

Особенности взаимосвязи антисоциально направленной креативности и ценностей у подростков с разным уровнем агрессии

Мешкова Н.В.,

кандидат психологических наук, доцент кафедры теоретических основ социальной психологии, ФГБОУ ВО «Московский государственный психолого-педагогический университет» (МГППУ), Москва, Россия, nmeshkova@yandex.ru

В статье приводятся данные эмпирического исследования связи антисоциально направленной креативности и ценностей. В качестве испытуемых были привлечены футбольные болельщики и подростки с разным уровнем агрессии ($N = 124$). Использовались опросник агрессии Басса–Перри, TCI-125 (К. Клонингер), блок социальных ситуаций для выявления креативного потенциала, «Портретный ценностный опросник – пересмотренный PVQ-R» и русскоязычная версия опросника «The malevolent creativity behavior scale» (Hao et al.). Основная гипотеза исследования, согласно которой взаимосвязь креативности и ценностей принципиально различна по своему характеру в группах с разным уровнем агрессии, получила подтверждение. Особое значение имеет выраженность у субъектов ценностей личного фокуса «Самостоятельность мысли», «Стимуляция» и «Репутация» и снижение значимости ценностей социального фокуса «Традиция» и «Конформизм-Правила». Анализируются данные о сочетании ценностей и личностных характеристик (враждебности и самонаправленности), как предикторов антисоциально направленной креативности и ее реализации в девиантном поведении. Предлагаются направления дальнейшего исследования.

Ключевые слова: антисоциальная креативность, девиантное поведение, агрессия, ценности, футбольные болельщики.

Для цитаты:

Мешкова Н.В. Особенности взаимосвязи антисоциально направленной креативности и ценностей у подростков с разным уровнем агрессии [Электронный ресурс] // Психолого-педагогические исследования. 2018. Том 10. № 2. С. 77–87 doi: 10.17759/psyedu.2018100207

For citation:

Meshkova N.V. Interrelation of Malevolent Creativity and Values in Adolescents with Different Levels of Aggression [Elektronnyi resurs]. *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya* [Psychological-Educational Studies], 2018. Vol. 10, no. 2, pp. 77–87doi: 10.17759/psyedu.2018100207. (In Russ., abstr. in Engl.)

Введение

В социальном взаимодействии в обыденной жизни люди разрабатывают и принимают решения, последствия которых могут быть полезными или приносить вред окружающим. Вред может наноситься намеренно – в этом состоит особенность антисоциально направленной креативности, и реализоваться в девиантном поведении [8]. К таким видам поведения относятся ложь, распространение слухов, агрессивный юмор, буллинг, сексуальное преследование [10]. Основная проблема состоит в том, чтобы выявить параметры, способствующие продуцированию и реализации негативных творческих идей в

девиантном и криминальном поведении [4]. Исследования показывают, что такими параметрами являются, во-первых, импульсивность и эмоциональная нечувствительность [12], а во-вторых, ценности личности. На выборке осужденных за агрессивно-насильственные преступления было показано, что ценности сохранения статус-кво, самоограничения и порядка, преодоления личных интересов ради общественных опосредуют снижение количества идей мести [5]. М.Д.М. Молеро Йурадо (M.D.M. Molero Jurado) с коллегами получили данные о том, что вероятность делинквентного поведения высока среди тех подростков, у которых ценности «Независимость», «Лидерство» и «Признание» имеют высокие значения, а «Доброжелательность» и «Конформность» – низкие значения [11], т.е. ценности личностного фокуса преобладают над ценностями социального фокуса (в терминологии Ш. Шварца [7]), что подтверждается также и отечественными исследованиями, проведенными под руководством В.С. Собкина [6]. Таким образом, ценности могут оказывать влияние как на антисоциально направленное поведение, так и на реализацию креативных идей в девиантном поведении. Если говорить о конкретных группах испытуемых, то исследование футбольных фанатов и подростков с высоким уровнем агрессии позволит выявить особенности связи креативности и ценностей.

Программа эмпирического исследования

Объектом исследования стала креативность человека в решении проблемных социальных ситуаций. Предмет исследования – особенности взаимосвязи креативности и ценностей у подростков с различной формой девиантного поведения. Цель исследования состояла в выявлении особенностей и характера взаимосвязи креативности и девиантного поведения.

Мы предположили, что взаимосвязь креативности и ценностей принципиально различна по своему характеру в группах с разным уровнем агрессии. Для подтверждения основной гипотезы были выдвинуты частные гипотезы-следствия: 1) о существовании различий в ценностях у представителей групп с разными уровнем агрессии и футбольных болельщиков; 2) о существовании различий в показателях креативности у представителей групп с разным уровнем агрессии и футбольных болельщиков, обусловленных характеристиками проблемной ситуации; 3) об опосредовании разными ценностями уровня показателей антисоциально направленной креативности в проблемных ситуациях у представителей групп с различным уровнем агрессии.

В качестве испытуемых (N = 124) выступили группа футбольных болельщиков численностью 22 человека, средний возраст 18 лет; группа учащихся 9–10 классов двух общеобразовательных школ г. Москвы – 102 человека.

Был использован «Портретный ценностный опросник – пересмотренный PVQ-R», в основе которого находится усовершенствованная теория 19 базовых индивидуальных ценностей, которые объединяются в ценности высшего порядка [7]. Важно, что дальнейшая работа по апробации опросника состоит «в исследовании связи данных ценностей и широкого набора типов поведения, которые данные ценности должны предсказывать» [6]. Также применялся опросник TCI-125 К. Клонингера (TCI-125) [1]; для диагностики аффективного, когнитивного и инструментального компонентов агрессии – опросник Басса–Перри (ОБ-П) [2], а также опросник «The malevolent creativity behavior scale» (MCBS) [9], состоящий из трех шкал: «Нанесение вреда», «Ложь» и «Злые шутки». В ситуациях обыденной жизни антисоциально направленная (malevolent) креативность проявляется в том числе и в перечисленных формах поведения. Респондентам предлагалось выбрать один ответ в соответствии с частотой каждого действия в обыденной жизни: «никогда» (0 баллов), «редко» (1 балл), «иногда» (2 балла), «часто» (3 балла) или «всегда/обычно» (4

балла). Баллы суммировались: чем больше баллов, тем выше показатель вредоносной креативности. Оригинальная версия опросника показала высокие репрезентативность, надежность и конвергентную валидность. Кроме того, было показано, что индивиды, имеющие высокие баллы по вредоносной креативности, предпочитают решать возникающие проблемы креативными способами и с нанесением вреда, а показатель коррелирует с агрессией, экстраверсией и открытостью опыту [9], характеристиками, ассоциируемыми с креативностью [3]. Опросник был переведен на русский язык для апробации на российской выборке.

Испытуемым был предложен блок из двух социальных ситуаций для выявления креативного потенциала: задание придумать как можно больше оригинальных идей поздравления близкого человека с днем рождения (просоциальная креативность) и ситуация с негативной коннотацией – придумать как участник ситуации смог бы анонимно отомстить за нанесенный ему ущерб (месть за разбитый телефон) [9]. При обработке полученных данных учитывался показатель «беглость» («fluency»), т.е. количество ответов в предлагаемых для решения социальных ситуациях. Полученные данные обрабатывались с помощью статистических процедур программы SPSS 23.0., включая методы корреляционного, регрессионного анализа и анализа значимости различий.

Процедура обработки полученных данных включала два этапа.

Учитывая, что одним из видов девиантного поведения является агрессивное поведение, в качестве испытуемых мы выбрали подростков с повышенными показателями агрессии. На первом этапе выборка учащихся была разделена на две подгруппы по критерию уровня агрессии: в первую подгруппу вошли испытуемые со значением агрессии ниже среднего значения (АН), полученного при адаптации методики Басса – Перри на российской выборке, составившего $M = 26,42$ ($SD = 6,22$) [2]. Во вторую подгруппу были включены испытуемые с уровнем агрессии выше среднего значения (АВ), т.е. больше или равно 26. У выделенных подгрупп и выборки футбольных болельщиков (ФБ) изучалась связь шкалы MCBS, компонентов агрессии и ценностей.

На втором этапе изучались связи уровня креативности – показатель беглости решений в социальных ситуациях – и ценностей.

Результаты исследования

Первый этап: связь шкалы MCBS, компонентов агрессии и ценностей

В результате непараметрических сравнений по критерию Манна – Уитни были выявлены следующие различия:

◆ между подгруппами АН и АВ по уровню выраженности MCBS ($p < 0,000$), гнева ($p < 0,05$) и враждебности ($p < 0,05$). Уровни выраженности гнева и враждебности выше у АВ, в то время как MCBS ниже. Различий в выраженности ценностей выявлено не было;

◆ между ФБ и двумя подгруппами АВ и АН по выраженности уровня: агрессии, ценностям (уровни значимости $p < 0,01$ и $p < 0,05$ соответственно) и MCBS (уровень значимости $p < 0,05$). У ФБ по сравнению с АВ уровень выраженности агрессии и ценностей личностного фокуса («Самостоятельность – Действия» и «Репутация») ниже. В подгруппе АН выраженность уровня агрессии меньше, а MCBS и ценностей «Самостоятельность – Действия», «Репутация», «Достижение успеха в соответствии с социальными стандартами», «Безопасность – Общественная» и «Универсализм – забота о других» выше, чем у ФБ.

В подгруппе АН выявлены корреляции MCBS: положительные с гневом и ценностями «Гедонизм», «Стимуляция» и «Власть – Доминирование» и отрицательные с ценностями

«Конформизм – Правила» и «Традиция» (табл. 1). Регрессионный анализ показал, что 32% дисперсии значений шкалы MCBS обусловлены влиянием ценностей «Стимуляция» и «Традиции» ($\beta = 0,402$ и $-0,351$; значимость 0,000 и 0,002 соответственно).

Таблица 1

Корреляции по Спирмену в группе испытуемых со значениями агрессии ниже среднего значения

Параметры	Гнев	He	POD	ST	COR	TR
Шкала MCBS	0,345**	0,359**	0,313*	0,403**	-0,295*	-0,315*

Условные обозначения: * – корреляция значима на уровне $p < 0,05$; ** – корреляция значима на уровне $p < 0,01$; He – ценности гедонизма (Ш. Шварц); POD – «Власть – Доминирование» (Ш. Шварц); ST – «Стимуляция» (Ш. Шварц); COR – «Конформизм – Правила» (Ш. Шварц); TR – «Традиция» (Ш. Шварц).

В подгруппе АВ выявлены корреляции шкалы MCBS: положительные – с гневом и враждебностью, и отрицательные – с ценностями «Безопасность – Общественная», «Конформизм – Правила», «Традиция» и «Универсализм – Забота о природе» (табл. 2). Регрессионный анализ показал, что 33% дисперсии значений шкалы MCBS обусловлены влиянием ценности «Конформизм – Правила» и «Гневом» ($\beta = -0,481$ и $0,364$; значимость 0,001 и 0,007 соответственно).

Таблица 2

Корреляции по Спирмену в группе испытуемых со значениями агрессии выше среднего значения

Параметры	Гнев	BP	SES	UNN	COR	TR	SEP	COI
Шкала MCBS	0,318*	0,403**	-0,369*	-0,349*	-0,446**	-0,491**	-0,457**	-0,482**

Условные обозначения: * – корреляция значима на уровне $p < 0,05$; ** – корреляция значима на уровне $p < 0,01$; BP – враждебность (ОБ – П); SES – ценности «Безопасность – Общественная» (Ш. Шварц); UNN – «Универсализм – Забота о природе» (Ш. Шварц); COR – «Конформизм – Правила» (Ш. Шварц); TR – «Традиция» (Ш. Шварц); SEP – «Безопасность – Личная»; COI – «Конформизм – Межличностный».

В группе ФБ выявлены положительные корреляции шкалы MCBS с враждебностью ($\beta = 0,560$ **; значимость корреляции $p < 0,01$) и отрицательные с ценностями «Самостоятельность – Мысли» ($\beta = -0,774$ *; значимость корреляции $p < 0,01$). Регрессионный анализ показал, что 90% дисперсии значений шкалы MCBS обусловлены влиянием ценностей «Самостоятельность – Мысли» и «Традиции», а также враждебности ($\beta = -0,729$; $-0,548$ и $0,304$; значимость 0,001; 0,004 и 0,05 соответственно).

Обсуждение полученных результатов

Согласно результатам непараметрических сравнений, различия в выраженности ценностей были выявлены между футбольными болельщиками и подгруппами с разным уровнем агрессии. По выраженности агрессии футбольные болельщики занимают промежуточное место между подгруппами. В этой выборке уровень выраженности ценностей, входящих в состав ценностей социального фокуса, меньший, чем в подгруппе с

низким уровнем агрессии («Безопасность общественная» и «Достижения в соответствии с социальными стандартами»), а входящих в личностный фокус – меньший, чем в подгруппе с высоким уровнем агрессии («Самостоятельность мысли» и «Репутация»). Таким образом, первая частная гипотеза подтверждается. Характерно, что с ростом уровня агрессии наблюдается повышение значимости ценностей личного фокуса и снижение значимости ценностей социального фокуса, что соответствует данным зарубежных исследований о высокой вероятности делинквентного поведения среди тех подростков, у которых ценности индивидуального фокуса высоки, а ценности социального фокуса имеют низкие значения [11].

Полученные данные регрессионного анализа в двух подгруппах и выборке ФБ показывают, что антисоциально направленная креативность может опосредоваться разными ценностями и сочетаться с различными компонентами агрессии:

♦ враждебностью и ценностями «Самостоятельность мысли» и «Традиции» – (на примере ФБ), что не противоречит полученным данным на выборке осужденных за мошенничество и корыстно-насильственные преступления [5]. Однако ценности у выборок различны: у преступников – низкое значение ценности «Универсализм – Толерантность» (УТ), концептуальное определение которой, с точки зрения мотивационной цели¹, состоит в неприятии тех, кто отличается [7], что сочеталось у осужденных с продуцированием идей мести. Для испытуемых ФБ оказалось не важным развивать собственные идеи и способности, поддерживать и сохранять культурные, семейные или религиозные традиции [6]. Иными словами, в основе реализации антисоциально направленной креативности в поведении (ложь, злые шутки, сознательное нанесение вреда) могут находиться разные мотивационные цели. Особенно важным представляется в данном случае, что девиантное поведение может опосредоваться сниженной значимостью для субъекта как собственного развития, так и норм/традиций общества, что также не противоречит данным зарубежных исследований о вероятности делинквентного поведения у подростков с повышенным уровнем индивидуальных ценностей и сниженным ценностям социального фокуса [11]. Что касается враждебности, то враждебность включает в себя компонент цинизма, и это находит отражение и выход во лжи и злых шутках над окружающими и, в том числе, в физическом насилии;

♦ ценностью «Конформизм – Правила» и «Гневом» (на примере подгруппы с повышенным значением агрессии). Мотивационная цель данной ценности состоит в соблюдении правил, законов и формальных обязательств [7]. Получается, что подростки, часто испытывающие эмоции гнева, для которых не является значимым соблюдение правил, норм и обязательств, находятся в зоне риска, так как могут совершать антисоциально направленные поступки, лгать, сквернословить в отношении тех людей, которые вызывают эмоции гнева;

♦ ценностями «Стимуляция» (С) и «Традиции» (Т) (на примере подгруппы с пониженным значением агрессии). Концептуальное определение перечисленных ценностей с точки зрения мотивационных целей состоит в стремлении к возбуждению, новизне и переменам (С) и поддержании и сохранении культурных, семейных или религиозных традиций (Т) [7]. В данной подгруппе поиск острых ощущений в сочетании с незначимостью традиций объясняет возможность реализации креативного потенциала в девиантном поведении. Полученные нами результаты о связи ценностей «Стимуляции» и креативности согласуются с результатами исследований зарубежных авторов, показавших связь высокой креативности (*предметной и просоциальной* – Н.В.Мешкова) и характеристик темперамента (опросник ТCI-125): высоким поиском новизны и низким избеганием вреда

¹ Здесь и далее используется термин автора методики Ш. Шварца [7].

(см. [3; 4]), т.е. стремлением к новому опыту и независимостью от мнения окружающих. Новизна наших результатов заключается в том, что полученные данные показывают связь наносящей вред креативности в социальном взаимодействии и ценностей, мотивационные цели которых заключаются в открытости опыту и сниженной ориентации на социальный фокус, незначимостью для субъекта правил, традиций, принятых в обществе.

Таким образом, в группах с разным уровнем агрессии и футбольных болельщиков антисоциально направленная креативность опосредуется разными ценностями, а регуляция поведения, которое может нанести вред, может осуществляться в большей степени ценностями личного фокуса («Стимуляция» и «Самостоятельность мысли») при невыраженности ценностей социального фокуса («Традиция» и «Конформизм – правила»), что подтверждает третью частную гипотезу.

Второй этап: Показатель креативности – беглости в социальных ситуациях

Изучение продуцирования идей мести проводилось на школьниках общеобразовательных учреждений (N = 52). Выборка была разделена на две подгруппы по следующим основаниям: испытуемые первой подгруппы декларировали, что месть – это плохо и мстить нельзя, в то время как испытуемые второй подгруппы мстить не отказывались и придумали решения для мести.

Непараметрические сравнения не выявили каких-либо различий между выделенными подгруппами, поэтому мы проанализировали полученные данные с точки зрения возможности реализации в поведении идей, наносящих вред.

В первой подгруппе были выявлены корреляции шкалы MCBS со следующими параметрами: положительные – с гневом и враждебностью и отрицательные с ценностями «Конформизм – Правила», «Традиция», «Универсализм – Забота о природе» (Ш. Шварц) и «Самонаправленностью» (ТСИ-125) (табл. 3). Регрессионный анализ показал, что в первой подгруппе ценности «Конформизм – Правила» (Ш. Шварц) и «Самонаправленность» (ТСИ-125) объясняют 68% дисперсии значений шкалы MCBS ($\beta = -0,543$ и $-0,455$; значимость 0,003 и 0,01 соответственно).

Таблица 3

Корреляции шкалы MCBS в первой подгруппе

Параметры	Гнев	Враждебность	COR	TR	UNN	Самонаправленность
Шкала MCBS	0,537*	0,606**	-0,650**	-0,692**	-0,509*	-0,677**

Условные обозначения. * – корреляция значима на уровне $p < 0,05$; ** – корреляция значима на уровне $p < 0,01$; UNN – «Универсализм – Забота о природе» (Ш. Шварц), COR – «Конформизм – Правила» (Ш. Шварц), TR – «Традиция» (Ш. Шварц).

Во второй подгруппе выявлены отрицательные корреляции шкалы MCBS с ценностью «Конформизм – Правила» (Ш. Шварц) (коэффициент корреляции $-0,381$, корреляция значима на уровне $p < 0,05$). Регрессионный анализ показал, что во второй подгруппе 23% дисперсии значений шкалы MCBS объясняются ценностью «Конформизм – Правила» ($\beta = -0,445$; значимость 0,005).

Что касается беглости в просоциальной ситуации, то в группе учащихся были выделены ответы, которые можно было расценивать как наносящие вред (поздравить друга с днем рождения в 4 утра, облить его холодной водой, позвонить в 24.00, вызвать полицию, чтобы друга забрали и спасти его). Таким ответам присваивался ранг 1. Тем же ответам, которые не отличались агрессией, был присвоен ранг 0. Непараметрические сравнения выявили различия в группах по уровням выраженности беглости в ситуации с отрицательной коннотацией и характеристикой темперамента «Поиск новизны» (ТСИ-125) (уровни значимости различий $p < 0,01$ и $0,05$ соответственно). Беглость в ситуации с отрицательной коннотацией оказалась выше у тех, кто в просоциальной ситуации предлагал ответы, которые можно было квалифицировать как наносящие вред. Поиск новизны в данной подгруппе оказался ниже. Регрессионный анализ показал, что 43% таких ответов объясняются ценностями «Репутация» ($\beta = -0,481$; значимость $0,039$).

Обсуждение полученных результатов

Полученные нами результаты показывают, что большую роль в реализации креативного потенциала в агрессивном поведении может играть ценность «Конформизм – Правила», т.е. чем ниже мотивационная цель соблюдать правила и обязательства, тем выше вероятность реализации креативного потенциала для нанесения вреда другим, в данном случае в ситуации анонимной мести за нанесенный материальный ущерб. Данный факт согласуется с данными, полученными на выборке агрессивно-насильственных преступников: отказ от мести в аналогичной социальной ситуации сочетался в данной выборке с высокими значениями ценностей социального фокуса (толерантностью к другим) [5]. Важно, что в подгруппе, отказавшейся мстить, вторым показателем, объясняющим дисперсию значений вредоносной креативности, стал параметр «Самонаправленность». Согласно автору опросника ТСИ-125 К.Клонингеру, главным в самонаправленности является наличие способности к самоконтролю и саморегуляции своего поведения в различных ситуациях, причем в согласии с самостоятельно выбранными ценностями [1]. Таким образом, самоконтроль и саморегуляция личности, а также мотивация соблюдать правила и обязательства сочетаются с низким уровнем вредоносной креативности.

Для нас важным результатом является тот факт, что предиктором идей в просоциальной ситуации, которые можно было классифицировать как наносящие вред другому, стала ценность «Репутация». Концептуальное определение данной ценности, с точки зрения мотивационной цели, состоит в защите и влиянии посредством поддержания публичного имиджа и избегании унижения [7]. Это говорит о том, что подростки, для которых не важна собственная репутация, могут продуцировать идеи, наносящие вред, в любых ситуациях, независимо от коннотации, и они готовы декларировать эти идеи, хотя и в условиях анонимного обследования.

У ФБ значимо ниже значения вредоносной креативности по шкале MSBC и ценностей «Самостоятельность мысли» (СМ) и «Универсализм – Забота о других» (УЗД). Концептуальное определение данных ценностей, с точки зрения мотивационной цели: СМ – свобода развивать собственные идеи и способности, а УЗД – Стремление к равенству, справедливости и защите всех людей [7]. Таким образом, испытуемые с разными уровнями агрессии отличаются по ценностям и уровню значений вредоносной креативности в ситуациях с отрицательной коннотацией и просоциальной ситуации, что подтверждает вторую частную гипотезу.

Полученные в нашем исследовании результаты подтвердили выдвинутые частные гипотезы – следствия, что, в свою очередь, подтверждает основную гипотезу о том, что

взаимосвязь креативности и ценностей различна по своему характеру в группах с разным уровнем агрессии.

Выводы

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы:

1. У подростков с разным уровнем агрессии, а также у футбольных болельщиков креативность, наносящая вред в заданной ситуации, опосредуется разными видами ценностей. Увеличение значений агрессии сопровождается значимостью ценностей личностного фокуса, таких как «Самостоятельность действий» и «Репутация».

2. Особая роль в продуцировании креативных идей в ситуациях с отрицательной коннотацией и просоциальной, наносящих вред, принадлежит ценностям «Репутация». Подростки, для которых не важна собственная репутация, могут продуцировать идеи, наносящие вред, в любых ситуациях, независимо от коннотации, и они готовы декларировать эти идеи, хотя и в условиях анонимного обследования.

3. Реализацию креативного потенциала в девиантных формах поведения в ситуации анонимной мести может опосредовать сниженная значимость для подростков ценности «Конформизм – Правила». И наоборот, значимость данной ценности в совокупности с высоким самоконтролем и саморегуляцией снижают вероятность использования креативного потенциала для нанесения вреда другим людям.

4. У футбольных болельщиков антисоциально направленная креативность опосредуется низкой ориентацией на новизну (ценность «Самостоятельность мысли») и низкой ориентацией на социальный фокус («Традиции»), а также высоким значением когнитивного компонента агрессии – враждебности.

Заключение

В исследовании были получены и проанализированы данные взаимосвязи креативности и ценностей у подростков с разным уровнем агрессии и футбольных болельщиков. Результаты показали неоднозначную связь ценностей и вредоносной креативности, понимаемой нами как креативный потенциал, используемый для нанесения вреда другим людям. У одних индивидов эта связь опосредуется ценностями личного фокуса, у других индивидов – сочетанием ценностей личного и социального фокуса, у третьих – ценностями и личностными характеристиками (например, враждебностью или самонаправленностью). Полученные взаимосвязи и закономерности демонстрируют, что ценности в группах с разным уровнем агрессии различаются.

Наше исследование имеет ограничение, состоящее в том, что мы не учитывали результаты у девушек и юношей. В дальнейшем следует принять во внимание гендерные особенности связи ценностей и разных видов агрессии.

Еще одним направлением исследования может стать выявление связи ценностей на продуцирование зловредных идей при отсутствии анонимности опроса, а также расширение спектра ситуаций (зависть, ревность и т. д.).

Педагогам и психологам полученные нами результаты могут быть полезны для разработки интервенций и тренингов по снижению агрессии. Особенно важным в данном случае представляется формирование ценностей социального фокуса у подрастающего поколения как профилактическая мера по снижению риска реализации креативного потенциала в девиантном поведении.

Литература

1. Ениколопов С.Н., Ефремов А.Г. Апробация биосоциальной методики Клонинжера «Структура характера и темперамента» // Материалы 1 международной конференции, посвященной памяти Б.В. Зейгарник. М.: 2001. С. 104–105.
2. Ениколопов С.Н., Цибульский Н.П. Психометрический анализ русскоязычной версии опросника диагностики агрессии А. Басса и М. Перри // Психологический журнал. 2007. № 1. С. 115–124.
3. Мешкова Н.В., Ениколопов С.Н. Направления исследований креативности в социальном взаимодействии // Вопросы психологии. 2016а. № 4. С. 118–128.
4. Мешкова Н.В., Ениколопов С.Н. О психологических исследованиях асоциальной креативности // Психологические исследования. 2016б. Т. 9, № 50. С. 3. URL: <http://psystudy.ru> (дата обращения: 03.01.2017).
5. Мешкова Н.В., Дебольский М.Г., Ениколопов С.Н., Масленков А.А. Особенности креативности в социальном взаимодействии у осужденных, совершивших корыстные и агрессивно-насильственные преступления [Электронный ресурс] // Психология и право. 2018. Т. 8. № 1. С. 147–163. doi:10.17759/psylaw.2018080111
6. Собкин В.С., Тянь А.А. Самоидентификация футбольных хулиганов в социальном пространстве неформальных групп // Социальная психология и общество. 2012. № 2. С. 127–142.
7. Шварц Ш., Бутенко Т.П., Седова Д.С., Липатова А.С. Уточненная теория базовых индивидуальных ценностей: применение в России // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2012. Т. 9. № 1. С. 43–70.
8. Crompton D.H., Crompton A.J., Kaufman J.C., Runco M. (eds.). The dark side of creativity. New York: Cambridge University Press, 2010. doi:10.1017/CB09780511761225
9. Hao N., Tang M., Yang J., Wang Q., Runco M.A. A New Tool to Measure Malevolent Creativity: The Malevolent Creativity Behavior Scale // Front. Psychol. 2016. Vol. 7. P. 682. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00682
10. Harris D.J., Reiter-Palmon R. Fast and Furious: The Influence of Implicit Aggression, Premeditation, and Provoking Situations on Malevolent Creativity // Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts. 2015. Vol. 9, №. 1. P. 54–64. doi: 10.1037/a0038499
11. Molero Jurado M.D.M. et al. Interpersonal Values and Academic Performance Related to Delinquent Behaviors // Front. Psychol. 2016. Vol. 7. P. 1480. doi: 10.3389/fpsyg.2016.01480
12. Patrick C.J., Fowles D.C., Krueger R.F. Triarchic conceptualization of psychopathy: developmental origins of disinhibition, boldness and meanness. Dev. Psychopathol. 2009. Vol. 21. P. 913–938. doi:10.1017/S0954579409000492

Interrelation of Malevolent Creativity and Values in Adolescents with Different Levels of Aggression

Meshkova N.V.,

PhD in psychology, Associate professor at the Chair of Theoretical Foundations of Social Psychology, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia. E-mail: nmeshkova@yandex.ru

We present the data of empirical research on the relationship of antisocial directed creativity and values. Football fans and teenagers with different levels of aggression (N=124) were involved as subjects. Used aggression questionnaire Bass-Perry, TCI-125, block of social situations, "Portrait value questionnaire-revised PVQ-R" and the Russian version of the questionnaire "The malevolent creativity behavior scale" (Hao et al.). The main hypothesis of the study, according to which the relationship of creativity and values is fundamentally different in nature in groups with different levels of aggression, has been confirmed. Of particular importance is the expression of the values of the subjects of personal focus "Independence of thought", "Stimulation" and "Reputation" and reducing the value of social focus "Tradition" and "Conformism-Rules." The data on the combination of values and personal characteristics (hostility and self-orientation) as predictors of antisocial creativity and its realization in deviant behavior are analyzed. Directions of further research are offered.

Keywords: malevolent creativity, deviant behavior, aggression, values, football fans

References

1. Enikolopov S.N., Efremov A.G. Aprobatsiya biosotsial'noi metodiki Kloninzhera «Struktura kharaktera i temperamenta» [Approbation of Cloninger's biosocial methodology "Structure of character and temperament"]. *Materialy 1 mezhdunarodnoi konferentsii, posvyashchennoi pamyati B.V. Zeigarnik* [Materials of the 1 international conference dedicated to the memory of B.V. Zeigarnik]. Moscow, 2001, pp. 104–105.
2. Enikolopov S.N., Tsibul'skii N.P. Psikhometricheskii analiz russkoyazychnoi ver) sii oprosnika diagnostiki agressii A. Bassa i M. Perri [Psychometric analysis of the Russian-language version of the questionnaire on the diagnosis of aggression by A. Bass and M. Perry]. *Psikhologicheskii zhurnal* [Psychological Journal], 2007, no. 1, pp. 115–124.
3. Meshkova N.V., Enikolopov S.N. Napravleniya issledovaniy kreativnosti v sotsial'nom vzaimodeistvii [The directions of creativity research in social interaction]. *Voprosy psikhologii* [Questions of psychology], 2016a, no. 4, pp. 118–128.
4. Meshkova N.V., Enikolopov S.N. O psikhologicheskikh issledovaniyakh asotsial'noi kreativnosti [On psychological research of antisocial creativity]. *Psikhologicheskie issledovaniya* [Psychological studies], 2016b. Vol. 9, no. 50, pp. 3. URL: <http://psystudy.ru> (Accessed: 03.09.2017).
5. Meshkova N.V., Debolskiy M.G., Enikolopov S. N., Maslenkov A.A. Features of creativity in social interaction among convicts who have committed self-serving and aggressively violent crimes [Elektronnyi resurs]. *Psikhologiya i pravo* [Psychology and Law], 2018. Vol. 8, no. 1, pp. 147–163. doi:10.17759/psylaw.2018080111. (In Russ., abstr. in Engl.)
6. Sobkin V.S., Tyan A.A. Self Identification of Football Hooligans within the Social Space of Informal Groups. *Social psychology and society*, 2012, no. 2, pp. 127–142 (In Russ., abstr. in Engl.)

7. Shvarts Sh., Butenko T.P., Sedova D.S., Lipatova A.S. Utochnennaya teoriya bazovykh individual'nykh tsennostei: primeneniye v Rossii [The refined theory of basic individual values: application in Russia]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshei shkoly ekonomiki [Psychology. J. of VSE]*, 2012. Vol. 9, no. 1, pp. 43–70.
8. Cropley D. H., Cropley A. J., Kaufman J. C., Runco M. (Eds.). *The dark side of creativity*. New York, NY: Cambridge University Press, 2010. doi:10.1017/CBO9780511761225
9. Hao N., Tang M., Yang J., Wang Q., Runco M.A. A New Tool to Measure Malevolent Creativity: The Malevolent Creativity Behavior Scale. *Front. Psychol.*, 2016. Vol. 7, pp. 682. doi: 10.3389/fpsyg.2016.00682
10. Harris D.J., Reiter-Palmon R. Fast and Furious: The Influence of Implicit Aggression, Premeditation, and Provoking Situations on Malevolent Creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2015. Vol. 9, no. 1, pp. 54–64. doi: 10.1037/a0038499
11. Molero Jurado M.D.M. et al. Interpersonal Values and Academic Performance Related to Delinquent Behaviors. *Front. Psychol.*, 2016. Vol. 7, p. 1480. doi: 10.3389/fpsyg.2016.01480
12. Patrick C.J., Fowles D.C., Krueger R.F. Triarchic conceptualization of psychopathy: developmental origins of disinhibition, boldness and meanness. *Dev. Psychopathol.*, 2009. Vol. 21, pp. 913–938. doi:10.1017/S0954579409000492