согласие» и моральной идентичностью) при разных социополитических условиях. Были сформулированы следующие *гипотезы*: 1) уровень АК неодинаков в различных контекстах и выше в угрожающих социополитических условиях и 2) связь между такими личностными характеристиками, как враждебность, сотрудничество, моральная идентичность и АК, неодинакова в разных социополитических условиях.

Выборка. Исследование является срезовым. Первый срез проводился в 2019 г. с участием 81 юноши — студентов одного из московских вузов ($M_{\text{возраст}} = 19,2$ года, $SD = 1,2$). Во втором срезе в 2023 г. приняли участие 152 юноши — студента того же московского вуза ($M_{\text{возраст}} = 19,1$ года, $SD = 1,29$).

Методы. Использовались опросники: «NEO-FFI» — сокращенный вариант опросника «NEO PI-R», BRAQ-24, опросник моральной идентичности, «Поведенческие особенности АК».



Результаты. Показано, что существуют различия в переменных в разных социополитических условиях: АК и враждебность значимо ниже, а моральная идентичность и сотрудничество значимо выше в выборке 2023 г. Предикторами АК в выборке-2023 стали черта «согласие» (отрицательный предиктор) и «враждебность» (положительный предиктор); в выборке-2019 — черта «согласие» (отрицательный предиктор). Выявлены различия в силе связи между переменными: в выборке-2023 связь враждебности с антисоциальной креативностью и чертой «согласие» достоверно значимо сильнее, чем в выборке 2019 г.

Выводы. В угрожающих социополитических условиях особого внимания требуют молодые люди с высокой враждебностью и низким уровнем развития черты «согласие» ввиду высокой вероятности реализации креативности в поведении, наносящем вред другим людям. При этом реализация АК в поведении может сдерживаться актуализирующейся моральной идентичностью. В спокойный и мирный период моральная идентичность и враждебность в меньшей степени связаны с реализацией АК в поведении, наносящем вред, и это может объясняться более развитой чертой «согласие».

Ключевые слова: социальный контекст, антисоциальная креативность, нанесение вреда, моральная идентичность, черта «согласие», враждебность

Финансирование. Исследование Н.В. Мешковой и М.Н. Бочковой выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда, проект «Асоциальная креативность и социокультурный контекст» № 23-28-00236, <https://rscf.ru/project/23-28-00236>.

Для цитирования: Мешкова, Н. В., Бочкова, М. Н., Кравцов, О. Е. (2024). Антисоциальная креативность и личностные характеристики юношей в разных социально-политических условиях: связь и взаимодействие. *Вестник Московского университета. Серия 14. Психология*, 47(1), 88–105. <https://doi.org/10.11621/LPJ-24-04>

Malevolent Creativity and Personal Features of Young People in Different Socio-Political Conditions: Relationship and Interaction

Natalya V. Meshkova¹✉, Margarita N. Bochkova²,
Oleg E. Kravtsov³

¹ Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russian Federation

² Independent Researcher

³ V.Ya. Kikot' Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

✉ nmeshkova@yandex.ru

Abstract

Background. The relevance of the study is associated with the activation of malevolent creativity at the macro level in the form of information wars and isolation of Russia, which create threatening socio-political conditions, against the background of the special military operation in Ukraine.

Objectives. Objective of the study was to find out whether there are differences at the micro-level in different socio-political conditions in malevolent creativity as well as to identify its connections with personal characteristics: hostility, the trait of "Agreeableness", and moral identity. The following hypotheses were formulated: 1. The level of antisocial creativity varies in different contexts and will be higher in threatening socio-political conditions and 2. the relationship between such personal characteristics as hostility, Agreeableness, moral identity, and malevolent creativity will be different in different socio-political conditions.

Study Participants. The study is a cross-sectional one. The first stage was carried out in 2019 with the participation of 81 young students from one of Moscow universities (mean age 19.2, SD = 1.2). 152 young students of the same Moscow university took part at the second stage in 2023 (mean age 19.1, SD = 1.29).

Methods. Participants filled out forms with the questionnaires "NEO-FFI" (a shortened version of the questionnaire "NEO PI-R"), BRAQ-24, moral identity questionnaire, "Behavioral features of antisocial creativity".

Results. It is shown that there are differences in variables at the microsystem level in different sociopolitical conditions: MC and hostility are significantly lower, and moral identity and cooperation are significantly higher in the sample of 2023. The predictors of MC in the sample of 2023 were the traits of Agreeableness and hostility. In the sample of 2019, the trait of Agreeableness alone predicted MC. Differences in the strength of the relationship between the variables were revealed: in the sample of 2023, the relationship of hostility with antisocial creativity and the trait of Cooperation was significantly stronger than in the sample of 2019.

Conclusions. In threatening socio-political conditions, young people with high hostility and low level on the "Agreeableness" trait fall into the risk group, due to the high probability of the realization of creativity in behavior that harms other people, while realization of MC in behavior may be restrained through actualizing moral identity. In a calm and peaceful period, moral identity and hostility are less relevant for the implementation of MC in harmful behavior, since the development of "Agreeableness" is important in this case.

Keywords: social context, malevolent creativity, behavior, moral identity, trait, Agreeableness, hostility

Funding. The reported study by N. Meshkova and M. Bochkova was funded by Russian Science Foundation project number № 23-28-00236, "Asocial creativity and socio-cultural context" <https://rscf.ru/project/23-28-00236>.

For citation: Meshkova, N. V., Bochkova, M. N., Kravtsov, O. E. (2024). Malevolent Creativity and Personal Features of Young People in Different Socio-Political Conditions: Relationship and Interaction. *Lomonosov Psychology Journal*, 47(1), 88–105. <https://doi.org/10.11621/LPJ-24-04>

Введение

Интерес к исследованию антисоциальной (malevolent)¹ креативности в юридической психологии возник в связи с попыткой изучения и объяснения хорошо организованных и по сути своей оригинальных террористических актов (Дикая, 2010). Однако креативность проявляется в нанесении вреда оригинальными способами не только в преступлениях, но и в обыденной жизни в межличностном взаимодействии, оказывая негативное воздействие на психологическое состояние жертвы (Мешкова и др., 2022b). Люди паразитично креативны в своей агрессии против других, что проявляется в ситуациях лжи, издевательства, шантажа, воровства, клеветы или злобных розыгрышей (Perchtold-Stefan et al., 2022b), в попытках намеренно нанести физический, умственный и материальный вред другим (Cromptley et al., 2008).

В то время как одни авторы приходят к выводу о том, что в общей популяции антисоциальная креативность возникает в несправедливых и провокационных социальных ситуациях, под воздействием стрессогенных факторов и при угрожающих обстоятельствах (Кароор, Хан, 2019; Perchtold-Stefan et al., 2022b; Perchtold-Stefan et al., 2021), имея в виду давление ситуации, созданной в лабораторных условиях, другие призывают выйти за рамки исследования индивидуальных различий в креативности и переосмыслить концепции, методы и результаты в более широких социокультурных рамках (Glaveanu et al., 2019; Baas et al., 2019; Glaveanu, 2020).

Необходимость изучения влияния социокультурного контекста на антисоциальную креативность диктуют события последних двух

¹ Под антисоциальной / вредоносной (malevolent) креативностью понимается креативность с намерением нанесения вреда другим людям (Cromptley et al., 2008).

лет, связанные с ситуацией со специальной военной операцией, осуществляемой на Украине, санкциями и ответными санкциями сторон, вовлеченных в конфликт, приводящими к росту антисоциальной креативности в виде информационных войн на фоне проведения СВО.

В теориях креативности понимание контекста существенно расширено Р. Стернбергом и С. Карамии, предложившими изучать креативность, в том числе и служащую негативным целям, в разных системах или уровнях внешней мотивации: в непосредственном окружении, в котором человек взаимодействует с другими людьми, — микросистеме; в системе микросистем — мезосистеме; на уровне структуры общества — экзосистеме; на уровне социума — макросистеме. Характерно, что каждый последующий уровень внешней мотивации оказывает влияние на предыдущий (Sternberg, Karami, 2022). В рамках этого подхода возникает *первый исследовательский вопрос*: существуют ли различия в антисоциальной креативности на уровне микросистемы в разных социополитических условиях? В данном случае нас интересует текущий период, который можно охарактеризовать как время угрожающего контекста, неопределенности, изоляции, и период до пандемии COVID-19 — относительно спокойного времени.

Исследования показывают, что, при угрожающем взаимодействии с враждебными оппонентами, респонденты придумывали более оригинальную тактику конфликта, чем в случае ожидания дружественного и кооперативного взаимодействия (De Dreu, Nijstad, 2008); в лабораторных условиях созданный контекст социальной изоляции приводил к повышению антисоциальной креативности, и конкретно — к генерированию вредоносных идей (Perchtold-Stefan et al., 2022a). Исходя из данных результатов, мы формулируем *первую гипотезу*: уровень антисоциальной креативности неодинаков в различных контекстах и будет выше в социально-политической ситуации, характеризующейся повышенной напряженностью и угрожающей стабильности (далее — угрожающие социополитические условия).

Результаты исследования в доковидный период показывают важную роль враждебности и личностной черты Большой пятерки «согласие» как предикторов антисоциальной креативности (Мешкова и др., 2020).

Исследования зарубежных авторов демонстрируют важную роль морали в антисоциальной креативности и, более того, показы-

вают, что моральные рассуждения являются ключевым фактором, препятствующим переходу от творческого потенциала к реальному поведению, наносящему вред другим (Zhao et al., 2022).

В исследованиях, проведенных через месяц после начала СВО, было показано, что у подростков моральная идентичность положительно связана с продуцированием негативных решений (Мешкова и др., 2022a), а этническая толерантность имела обратную связь с моральной идентичностью, в отличие от позитивной связи между этими переменными, обнаруженной у студентов до начала СВО (Мешкова, 2023). Важно подчеркнуть, что моральная идентичность, являясь частью социальной идентичности, активизируется под влиянием ситуации и реализуется в просоциальном поведении (Aquino, Reed, 2002), что не исключает ее возможности препятствовать девиантному поведению, но не генерированию идей, наносящих вред (Мешкова и др., 2022a). Полученные результаты позволили внести уточнения в динамическую модель креативности С. Тромп и Р. Стернберга, включающей три элемента — Личность, Ситуацию и Задачу (Tromp, Sternberg, 2022). По мнению этих авторов, влияние ситуации состоит в том, что «человек с высокой креативностью в конкретной задаче может стать менее креативным в результате сдерживающих факторов, присутствующих в ситуации, таких как гнетущая социально-политическая обстановка» (Tromp, Sternberg, 2022, p. 4). Уточнение в данную модель было предложено Н.В. Мешковой на основе вышеописанных эмпирических данных и касалось причинно-следственных связей и разведения контекста и ситуации (Мешкова, 2023). Согласно рабочей схеме динамической модели социальной креативности, контекст может оказывать влияние не только на саму креативность, но и на личностные характеристики и на их связь как с креативностью, так и с другими личностными характеристиками (Мешкова, 2023). Здесь возникает *второй исследовательский вопрос*: существуют ли различия во взаимосвязи между личностными характеристиками и антисоциальной креативностью в разных социополитических условиях? В рамках рабочей схемы динамической модели социальной креативности мы формулируем *вторую гипотезу*: связь между такими личностными характеристиками, как враждебность, согласие, моральная идентичность и антисоциальная креативность, будет неодинакова в разных социополитических условиях.

Метод и методики

Исследование является срезовым. Первый срез проводился в 2019 г., второй — в 2023 г. В двух срезах использовался идентичный набор методик.

Участники заполняли бланки с опросниками «NEO-FFI» — сокращенный вариант опросника «NEO PI-R» П. Коста и Р. МакКраэ в адаптации В. Орла, И. Сенина (*Орел, Сенин, 2004*), BRAQ-24 А. Басса и М. Перри в адаптации С. Ениколопова, Н. Цыбульского (*Ениколопов, Цыбульский, 2007*), моральной идентичности (Aquino, Reed, 2002) в адаптации С.Н. Ениколопова и др. (*Ениколопов и др., 2023*), «Поведенческие особенности антисоциальной креативности» (Hao et al., 2016) (далее ПОАК) в адаптации Н.В. Мешковой и др. (*Мешкова и др., 2018*). В сравнительный анализ исследования были включены шкалы «Согласие» опросника «NEO-FFI», «Враждебность» опросника BRAQ-24, «Интернализация» опросника моральной идентичности и общий показатель опросника ПОАК. С помощью шкалы «Интернализация» можно диагностировать то, насколько важны для респондента качества, характеризующие морального человека, и хотел бы он ими обладать; по ответам респондентов можно судить о том, насколько мораль является значимым компонентом для их самоидентификации (Aquino, Reed, 2002). Опросник ПОАК состоит из трех шкал: «Нанесение вреда», «Ложь» и «Злые шутки», характеризующих поведение, в котором может реализоваться антисоциальная креативность на индивидуальном уровне в межличностном взаимодействии. Респондентам предлагается оценить по шкале Ликерта частоту поведения, характерного для антисоциальной креативности.

Для опросника ПОАК и шкалы «Интернализация» опросника моральной идентичности проводился анализ надежности, коэффициент альфа Кронбаха составил 0,813 и 0,848 соответственно.

Статистическая обработка проводилась в программе Jamovi 2.3.24 с использованием корреляционного анализа, параметрических сравнений по t-критерию Уэлча (по причине неуравненности выборок), регрессионного анализа и линейной регрессии для проверки характера связи между параметрами в разных социополитических условиях.

Выборка

В первом срезе в 2019 г. участвовал 81 юноша — студенты одного из московских вузов ($M_{\text{возраст}} = 19,2$, $SD = 1,2$). Во втором срезе в 2023 г. приняли участие 152 юноши — студента того же вуза ($M_{\text{возраст}} = 19,1$, $SD = 1,29$).

Результаты исследования

Описательные статистики переменных по выборкам и результаты анализа корреляций представлены в Таблице 1.

Таблица 1

Описательные статистики и значимые коэффициенты корреляции Спирмена переменных в выборках 2019 г. (N = 81) и 2023 г. (N = 152)

| Пере- мен- ные | Среднее и SD | | 1. Ин | | 2. Вр | | 3. АК | |
|----------------------|--------------|-----------|----------|----------|-------|-----------|-----------|-----------|
| | 2019 | 2023 | 2019 | 2023 | 2019 | 2023 | 2019 | 2023 |
| 1. Ин | 27,9±5,29 | 29,9±3,9 | – | – | – | – | – | – |
| 2. Вр | 16,8±5,27 | 14,5±4,74 | нет | -0,176* | – | – | – | – |
| 3. АК | 11,7±6,1 | 8,78±6,1 | нет | нет | нет | 0,479*** | – | – |
| 4. С | 42,0±5,27 | 44,0±4,72 | 0,335*** | 0,347*** | нет | -0,430*** | -0,477*** | -0,409*** |

Условные обозначения: Ин — интернализация, Вр — враждебность, АК — антисоциальная креативность, С — черта «согласие»; * — $p < 0,05$, *** — $p < 0,001$; нет — отсутствие корреляции

Table 1

Descriptive statistics and significant correlations by Spearman of variables in 2019 (N = 81) and 2023 (N = 152) samples

| Vari- ables | Mean ± SD | | 1. In | | 2. Hs | | 3. MC | |
|----------------|-----------|-----------|----------|----------|-------|-----------|-----------|-----------|
| | 2019 | 2023 | 2019 | 2023 | 2019 | 2023 | 2019 | 2023 |
| 1. In | 27.9±5.29 | 29.9±3.9 | – | – | – | – | – | – |
| 2. Hs | 16.8±5.27 | 14.5±4.74 | no | -0.176* | – | – | – | – |
| 3. MC | 11.7±6.1 | 8.78±6.1 | no | no | no | 0.479*** | – | – |
| 4. A | 42.0±5.27 | 44.0±4.72 | 0.335*** | 0.347*** | no | -0.430*** | -0.477*** | -0.409*** |

Symbols: In (Internalization), Hs (Hostility), MC (Malevolent creativity), A (Agreeableness); * — $p < 0.05$, *** — $p < 0.001$; no — lack of correlations

Согласно корреляционному анализу по Спирмену, в выборке 2019 г. значимо отрицательно коррелируют антисоциальная креативность с чертой «согласие»; значимо положительно коррелируют интернализация с чертой «согласие». В выборке 2023 г. выявлены следующие корреляции: значимые положительные — интернализации с чертой «согласие»; антисоциальной креативности с враждебностью; значимые отрицательные — антисоциальной креативности с чертой «согласие»; враждебности с интернализацией и чертой «согласие».

Сравнение выборок по t-критерию Уэлча (критерий был использован ввиду неуравненности выборок по количеству респондентов) показало различия по следующим параметрам: интернализация ($t(118) = 2,66$; $p = 0,009$; $d = 0,387$), черта «согласие» ($t(152) = 2,01$; $p = 0,004$; $d = 0,407$) выше, а враждебность ($t(149) = -3,31$; $p = 0,001$; $d = -0,462$) и антисоциальная креативность ($t(163) = -3,49$; $p = 0,001$; $d = -0,480$) ниже в выборке юношей 2023 г. по сравнению с выборкой юношей 2019 г.

Сила связи между переменными проверялась с помощью линейной регрессии, которая с контролем выборок по годам исследования показала, что связь между некоторыми переменными неодинакова. В качестве зависимой переменной выступали антисоциальная креативность и черта «согласие», в качестве предиктора — центрированная переменная враждебность. R^2 составил 0,120 и 0,09 соответственно, в обоих случаях $p < 0,001$. При введении в каждую модель переменной выборок по годам прирост ΔR^2 составил 0,105 ($p < 0,001$) и 0,042, ($p < 0,004$) соответственно. Полученные модели регрессии значимы ($p < 0,001$ и 0,05 соответственно). Коэффициенты линейной регрессии приведены в Таблицах 2 и 3. По результатам линейной регрессии в выборке 2023 г. сила связи враждебности с антисоциальной креативностью и чертой «согласие» значительно выше, чем в выборке 2019 г. Сила связи переменных антисоциальной креативности с моральной идентичностью и сотрудничеством в обеих выборках одинакова.

Было установлено, что у юношей выборки 2019 г. 22% дисперсии антисоциальной креативности объясняются изменением черты «согласие» — стандартизованный коэффициент регрессии равен

Таблица 2

Коэффициенты линейной регрессии переменных враждебности, выборок по годам и влияния их взаимодействия на антисоциальную креативность

| Переменные | Стандартизованный коэффициент | p | SE | t |
|---|-------------------------------|---------|--------|-------|
| Антисоциальная креативность | – | < 0,001 | 0,4558 | 20,51 |
| Враждебность (центрированная переменная) | 0,550 | < 0,001 | 0,0949 | 7,18 |
| Выборка: 2019–2023 | 0,396 | 0,002 | 0,7847 | 3,12 |
| Взаимодействие враждебности и выборки (2019–2023) | –0,601 | < 0,001 | 0,1509 | –4,93 |

Условные обозначения: 2023 — выборка юношей 2023 г., 2019 — выборка юношей 2019 г.

Table 2
Coefficients of linear regression of the effect of interaction of hostility and samples by year on malevolent creativity

| Variables | Standard estimated | p | SE | t |
|---|--------------------|--------|--------|-------|
| Malevolent creativity | – | <0.001 | 0.4558 | 20.51 |
| Hostility centered | 0.550 | <0.001 | 0.0949 | 7.18 |
| Sample: 2019–2023 | 0.396 | 0.002 | 0.7847 | 3.12 |
| Interaction of hostility and sample (2019–2023) | –0.601 | <0.001 | 0.1509 | –4.93 |

Note: 2023 for the sample of young men of 2023, 2019 for the sample of young men of 2019

Таблица 3
Коэффициенты линейной регрессии переменных враждебности, выборки по годам и влияния их взаимодействия на черту «согласие»

| Переменные | Стандартизированный коэффициент | p | SE | t |
|---|---------------------------------|--------|--------|--------|
| Черта «согласие» | – | <0,001 | 0,3808 | 114,67 |
| Враждебность (центрированная переменная) | –0,415 | <0,001 | 0,0793 | –5,14 |
| Выборка: 2019–2023 | –0,315 | 0,019 | 0,6556 | –2,36 |
| Взаимодействие враждебности и выборки (2019–2023) | 0,335 | 0,010 | 0,1261 | 2,61 |

Условные обозначения: 2023 — выборка юношей 2023 г., 2019 — выборка юношей 2019 г.

Table 3
Coefficients of linear regression of hostility relationship and features of cooperation in the samples of young men in 2019 and 2023

| Variables | Standard estimated | p | SE | t |
|---|--------------------|--------|--------|--------|
| Agreeableness | – | <0.001 | 0.3808 | 114.67 |
| Hostility centered | –0.415 | <0.001 | 0.0793 | –5.14 |
| Sample: 2019–2023 | –0.315 | 0.019 | 0.6556 | –2.36 |
| Interaction of hostility and sample (2019–2023) | 0.335 | 0.010 | 0.1261 | 2.61 |

Note: 2023 for the sample of young men of 2023, 2019 for the sample of young men of 2019

–0,4843 ($p < 0,001$), в то время как у юношей выборки 2023 г. дисперсия антисоциальной креативности связана с двумя переменными: 18% дисперсии объясняются чертой «согласие» и 15% — враждебностью, стандартизованные коэффициенты регрессии равны –0,249 ($p < 0,001$) и 0,428 ($p < 0,001$) соответственно.

Обсуждение результатов

Отвечая на первый исследовательский вопрос о том, существуют ли различия в антисоциальной креативности на уровне микросистемы в разных социополитических условиях, мы получили результаты, дающие основание говорить, что действительно, в условиях непосредственного окружения, в котором человек взаимодействует с другими людьми, такие различия существуют: выборки 2019 и 2023 г. различаются по уровню этой переменной. В то же время выдвинутая гипотеза о том, что уровень антисоциальной креативности неодинаков в различных контекстах и будет выше в угрожающих социополитических условиях, подтверждается частично. Предположение о том, что в текущих угрожающих социально-политических условиях антисоциальная креативность будет выше, чем в относительно спокойное доковидное время, не подтвердилось. Наоборот, антисоциальная креативность в выборке 2023 г. ниже по сравнению с выборкой 2019 г. Полученные результаты расходятся с результатами, полученными С. Де Дрю и Б. Нейштат (De Dreu, Nijstad, 2008) и С.М. Печтольд-Стефан с коллегами (Perchtold-Stefan et al., 2022a), согласно которым антисоциальная креативность в угрожающих ситуациях повышалась. Во-первых, это может быть связано с тем, что исследования именно проявлений антисоциальной креативности в поведении в разных социополитических контекстах не проводилось и для сравнения мы отобрали исследования по идеепорождению вредоносных решений. Важно понимать, что генерирование идей и их реализация — не одно и то же. Во-вторых, влияние ситуации и социально-политического контекста, видимо, не равнозначно, и следует их разводить при исследовании креативности: реакция на стимул «здесь и сейчас» имеет отличие от реакции на стимул социально-политического контекста, воздействующего более продолжительный период времени. Наше объяснение согласуется с выводами, к которым пришла С.М. Печтольд-Стефан с коллегами (Perchtold-Stefan et al., 2022a) о том, что в более широком контексте социальная изоляция и угрожающие обстоятельства имеют более сложные механизмы связи с антисоциальным поведением по сравнению с изоляцией ситуационной

в лабораторных условиях. Таким образом, юноши 2023 г. исследования значительно меньше позволяют себе лгать, зло пошутить и оригинальными способами наказывать обидчика по сравнению с юношами 2019 г. исследования. В целом эту выборку можно описать как менее подозрительную, менее враждебную к окружающим людям, менее эгоцентричную, менее равнодушную, более отзывчивую, дружелюбную, способную помогать другим, с более высоким уровнем значимости морали в самоидентификации. Можно утверждать, что в угрожающих социополитических условиях сдерживающую роль в реализации креативности в поведении, наносящем вред другим людям, может играть активизация моральной идентичности. Наш вывод не противоречит результатам Дж. Джао и коллег (Zhao et al., 2022), показавших важную роль моральных суждений в сдерживании реализации творческого потенциала в антисоциальном поведении, и позволяет дополнить положения авторов концепции моральной идентичности К. Акуино и А. Рида (Aquino, Reed, 2002): моральная идентичность может активизироваться не только в определенной ситуации, как полагают авторы, но и в определенном социально-политическом контексте, что предполагает длительность и развернутость процесса во времени, отличающуюся от ситуационного воздействия, а значит, и не исключает возможности ее формирования и развития под влиянием контекста.

Что касается второго исследовательского вопроса, то, согласно полученным результатам, в выборках 2019 и 2023 гг. выявлены различия не только в связях антисоциальной креативности и личностных характеристик, но и в связях самих личностных характеристик.

Так, в обеих выборках отрицательным предиктором, вносящим наибольший вклад в антисоциальную креативность, является черта «согласие». Это вполне закономерно, т.к. черта личности «согласие» связана с просоциальным поведением и поведением, приносящим пользу другим, и отражает существенные характеристики не только просоциального индивида, но и морального, в то время как антисоциальная креативность реализуется в поведении, наносящем вред другим, что не сочетается с помогающим и просоциальным поведением. Однако в выборке 2023 г. появляется еще один предиктор, вносящий не меньший вклад в АК, — враждебность, являющаяся когнитивным компонентом агрессии, проявляющаяся в подозрительности и недоверии к другим людям, склонности воспринимать нейтральные стимулы как угрожающие. При этом выборка в целом значительно менее враждебна и в меньшей степени склонна проявлять антисоциальную креативность. Кроме того, в данной выборке связь

враждебности и черты «согласие» сильная и отрицательная, в то время как в выборке 2019 г. она отсутствует. Представляется, что в угрожающих социально-политических условиях у некоторых людей активизируется враждебность, и происходит это у тех, у кого недостаточно развита черта «согласие». Таким образом, гипотеза о том, что в разных контекстах связь между личностными характеристиками не одинакова, получила свое подтверждение.

Выводы

В результате проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. В разных социополитических условиях уровень антисоциальной креативности, а точнее реализация в поведении креативных решений, наносящих вред окружающим, может различаться.

2. В угрожающих социополитических условиях, в условиях неопределенности и изоляции реализация антисоциальной креативности в поведении, возможно, сдерживается актуализирующейся моральной идентичностью. Значимость качеств морального человека в самоидентификации ситуационна, и возможно, что у юношей моральная идентичность может не только активироваться в угрожающих социополитических условиях, но и формироваться и развиваться под их влиянием.

3. В разных социополитических условиях связь между личностными характеристиками, такими как враждебность и черта «согласие», не одинакова. В угрожающих социополитических условиях особого внимания психологов и педагогов требуют молодые люди с высокой враждебностью и низким уровнем развития черты «согласие», у которых выше вероятность реализации креативности в поведении, наносящем вред другим людям.

4. В относительно спокойном и мирном контексте предиктором антисоциальной креативности у юношей становится черта «согласие» таким образом, что у юношей с низко развитой чертой риск проявления креативности в поведении, наносящем вред, может быть значительно выше по сравнению с юношами, живущими в контексте угрожающих социально-политических условий.

Заключение

Следует отметить, что эмпирические исследования антисоциальной креативности с акцентом на социально-политический контекст до нас не проводились и результатов, с которыми можно сравнивать наши результаты, пока просто не существует.

Наше исследование имеет свои ограничения, поскольку проводилось в специальном вузе, и распространять результаты на все молодое население преждевременно. Кроме того, мы проводили срезовые исследования, и было бы интересным в перспективе для сравнения результатов и для понимания, например, возможности формирования и развития моральной идентичности провести лонгитюдные исследования. Однако полученные нами зависимости переменных в 2019 и 2023 гг. позволяют говорить о том, что нет ничего вечного и все меняется, и структура связи переменных в том числе. Важно периодически проводить повторные исследования, чтобы не упустить из вида вновь появившиеся взаимодействия психологических характеристик, которые ранее не были выявлены.

При профилактике антисоциальной креативности у молодых людей, обучающихся в вузах, важно принимать во внимание социально-политический контекст, в котором живет и учится молодежь, для того чтобы учесть все психологические характеристики, провоцирующие и тормозящие реализацию антисоциальной креативности в поведении, наносящем вред другим людям в повседневном взаимодействии.

Список литературы

Дикая, Л. А. (2010). Обратная сторона креативности. Роль креативности в противодействии терроризму. *Российский психологический журнал*, 7(5–6), 57–62.

Ениколопов, С. Н., Цибульский, Н. П. (2007). Психометрический анализ русскоязычной версии опросника диагностики агрессии А. Басса, М. Перри. *Психологический журнал*, (1), 115–124.

Ениколопов, С. Н., Бочкова, М. Н., Мешкова, Н. В., Мешков, И. А. (2023). Адаптация опросника моральной идентичности на российской выборке. *Психолого-педагогические исследования*, 15(3), 115–134. <https://doi.org/10.17759/psyedu.2023150308>

Мешкова, Н. В. (2023). Социальная креативность и социальный контекст: перспективы исследования. *Современная зарубежная психология*, 12(1), 100–108. <https://doi.org/10.17759/jmfr.2023120111>

Мешкова, Н. В., Ениколопов, С. Н., Кудрявцев, В. Т., Кравцов, О. Г., Бочкова, М. Н., Мешков, И. А. (2020). Возрастные и половые особенности личностных предикторов антисоциальной креативности. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, 17(1), 60–72. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2020-1-60-72>

Мешкова, Н. В., Ениколопов, С. Н., Жаринова, Ю. И., Муковнина, Д. Д. (2022а). О взаимосвязи видов социальной креативности с моральной идентичностью и толерантностью. *Вестник Московского Университета. Серия 14. Психология*, 45(4), 159–178. <https://doi.org/10.11621/vsp.2022.04.07>

Мешкова, Н. В., Ениколопов, С. Н., Митина, О. В., Мешков, И. А. (2018). Адаптация опросника «Поведенческие особенности антисоциальной креативности». *Психологическая наука и образование*, 23(6), 25–40. <https://doi.org/10.17759/rse.2018230603>

Мешкова, Н. В., Кудрявцев, В. Т., Ениколопов, С. Н. (2022b). К психологическому портрету жертв телефонного мошенничества. *Вестник Московского университета. Серия 14. Психология*, 45(1), 138–157. <https://doi.org/10.11621/vsp.2022.01.0>

Орел, В. Е., Сенин, И. Г. (2004). Опросник NEO PI-R. Ярославль: НПЦ «Психодиагностика».

Aquino, K. F., Reed, A. (2002). The Self-importance of Moral Identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1423–1440.

Baas, M., Roskes, M., Koch, S., Cheng, Yu., De Dreu, C. (2019). Why Social Threat Motivates Malevolent Creativity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45(11), 1590–1602. <https://doi.org/10.1177/014616721983855>

Cropley, D. H., Kaufman, J. C., Cropley, A. J. (2008). Malevolent creativity: A functional model of creativity in terrorism and crime. *Creativity Research Journal*, 20(2), 105–115. <https://doi.org/10.1080/10400410802059424>

De Dreu, C. K. W., Nijstad, B. A. (2008). Mental set and creative thought in social conflict: Threat rigidity versus motivated focus. *Journal of Personality and Social Psychology*, (95), 648–661.

Glaveanu, V. P., Hanson, M., Baer, J., Barbot, B., Clapp, E. P., Corazza, G., Hennessey, B., Kaufman, J. C., Lebeda, I., Lubart, T., Montuori, A., Ness, I. J., Plucker, J., Reiter-Palmon, R., Sierra, Z., Simonton, D. K., Neves-Pereira, M., Sternberg, R. J. (2019). Advancing Creativity Theory and Research: A Socio-cultural Manifesto. *The Journal of Creative Behavior*, 54(3), 741–745. <https://doi.org/10.1002/jocb.395>

Glaveanu, V. P. (2020). A sociocultural theory of creativity: Bridging the social, the material, and the psychological. *Review of General Psychology*, 24(4), 335–354. <https://doi.org/10.1177/1089268020961763>

Hao, N., Tang, M., Yang, J., Wang, Q., Runco, M. (2016). A New Tool to Measure Malevolent Creativity: The Malevolent Creativity Behavior Scale. *Frontiers in Psychology*, (7), 682. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00682>

Kapoor, H., Khan, A. (2019). Creativity in Context: Presses and Task Effects in Negative Creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 13(3), 314–321. <https://doi.org/10.1037/aca0000183>

Perchtold-Stefan, C. M., Papousek, I., Rominger, C., Fink, A. (2021). Creativity in an Affective Context. *European Psychologist*, 27(3), 216–226. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000448>

Perchtold-Stefan, C. M., Fink, A., Rominger, C., Papousek, I. (2022a). Social exclusion increases antisocial tendencies: Evidence from retaliatory ideation in a malevolent creativity task. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, advance online publication. <https://doi.org/10.1037/aca0000500>

Perchtold-Stefan, C. M., Rominger, C., Papousek, I., Fink, A. (2022b). Women and men have a similar potential for malevolent creativity — But their underlying brain

mechanisms are different. *Brain Research*, (1801), 148201. <https://doi.org/10.1016/j.brainres.2022.148201>

Sternberg, R. J., Karami, S. (2022). An 8P theoretical framework for understanding creativity and theories of creativity. *Journal of Creative Behavior*, 56(1), 55–78. <https://doi.org/10.1002/jocb.516>

Tromp, C., Sternberg, R. (2022). Dynamic Creativity: A Person × Task × Situation Interaction Framework. *The Journal of Creative Behavior*, 56(4), 553–565. <https://doi.org/10.1002/jocb.551>

Zhao, J., Xu, X., Pang, W. (2022). When do creative people engage in malevolent behaviors? The moderating role of moral reasoning. *Personality and Individual Differences*, (186), Part B, 111386. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111386>

References

Aquino, K. F., Reed, A. (2002). The Self-importance of Moral Identity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 83(6), 1423–1440.

Baas, M., Roskes, M., Koch, S., Cheng, Yu., De Dreu, C. (2019). Why Social Threat Motivates Malevolent Creativity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45(11), 1590–1602. <https://doi.org/10.1177/014616721983855>

Cropley, D. H., Kaufman, J. C., Cropley, A. J. (2008). Malevolent creativity: A functional model of creativity in terrorism and crime. *Creativity Research Journal*, 20(2), 105–115. <https://doi.org/10.1080/10400410802059424>

De Dreu, C. K. W., Nijstad, B. A. (2008). Mental set and creative thought in social conflict: Threat rigidity versus motivated focus. *Journal of Personality and Social Psychology*, (95), 648–661.

Dikaya, L. A. (2010). The reverse side of creativity. The role of creativity in countering terrorism. *Rossiiskii psikhologicheskii zhurnal (Russian Psychological Journal)*, 7(5–6), 57–62. (In Russ.).

Glaveanu, V. P., Hanson, M., Baer, J., Barbot, B., Clapp, E. P., Corazza, G., Hennessey, B., Kaufman, J. C., Lebeda, I., Lubart, T., Montuori, A., Ness, I. J., Plucker, J., Reiter-Palmon, R., Sierra, Z., Simonton, D. K., Neves-Pereira, M., Sternberg, R. J. (2019). Advancing Creativity Theory and Research: A Socio-cultural Manifesto. *The Journal of Creative Behavior*, 54(3), 741–745. <https://doi.org/10.1002/jocb.395>

Glaveanu, V. P. (2020). A sociocultural theory of creativity: Bridging the social, the material, and the psychological. *Review of General Psychology*, 24(4), 335–354. <https://doi.org/10.1177/1089268020961763>

Enikolopov, S. N., Tsybulsky, N. P. (2007). Psychometric analysis of the Russian version of the questionnaire for the diagnosis of aggression by A. Bass and M. Perry. *Psikhologicheskii zhurnal (Psychological Journal)*, (1), 115–124. (In Russ.).

Enikolopov, S. N., Bochkova, M. N., Meshkova, N. V., Meshkov, I. A. (2023). Adaptation of the Moral Identity Questionnaire on the Russian Sample. *Psikhologopedagogicheskie issledovaniya (Psychological-Educational Studies)*, 15(3), 115–134. <https://doi.org/10.17759/psyedu.2023150308> (In Russ.).

Hao, N., Tang, M., Yang, J., Wang, Q., Runco, M. (2016). A New Tool to Measure Malevolent Creativity: The Malevolent Creativity Behavior Scale. *Frontiers in Psychology*, (7), 682. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.00682>

Kapoor, H., Khan, A. (2019). Creativity in Context: Presses and Task Effects in Negative Creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 13(3), 314–321. <https://doi.org/10.1037/aca0000183>

Meshkova, N. V. (2023). Social Creativity and Context: Perspectives of Research. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya (Journal of Modern Foreign Psychology)*, 12(1), 100–108. <https://doi.org/10.17759/jmfp.2023120111> (In Russ.).

Meshkova, N. V., Enikolopov, S. N., Kudryavtsev, V. T., Kravtsov, O. G., Bochkova M. N., Meshkov I. A. (2020). Age and Gender Characteristics of Personality Predictors for Antisocial Creativity. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki (Psychology. High Economic School Journal)*, 17(1), 60–72. <https://doi.org/10.17323/1813-8918-2020-1-60-72> (In Russ.).

Meshkova, N. V., Enikolopov, S. N., Mitina, O. V., Meshkov, I. A. (2018). Adaptation of the Malevolent Creativity Behavior Scale. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie (Psychological Science and Education)*, 23(6), 25–40. <https://doi.org/10.17759/pse.2018230603> (In Russ.).

Meshkova, N. V., Enikolopov, S. N., Zharinova, Ju. I., Mukovnina, D. D. (2022a). On the Relationship of Types of Social Creativity with Moral Identity and Tolerance. *Lomonosov Psychology Journal*, 45(4), 159–178. <https://doi.org/10.11621/vsp.2022.04.07> (In Russ.).

Meshkova, N. V., Kudryavtsev, V. T., Enikolopov, S. N. (2022b). To the Psychological Portrait of the Victims of Telephone Fraud. *Lomonosov Psychology Journal*, 45(1), 138–157. <https://doi.org/10.11621/vsp.2022.01.06> (In Russ.).

Orel, V. E., Senin, I. G. (2004). Questionnaire NEO PI-R. Yaroslavl: Publ. «Psychodiagnosics». (In Russ.).

Perchtold-Stefan, C. M., Papousek, I., Rominger, C., Fink, A. (2021). Creativity in an Affective Context. *European Psychologist*, 27(3), 216–226. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000448>

Perchtold-Stefan, C. M., Fink, A., Rominger, C., Papousek, I. (2022a). Social exclusion increases antisocial tendencies: Evidence from retaliatory ideation in a malevolent creativity task. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, advance online publication. <https://doi.org/10.1037/aca0000500>

Perchtold-Stefan, C. M., Rominger, C., Papousek, I., Fink, A. (2022b). Women and men have a similar potential for malevolent creativity — But their underlying brain mechanisms are different. *Brain Research*, (1801), 148201. <https://doi.org/10.1016/j.brainres.2022.148201>

Sternberg, R. J., Karami, S. (2022). An 8P theoretical framework for understanding creativity and theories of creativity. *Journal of Creative Behavior*, 56(1), 55–78. <https://doi.org/10.1002/jocb.516>

Tromp, C., Sternberg, R. (2022). Dynamic Creativity: A Person × Task × Situation Interaction Framework. *The Journal of Creative Behavior*, 56(4), 553–565. <https://doi.org/10.1002/jocb.551>

Zhao, J., Xu, X., Pang, W. (2022). When do creative people engage in malevolent behaviors? The moderating role of moral reasoning. *Personality and Individual Differences*, 186, Part B, 111386. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111386>

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Наталья Владимировна Мешкова, кандидат психологических наук, заведующая лабораторией «Асоциальная креативность и социо-культурный контекст» Московского государственного психолого-педагогического университета, доцент кафедры теоретических основ социальной психологии факультета социальной психологии Московского государственного психолого-педагогического университета, Москва, Российская Федерация, nmeshkova@yandex.ru, <http://orcid.org/0000-0003-3965-9382>

Маргарита Николаевна Бочкова, психолог, независимый исследователь, boschkova.m84@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-1374-2498>

Олег Геннадьевич Кравцов, кандидат психологических наук, доцент кафедры юридической психологии учебно-научного комплекса психологии служебной деятельности Московского университета Министерства внутренних дел Российской Федерации имени В.Я. Кикотя, Москва, Российская Федерация, kravtsovog@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8875-0169>

ABOUT THE AUTHORS

Natalya V. Meshkova, Cand. Sci. (Psychology), Head of the Laboratory «Asocial Creativity and Socio-political Context», Moscow State University of Psychology and Education, Associate Professor at the Department of Theoretical Foundations of Social Psychology, Faculty of Social Psychology, Moscow State University of Psychology and Education, Moscow, Russian Federation, nmeshkova@yandex.ru, <http://orcid.org/0000-0003-3965-9382>

Margarita N. Bochkova, Independent Researcher, Psychologist, boschkova.m84@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-1374-2498>

Oleg G. Kravtsov, Cand. Sci. (Psychology), Associate Professor at the Department of Legal Psychology, V.Ya. Kikot' Moscow University of the Ministry of Internal Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation, kravtsovog@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-8875-0169>

Поступила: 14.08.2023; получена после доработки: 27.09.2023;
принята в печать: 24.01.2024.

Received: 14.08.2023; revised: 27.09.2023; accepted: 24.01.2024.