

Креативность и девиантность: современное состояние проблемы в психологии

Мешкова Н.В.

Московский государственный психолого-педагогический университет (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3965-9382>, e-mail: nmeshkova@yandex.ru

Ениколопов С.Н.

Научный центр психического здоровья (ФГБНУ НЦПЗ), г. Москва, Российская Федерация
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7899-424X>, e-mail: enikolopov@mail.ru

Креативность реализуется в различных видах криминального и девиантного поведения практически во всех сферах деятельности. Интерес психологов к данному феномену растет, но не решенными остаются вопросы диагностики антисоциальной креативности (АК), предикторов реализации оригинальных решений в поведении, оценки и экспертизы негативной креативности (НК). В то время как результаты вреда АК являются явными, как для генератора идей, так и для жертвы, результаты НК не всегда поддаются оценке и экспертизе в силу отсутствия (или маскировки) намерения нанести вред. Целью настоящей статьи является обзор результатов исследования связи креативности и девиантности. Проводятся обзор видов девиантного поведения в бизнесе, науке, ситуациях обыденной жизни и анализ его предикторов. На основе анализа результатов исследований просоциальной креативности в различных отраслях психологии выделяются факторы, способствующие проявлению и торможению связи креативности и девиантности, предлагаются превентивные меры АК и НК. Анализируются предикторы АК и НК, методы диагностики и проблемы экспертизы. Предложена уточненная модель связи креативности и девиантности: расширены психологические характеристики лидера и реализаторов, виды ситуаций проявления АК и НК. Выделены факторы: а) сопротивления негативным инновациям; б) влияющие на оценку и экспертизу как собственной, так и чужой креативности и девиантности.

Ключевые слова: креативность, девиантное поведение, антисоциальная креативность, креативная девиантность, экспертиза негативной креативности, модель креативности и девиантности.

Финансирование. Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) в рамках научного проекта № 19-113-50075.

Благодарности. Авторы благодарят В.Ю.Щинова за помощь в переводе статьи.

Для цитаты: Мешкова Н.В., Ениколопов С.Н. Креативность и девиантность: современное состояние проблемы в психологии // Психология и право. 2020. Том 10. № 3. С. 86—107. DOI: [10.17759/psylaw.2020100307](https://doi.org/10.17759/psylaw.2020100307)

Creativity and Deviance: The Present State of the Issue in Psychology

Natalya V. Meshkova

Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3965-9382>, e-mail: nmeshkova @yandex.ru

Sergey N. Enikolopov

Mental Health Research Center, Moscow, Russia,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7899-424X>, e-mail: enikolopov@mail.ru

Creativity is realised in various types of the criminal and deviant behaviour in almost all the spheres of activity. The interest of psychologists in this phenomenon is growing but the issues of the diagnostics of malevolent creativity (MC), predictors of the realisation of original decisions in the behaviour, and the evaluation and examination of negative creativity (NC) remain unresolved. While the results of the MC harm are clear to both the idea generator and the victim, the results of NC cannot always be assessed and examined due to the absence (or the disguise) of the intent to cause harm. The present article aims at reviewing the results of the research of the relationship between creativity and deviance. We provide a review of the types of deviant behaviour in business, science and everyday life situations and the analysis of its predictors. Based on the analysis of the results of the research of prosocial creativity in various branches of psychology, the authors identify the factors that promote the manifestation and inhibition of the relationship between creativity and deviance, and suggest preventive measures for MC and NC. Predictors of MC and NC, diagnostic methods and problems of expertise are analysed. A refined model of the relationship between creativity and deviance is proposed: the psychological characteristics of the leader and implementers, types of the situations of the MC and NC manifestation are expanded. The following factors are highlighted: a) the resistance to negative innovations; b) the factors that affect the assessment and expertise of both one's own and other's creativity and deviance.

Keywords: creativity, deviant behaviour, malevolent creativity, creative deviance, the expertise of negative creativity, the model of creativity and deviance.

Funding: The reported study was funded by the Russian Foundation for Basic Research (RFBR), project number 19-113-50075.

Acknowledgements: The authors would like to express their gratitude to V.Yu.Shchinov for the assistance in translating the present article.

For citation: Meshkova N.V., Enikolopov S.N. Creativity and Deviance: The Present State of the Problem in Psychology. *Psikhologiya i pravo = Psychology and Law*, 2020. Vol. 10, no. 3, pp. 86–107. DOI:10.17759/psylaw.2020100307 (In Russ.).

Введение

Креативность является одной из ключевых компетенций XXI века. Едва ли найдется область деятельности, в которой не нужны новые и эффективные идеи. Между тем все больше внимания психологов привлекает девиантное поведение, в котором проявляется

креативность. Проявление креативности и преступных намерений наиболее очевидно в таких областях, как мошенничество, но также наблюдается в кражах и убийствах, киберпреступности, контрабанде наркотиков, торговле людьми, терроризме [19], перевозке опасных материалов [30], что нашло отражение в анализе теоретических основ наносящего вред творчества [19]. Особенно заметно проявление креативности в беловоротничковой преступности — коррупции, а также в сфере организационной психологии (климат в коллективе — моббинг и буллинг).

Однако девиантное поведение проявляется и в таких сферах, как бизнес [39; 58; 60], наука [41], политика [47; 60], образование [5], а также в социальном взаимодействии в обыденной жизни [6; 7; 9; 10; 11; 33]. Примером являются ложь, обман, контрпродуктивное поведение на работе, сокрытие доказательств домашнего насилия или членовредительства, спам электронной почты, распространение слухов и агрессивные формы юмора [30].

Одна из проблем состоит в том, как применить научные знания о креативности к практике предупреждения этих видов девиантного поведения [31]. К. James и D. Drown предложили подход, включающий в себя несколько шагов: выделить зоны риска, проанализировать слабости безопасности в этих зонах, разработать контрмеры для противодействия выявленным слабостям и способы эффективного реагирования в случае использования разработанных контрмер [31]. Хотя данный подход относится к мероприятиям по предотвращению терроризма и защите перевозок опасных материалов, он может быть применен ко всем областям, где проявляется антисоциальная креативность.

Что касается «мирных» сфер деятельности, то необходимо понимание особенностей личности и контекста, в котором проявляются определенные черты личности. При этом не решенными остаются вопросы диагностики и предикторов реализации оригинальных решений в поведении [46; 21]. В серии наших эмпирических исследований на выборках разных возрастов (учащиеся школ и вузов разного профиля, взрослые люди, имеющие образование разного профиля, различные категории осужденных) были выявлены особенности негативной и антисоциальной креативности и их предикторы; вклад, который вносят в креативность и поведение взаимодействие таких характеристик, как эмоциональный интеллект, макиавеллизм, ценности, личностные черты, враждебность и др., а также выявлены возрастные и гендерные особенности такой связи, были составлены возрастной и гендерный профили негативной и антисоциальной креативности [1; 2; 3; 6; 7; 9; 10; 11]. В ходе изучения феномена была разработана модель связи креативности и девиантности [5; 8], включающая в себя следующие компоненты: ресурсы, ситуации, способы решения проблемных ситуаций, результат; выделены особенности компонентов, что дает возможность проводить анализ явлений негативной и антисоциальной креативности в различных областях деятельности.

Для отечественных исследователей интерес представляют практические решения зарубежными коллегами вопросов связи креативности и девиантности в рамках выявления факторов, способствующих ее проявлению и тормозящих эту связь; разработки по проблемам экспертизы негативной креативности в различных областях деятельности (бизнесе, науке, образовании, социальном взаимодействии) и исследования креативного сопротивления инновациям. Отметим, что проблема сопротивления инновациям особенно актуальна для России. Так, на примере сферы образования было показано, что непродуманная инновация провоцирует негативную креативность у исполнителей [5].

Целью настоящей статьи является обзор результатов исследования связи креативности и девиантности. Сформулированы следующие задачи: 1) рассмотреть виды девиантного поведения в разных сферах деятельности, в которых реализуется креативность; 2) рассмотреть предикторы антисоциальной креативности; 3) осветить вопросы экспертизы

негативной и антисоциальной креативности; 4) выделить факторы сопротивления инновациям. Еще одна проблема, которой будет уделено внимание, — негативное влияние креативной личности на окружающих. На основе анализа литературы, в том числе, посвященной просоциальной креативности, будут предложены превентивные меры предотвращения реализации двух видов креативности в девиантном поведении и уточнена разработанная нами ранее [см.: 8] модель связи креативности и девиантности.

Девиантное поведение, в котором реализуется креативность: виды, факторы и превентивные меры

Одним из видов девиантного поведения, в котором может проявляться креативность в обыденной жизни, являются вербальная агрессия, ложь и злые шутки/острословие, которые могут наносить вред другим людям [26]. При адаптации опросника N. Nao et al., диагностирующего «вредоносную» (malevolent) креативность в поведении [26], нами было показано, что у подростков важное значение имеет уровень развития таких черт «Большой пятерки», как «Согласие» и «Добросовестность» [11]. На выборке сотрудников полиции с не юридическим образованием были получены результаты, позволяющие утверждать, что сочетание низкой враждебности с высокой саморегуляцией и самоконтролем личности может стать ресурсом устойчивости к антисоциально направленному поведению, в частности, коррупции [9]. Еще одно исследование показало, что ценности социального фокуса «Традиции» и «Конформизм-правила» (PVQ-R) могут блокировать связь компонентов агрессии с антисоциальной креативностью [10]. Также было показано, что в криминальном поведении различных категорий преступников эмоциональный интеллект оказывает неоднозначное влияние: низкое понимание чужих эмоций и низкий межличностный интеллект могут реализоваться в мошенничестве и корыстно-насильственных преступлениях, в то время как более высокий уровень межличностного интеллекта — в агрессивно-насильственном преступлении [3]. Таким образом, превентивными мерами девиантного и криминального поведения могут стать интервенции, развивающие самоконтроль и саморегуляцию, при этом стоит осторожно использовать программы по развитию эмоционального интеллекта, чтобы не стимулировать манипулятивное поведение у подростков с асоциальными наклонностями.

Одним из видов девиантного поведения, в котором проявляется креативное мышление, является агрессия. Исследования показывают, что интервенции по профилактике данного типа девиантного поведения следует применять уже в детском возрасте. Так, согласно результатам E. Tacher and C. Readdick, уже у второклассников выявляются положительные корреляции вербальной гибкости с физической и вербальной агрессией, угрозой агрессии, а беглости и оригинальности речи — с вербальной агрессией. Авторы предположили, что креативность необходима для эффективного преодоления стрессовых ситуаций [52], что согласуется с мнением, высказанным D. Harris о том, что творческие люди с большей готовностью принимают агрессивные способы мышления и действия, когда стрессовые ситуации требуют оригинального ответа, что позволяет им легче адаптироваться к стрессовой ситуации [30]. Таким образом, одной из превентивных мер, снижающих антисоциальную креативность, а следовательно, и девиантное поведение, может стать обучение адекватному преодолению стрессовых ситуаций, особенно в социальном взаимодействии и решении проблем в ситуациях социального взаимодействия.

Что касается девиантного поведения в бизнесе, то здесь все не так однозначно. Дело в том, что девиантность может быть как негативной, так и позитивной [30; 40], а девиантное поведение сотрудников в инновациях может быть как не желаемым, так и желаемым и приветствуемым организацией [20].

Согласно Р. Мертону, инновационный тип девиантности возникает при сочетании нескольких условий: важность достигаемой цели, как для организации, так и для сотрудников (когда в организации критерием эффективности является количество разработок, сопровождающееся оплатой за производительность), и нехватка ресурсов для применения предписанных средств (например, в условиях ограничения времени или недостаточного количества персонала, что подрывает стандарты тестирования новых разработок продукта) [см.: 20]. Такой тип девиантности может быть спровоцирован дисфункциональным управленческим контролем [20] и может быть желательным для организации. G.M. Spreitzer и S. Sonenshein предложили термин «позитивная девиация», имея в виду, что не всегда организация проигрывает от нарушения ее норм. В позитивной девиации важный компонент — положительные намерения, которые, однако, не всегда приводят к позитивным результатам, а ее особенность состоит в том, что она добровольная, не является вынужденной или принудительной. Характерными являются результаты позитивной девиации. Они состоят в субъективном благополучии, долгосрочной эффективности и приводят к развитию организационных норм [51].

Исследование Е. Purc и М. Laguna инновационного поведения сотрудников на рабочем месте показало, что оно связано с ценностями личностного фокуса (за исключением открытости к изменениям), а профессиональная автономия (самостоятельность в принятии сотрудником решений) опосредует эту связь [45]. Иными словами, предоставляя сотрудникам больше автономии в работе и привлекая к работе сотрудников с высоким уровнем ценностей самосовершенствования, можно повысить инновационный потенциал организации и среды для работников. Однако ценности личностного фокуса положительно связаны и с антисоциальной, и с негативной креативностью у враждебных людей [1; 7; 10]. Поэтому в данном случае сдерживать реализацию идей, наносящих вред, или предотвратить реализацию хоть и оригинальных, но способных нанести ущерб решений возможно с помощью снижения автономии таких сотрудников.

Нежелательная девиантность на рабочем месте базируется на умышленном нарушении организационных норм, угрожающем благополучию организации или ее членов. Одним из видов поведения, которое может угрожать благополучию организации, является креативная девиантность (*creative deviance*). Данный термин был предложен С. Mainemelis, понимавшим под этим явлением нарушение приказа руководства прекратить разработку какой-либо новой идеи [40]. Важно, что в основе такого поведения может находиться просоциальная мотивация (т. е. без намерения нанесения вреда. — *Примечание авторов* [50]), а результаты его могут привести как к негативным, так и к позитивным последствиям [40], среди которых появление новых инноваций — это позитивное последствие, а растрата ресурсов организации и потеря контроля руководства над действиями сотрудников — негативный результат [50].

Девиантность, угрожающая благополучию других членов организации, проявляется в конкуренции за дефицитные ресурсы: продвижение по службе, борьба за бонусы, получение заданий по проектам и поощрений. Показано, что конкуренция, понимаемая как контекст, в котором положительный результат для одного конкурента связан с отрицательным результатом для другого конкурента, положительно связана с принятием риска [32], креативностью [15] и неэтичным поведением [34]. Часто конкуренция проявляется в хвастливых оценках себя или оскорбительных комментариях о противнике, т. е. в агрессивном общении, которое включает в себя насмешки, критикующие личность оппонента, членство в группе, его компетентность или производительность, а также самовозвеличивание. Так называемые «мусорные разговоры» являются стратегией коммуникации при конкуренции, а более сложные ее формы изобретательны и включают в

себя сарказм, гиперболу и метафоры; их цель состоит в том, чтобы запугать, отвлечь или унижить мишень и повысить самооценку «мусорщика» [58]. Легко заметить, что такого вида девиантное поведение очень часто используется в политике. Так, Дональд Трамп оскорбил свою соперницу по Республиканской номинации 2016 года Карли Фиорину, воскликнув: "Посмотрите на это лицо! Кто-нибудь проголосует за это? Можете себе представить таким лицом нашего следующего президента?" [58].

J. Jir с соавторами исследовали, как влияют такие стратегии в конкретной борьбе на их жертвы. Ситуация «мусорных» разговоров состояла в следующем: перед началом выполнения творческого задания один из участников пары говорил второму участнику обидные для него вещи в невежливой форме о том, что тот проиграет и т. д. (конкуренция состояла в том, что выигравший в творческом задании получит вознаграждение). Согласно результатам, у жертв такого рода конкуренции снижается творческое мышление по сравнению с участниками нейтральной коммуникации. Заслуга авторов, на наш взгляд, состоит в том, что они показали, что «мусорная болтовня» мотивирует жертву к мошенничеству. Так, в ситуации соревнования по решению задачи на творческое мышление жертвы вели себя не честно, поддельывая результаты выполнения задания [58]. Иными словами, обидные слова, унижающие достоинство и бьющие по самооценке, провоцируют нечестное, неэтичное поведение. Можно предположить, что угроза самооценке стимулирует девиантное поведение и антисоциальную креативность. Таким образом, антисоциальная креативность может стать стратегией преодоления угрозы самооценке, что следует проверить в эмпирическом исследовании.

Девиантное поведение на рабочем месте принимает различные формы: кража, мошенничество, работа впол-силы, саботаж, различные виды агрессии, прогулы, употребление психотропных веществ, уничтожение собственности. Исследуя данный феномен с помощью теории моральной саморегуляции [16], X. Zheng и коллеги предположили, что креативность сотрудников и их моральная идентичность влияют на девиантное поведение, и здесь важным является моральное самооправдание (совокупность когнитивных оправданий, которые позволяют совершать аморальные поступки без чувства вины и самонаказания). Исследование показало, что креативность сотрудников не оказывает существенного влияния на их девиантное поведение. Но креативные работники вели себя на рабочем месте девиантно в том случае, когда их моральная идентичность была низкой и не занимала центральное место в представлениях работников о себе. Кроме того, были получены результаты, не получившие должного внимания: положительные корреляции показателей удовлетворения от выполняемой работы с креативностью и отрицательные — с моральным оправданием и девиантным поведением на рабочем месте. Иными словами, удовлетворенность собственной работой может играть существенную роль в поведении сотрудников и нивелировать стимулы к нарушению организационных норм и правил. Организации полезно проводить мониторинг психологического благополучия собственных сотрудников, чтобы своевременно корректировать удовлетворенность работой с помощью тренингов или поощрений. Заслуга X. Zheng с соавторами состоит еще и в том, что они обратили внимание на девиантное, но проорганизационное поведение, определив важность проблемы, почему и когда работники совершают неэтичные действия с согласия организации [60] и, более того, по ее принуждению. На наш взгляд, это важный момент, который распространен в рекламе, в политике и других сферах деятельности, когда креативно обманывают для получения прибыли или достижения власти или создают двусмысленные законы, стимулируя использовать лазейки, даже в тех случаях, когда это влечет за собой нарушение морали. И здесь важен вопрос: как не дать проявиться низкой морали и самооправданию во время творческого акта и реализации творческой идеи?

Полезными при ответе на данный вопрос могут стать результаты, полученные R.Nouri с коллегами. Они изучали влияние культуры на креативность американцев и китайцев в условиях социального контекста, активизирующего ценности дистанции власти и коллективизма, и работы в одиночку. Оказалось, что культурные ценности, активируемые социальным контекстом, оказывают не одинаковое воздействие на различные компоненты креативности: оригинальность идеи, беглость и проработанность, в зависимости от релевантности культурных ценностей каждому из трех компонентов. Американцы как представители индивидуалистической культуры при работе в команде демонстрировали низкий уровень ответственности за результаты команды, уменьшали прилагаемые усилия и генерировали меньшее количество новых идей по сравнению с работой в одиночку [43].

Еще одним сдерживающим фактором может стать высокая моральная идентичность руководителя и его поведение, как пример для сотрудников и образец для подражания. L. Tanggaard размышляет о том, что творчество может привести других в движение, а творческие личности могут вдохновлять других и убеждать их вкладывать ресурсы, энергию и время в свои идеи [53]. В советской психологии коллектив авторов под руководством А.В.Петровского более 30 лет назад показал, что креативный педагог влияет на креативность и установки своих учеников, способствует изменению критериев оценки поведения других людей, повышению вариативности собственного поведения и снижению консервативности ценностно-нормативных ориентаций [4]. Такие изменения проходили у учащихся в силу того, что педагоги уделяли большое внимание моральным и нравственным аспектам личности. В настоящее время моральные и нравственные аспекты личности, этическое поведение находятся на периферии внимания. В таких условиях очень важна транслируемая СМИ позиция властных структур, задающая нормы поведения на всех уровнях и во всех сферах социальной жизни. Создаваемый имидж вседозволенности диктует не этическое поведение как нормальное. Творческая не моральная личность, на наш взгляд, такая личность, которая собственным примером может вдохновлять других, убеждать их вкладывать ресурсы, энергию и время в идеи, направленные на решение только собственных эгоистичных проблем, цинично прекрываясь заботой о других. Учитывая важность, которую оказывает моральная идентичность человека на его поведение, особенно на креативного человека, необходимо рассмотреть возможность разработки программ для содействия развитию моральной идентичности, культивировать такой климат, который бы ценил мораль и этику, что позволит снизить уровень девиантного поведения высококреативных работников [60]. К таким выводам пришли зарубежные исследователи, изучающие креативность в рамках организационной психологии. Эти выводы актуальны не только для рядовых сотрудников, но, в первую очередь, для руководящего и управленческого звена. Они актуальны и для политики, и для образования.

По мнению М.В. Gutworth и др., девиантное поведение, стимулированное антисоциальной креативностью, проявляется инновационными способами и поэтому его часто трудно обнаружить и предотвратить. Кроме того, когда цель состоит в нанесении вреда другому, средства ее достижения могут не быть злонамеренными. Например, средством достижения цели навредить репутации какого-либо сотрудника может стать превышение его производительности труда другим сотрудником. В серии исследований этих авторов проверялась гипотеза о зависимости оригинальности, полезности (компонент креативности, определяющий применимость ответа к проблеме и эффективность его как решения) и намерения причинения вреда от характера цели и средств ее достижения. Манипуляция благожелательностью/злонамеренностью цели и средствами показали, что ситуационные переменные значительно увеличивали дисперсию переменных креативности по сравнению с моделями, включающими только пол, когнитивные способности и черты личности. Также

было показано, что цель и средства могут взаимодействовать: являясь злонамеренными они способствуют повышению оригинальности и злонамеренности решений. Кроме того, проверялась гипотеза о зависимости поведения и антисоциальной креативности от неформальных межличностных сигналов. В исследовании проводилась манипуляция во время мозгового штурма присутствием «дессидента» и валентностью идей, выражаемых во время мозгового штурма. Студентам, участникам исследования, было предложено посмотреть видеоролик мозгового штурма, а после создать творческое решение важной для университета проблемы. Согласно полученным результатам, неформальные сигналы, демонстрирующие несогласие с высказываемым мнением, транслируемое «диссидентом», и задача, предполагающая нанесение вреда, опосредуют увеличение таких компонентов креативности, как оригинальность, полезность и злонамеренность. Причем, значимость неформальных сигналов была выше, чем индивидуальные различия [24]. Иными словами, авторы показали преимущественную роль ситуационных переменных в наносящей вред креативности по сравнению с чертами личности. Здесь стоит отметить, что испытуемые занимались генерацией идей, то, как они поступят в реальности не понятно, и в данном случае важен вывод авторов для практики, состоящий в том, что формулировка задачи должна быть в позитивном ключе, чтобы не стимулировать генерацию идей, наносящих вред [24].

Еще одним видом девиантного поведения является катагеластический — нездоровая склонность к высмеиванию других людей [12]. René T. Proyer с коллегами, исследуя темные стороны юмора на большой выборке (5000 человек, ср. возраст 39 лет, треть которых составляли мужчины) показали, что катагеластический юмор позитивно коррелирует с высоким юмором, храбростью и креативностью, и отрицательно — с прощением и справедливостью [44].

Таким образом, результаты исследований в различных отраслях психологии показывают важность для девиантного поведения, в котором может реализоваться креативный потенциал личности, следующих характеристик: личностных — прощение, справедливость, ответственность, моральная идентичность, умение совладать со стрессовыми ситуациями, саморегуляция, ситуационных — формулировка задания в позитивном ключе, удовлетворенность работой, угроза самооценке, конкуренция, профессиональная автономия сотрудника.

Факторы и предикторы антисоциальной креативности

Антисоциальная креативность (АК) — креативность, результатом которой является намеренно наносимый вред другим людям. На разных возрастных выборках было показано, что предикторами АК являются: 1) у студентов (из них большая часть женщины), агрессия как интегральный показатель [26]; 2) у осужденных за различные правонарушения — враждебность (когнитивный компонент агрессии) и низкая выраженность ценностей социального фокуса [6; 7; 10], а также низкий уровень понимания собственных эмоций в структуре эмоционального интеллекта [2]; 3) в выборке кадетов — враждебность, макиавеллизм, низкие нейротизм и низко выраженные черты «Большой пятерки» «Согласие» [9], «Добросовестность» [3]; 4) у сотрудников полиции с не юридическим образованием — враждебность и агрессия [9]. Кроме того, было показано, что у антисоциальной креативности существуют половые и возрастные особенности. Были выявлены качественные возрастные и половые особенности личностных предикторов антисоциальной креативности: у мужчин — это враждебность, у женщин — агрессия. Специфика подростковой антисоциальной креативности состоит в том, что в число отрицательных предикторов входят черты «Большой пятерки» «Согласие» и «Добросовестность», связанные с девиантным поведением,

чего не наблюдалось у взрослых респондентов [11]. Здесь важно отметить, что мы разделяем генерирование наносящих вред идей и их реализацию, т.к. это осуществлять могут разные люди. Результаты, полученные нами, позволяют утверждать, что предикторами продуцирования идей, наносящих вред, является враждебность, как когнитивный компонент агрессии, и это характерно для мужчин, в то время как реализация может осуществляться людьми с высокой агрессией, и/или с низко развитыми чертами Большой пятерки — «Согласие» и «Добросовестность», и это характерно для женщин и подростков.

Поскольку в основе выделения антисоциальной креативности как отдельного вида креативности находится намерение нанести вред, то актуальным стало ее исследование в рамках мотивации. N.Нао с коллегами в серии исследований показали, что АК отрицательно коррелировала с мотивацией избегания и положительно — с мотивацией приближения, более того, у людей с низкой мотивацией приближения более существенную роль играет агрессия. Манипулирование мотивационной ориентацией испытуемых с помощью денежного вознаграждения в виде компенсации за определенное количество идей АК показало, что в условиях актуализации мотивации приближения оригинальность и количество идей АК были значительно выше, чем в условиях актуализации мотивации избегания [27]. Следует отметить важный результат в одном из исследований данных авторов: они показали, что невыполненность задания (неуспех) стимулировали оригинальность и беглость АК в обоих видах мотивации, при этом в условиях мотивации приближения эти показатели выше, чем в ситуации избегания. Интересно, что АК не различалось в ситуации мотивации приближения в условиях успешного выполнения задачи и в ситуации мотивации избегания в условиях не достижения результата. Данный факт показывает важную роль опыта неуспеха, опосредующего рост АК при условии мотивации избегания [27]. Во всех трех исследованиях, проведенных коллективом авторов под руководством N.Нао, выборка испытуемых состояла в большей части из молодых женщин, что не позволяет распространить результаты на всю популяцию. Поэтому рекомендации авторов о вариантах снижения АК, заключающихся в снижении мотивации приближения и интервенции, дающие испытать опыт успеха у антисоциальных индивидов [27], касаются скорее молодых женщин, а обоснованность использования подобных интервенций на молодых мужчинах появится после изучения связи мотивации и АК на выборке мужчин. Интерес представляют выводы, к которым пришли L. King и S.T. Gurland в исследование креативности при составлении коллажа: угроза оценки убивает чувство компетентности при выполнении творческой задачи и снижает внутреннюю мотивацию [35]. Дополняет картину мета-анализ исследований мотивационных механизмов креативности сотрудников в бизнесе, проведенный D. Liu с коллегами. Согласно результатам мета-анализа (независимая выборка общим количеством 51 000 человек), такие мотивационные механизмы, как внутренняя мотивация (интерес и удовольствие к выполняемой деятельности), само-эффективность (субъективные представления сотрудника о том, что он может выполнять данную деятельность) и просоциальная мотивация (желание принести пользу другим людям) связаны с индивидуальной креативностью, при этом они по-разному функционируют как медиаторы связи между контекстом, личностью и креативностью: автономность в работе и открытость опыту связаны с внутренней мотивацией; сложность работы и черта «Добросовестность» - с само-эффективностью; поддерживающее лидерство - с просоциальной мотивацией [38]. Хотя все перечисленные результаты касаются просоциальной креативности на рабочем месте, они могут быть полезны для понимания негативной креативности как креативности без намерения принести вред или как креативности для решение просоциальной задачи с помощью нелегитимных способов. Нами было показано, что негативная креативность характерна для враждебных людей с низкой добросовестностью [9; 11], и для того, чтобы

снизить их возможную активность, следует снижать их внутреннюю мотивацию через снижение автономности в работе, повышение контроля лидером и не поручать им сложной работы. Еще одной мерой по снижению негативной креативности может стать трансформационное лидерство, способствующее креативности сотрудников и делающее их способными испытывать высокий уровень личной ответственности за результаты собственного труда, изменяя личные интересы в угоду общественным [56].

Согласно динамической модели креативности и инновации в организации Т.А. Amabile и М.Г. Pratt, внутренняя мотивация является ключевой переменной в креативности на рабочем месте, а модераторами такой связи являются окружение, осмысленность работы, восприятие сотрудниками своего окружения на рабочем месте, поведение лидеров [13]. В рамках данной модели проверялась связь проактивной личности и креативности, при этом в качестве медиаторов такой связи изучались внутренняя мотивация сотрудников и их взаимодействие с лидером. Оказалось, что если подчиненный и руководитель оба участвуют в самостоятельном, ориентированном на изменения и сфокусированном на будущем поведении, т. е. личность обоих проактивна, то это усиливает у сотрудника представления о справедливости взаимодействия с лидером и ведет к проявлению большей креативности в работе у тех сотрудников, у которых значение переменной дистанции власти минимально [49]. Иными словами, низкие значения у сотрудников дистанции власти освобождают внутреннюю мотивацию, снижая ограничения существующих норм и правил, и способствуют проявлению креативности. Что касается негативной креативности, то для того, чтобы снизить ее проявление у сотрудников, здесь, видимо, следует увеличивать дистанцию власти, чтобы, наоборот, увеличить ограничения норм и правил организации.

К. Hannam и А. Narayan показали, что справедливость в распределении вознаграждения и межличностная справедливость (понимание сотрудником, что он уважаем окружающими) являются значимыми медиаторами связи внутренней мотивации и креативности. Авторы исследования пришли к выводу о том, что несправедливость является стрессом, на который расходуются когнитивные силы, что наносит вред креативному процессу [25]. С точки зрения антисоциальной креативности, мы полагаем, что несправедливость является контекстом, в котором субъект может использовать креативные способности для нанесения ущерба другим людям и в частности саботировать рабочий процесс, т. е. вести себя девиантно.

Таким образом, можно выделить следующие характеристики, вносящие большой вклад в креативность: враждебность, ценности, внутренняя мотивация, восприятие окружения как справедливого (в вознаграждении, в межличностном общении), добросовестность, личностный контроль за результатами своего труда, нормы и правила организации, дистанция власти, поведение лидеров, ситуация оценки, субъективный опыт успеха и климат организации.

Проблемы диагностики и критериев экспертизы негативной и антисоциальной креативности

Оценка креативности определяется персональным и социальным взглядом на продукт креативного процесса [47]. Соответственно, и судить об антисоциальной креативности и ее результатах можно как с точки зрения их носителя, так и с социальной точки зрения. Разработанный Н. Нао с коллегами опросник «The Malevolent Creativity Behavior Scale» [26] (русскоязычная версия [10]), основан на самоотчете поведения, в котором может реализоваться антисоциальная креативность: ложь, злые шутки и нанесение вреда другим через оригинальные агрессивные способы [26], — и здесь субъект сам оценивает частоту подобного поведения.

В случае негативной креативности человек, перед которым поставлена легитимная задача, часто не может представить возможный вред от реализации его идеи, поэтому оценка валентности полученного результата часто остается за экспертами. В одном из наших исследований подросткам давалось задание придумать как можно больше таких решений просоциальной ситуации, которые никто ранее не придумывал. Характерно, что самые оригинальные решения можно было расценить как наносящие вред другим людям [1; 6]. Сама возможность генерировать такого рода идеи может происходить в силу того, что в обществе страдает мораль и нравственность, существуют негласные нормы, поддерживающие подобное поведение или не порицающие его. Важную роль здесь играет позиция лидеров, в том числе и государственных. В организационной психологии было показано, что креативная девиантность (например, нарушение приказа прекратить разработку и реализацию новой идеи) сопровождается реализацией в том случае, если поощряется поддерживающим креативность лидером [37].

К. Logan с коллегами анализировали инновации в терроризме на примере насильственных экстремистских организаций. Авторы высказывают интересную идею: для того, чтобы ослабить инновации в группе, следует использовать обратную сторону принципов, повышающих и стимулирующих инновации [39]. Но для этого необходимо понять не только стимулирующие позитивную креативность стратегии, но и учитывать, влияние контекста, который может ослаблять или усиливать креативность, и то, как контекст взаимодействует с чертами личности и ее мотивацией [21].

М. Vaas с коллегами показали, что в ситуации социальной угрозы люди предлагали больше вредоносных идей, чтобы победить соперников в переговорах, особенно если у них была высокая мотивация познания. Таким образом, благодаря своей диспозиционной мотивации систематически обрабатывать релевантную информацию, эти люди были более мотивированы к защите и агрессии в ответ на социальные угрозы и в продуцировании идей, наносящих вред [14]. Это исследование касается социального взаимодействия в переговорах и было спроектировано таким образом, что задание изначально провоцировало проявление враждебности к соперникам. Иной подход осуществили D.G. Dumas и A.L. Strickland, исследовавшие связь дивергентного мышления и вредоносности с помощью необычного использования 10 предметов. Кодирование недоброжелательных ответов проводилось по категориям: ущерб собственности, вред человеку, вред животным, общий вред, самозащита. Оказалось, что спонтанная (т. е. не запрашиваемая в ситуации задания) недоброжелательность проявилась в наибольшем количестве идей необычного использования кирпича, лопаты и молотка; самое большое количество недоброжелательных ответов относилось к категории общего вреда (без указания мишени). Самые оригинальные ответы были для вилки, а менее всего зловредных ответов было придумано для стола. У генерировавших большее количество идей была выше оригинальность. Таким образом, авторы показали диспропорциональность по количеству недоброжелательных ответов при диагностике креативности [21]. По сравнению с исследованием М. Vaas с коллегами, контекст которого изначально предполагал угрозу и провоцировал антисоциальную креативность, в исследовании D.G. Dumas и A.L. Strickland контекст отсутствовал и недоброжелательность не запрашивалась по ситуации. Тем не менее, испытуемые генерировали недоброжелательные ответы. Авторы объяснили это тем, что некоторые из предметов ассоциируются с насилием и сделали вывод о том, что дивергентное мышление и недоброжелательность это разные конструкты. Таким образом, с помощью метода необычного применения предметов затруднительно выявить негативную и антисоциальную креативность, тогда как с помощью социальных ситуаций из реальной жизни они выявляются (The Real World Divergent Thinking Task). Наше предположение подтверждается

результатами, полученными Н. Кароог и А. Хан. Они изучали степень влияния на просоциальную и негативную креативность заданий различного содержания: посредством объектно-ориентированных задач и задач на дивергентное мышление из реальной жизни. Было показано, что оригинальность в случае ненамеренного нанесения вреда (негативная креативность) выше при решении социальных ситуаций из реальной жизни, чем в заданиях придумать необычное использование предметов, а ответы на реальные ситуации были более негативны [33]. Заметим, что использованные методики не имеют предсказательной силы в том, как себя поведет субъект в реальной жизни.

Что касается оценки негативной и антисоциальной креативности и критериев этой оценки, были получены интересные результаты. Так, D. Cropley с коллегами показали, что творчество воспринимается по-разному в зависимости от того, насколько оно было злонамеренным, а личностные переменные могут смягчать эту связь [19]. R. McBain с коллегами, изучавшие влияние контекста ситуации на восприятие вредоносности и креативности в гипотетических сценариях, высказали предположение о том, что констелляция экстраверсии, открытости опыту, нарциссизма и психопатии влияет на восприятие вредоносной креативности, а более сильной по новизне и эффективности будет реакция на гипотетический сценарий вредоносной креативности. Участникам предлагалось проранжировать ответы разной коннотации (негативной/враждебной и просоциальной) и разной креативности (высокой и низкой) к двум сценариям (благожелательный и злонамеренный контекст) и выбрать предпочтительный ответ на сценарий. В ситуации злонамеренного контекста злые и вредные варианты ответов воспринимались испытуемыми как менее злонамеренные, а добрые и безвредные варианты воспринимались как более злонамеренные, по сравнению с благожелательным контекстом. И наоборот, испытуемые, находящиеся в состоянии благожелательного контекста, были склонны воспринимать и недоброжелательность, и благожелательность более остро. Кроме того, в ситуации злонамеренного контекста злые и вредные способы действия рассматривались испытуемыми как более эффективные. Единственным предиктором восприятия недоброжелательности стала психопатия [41]. Таким образом, данные авторы показали значимость роли контекста и психопатии как доминирующих факторов в восприятии и оценке антисоциальной креативности.

Затрудняющим оценку негативных и антисоциальных результатов креативного процесса может стать и история жизни субъекта: прошлый негативный опыт, негативные жизненные события и деструктивность, приводящие к механизмам оправдания и ситуативного толкования [29]. S. Lee и G. Dow пришли к выводу о том, что люди, проявляющие физическую агрессию, не рассматривают свои идеи как агрессивные и имеют меньше запретов в отношении идеи или порождения вредных идей [36], и соответственно можно предположить, что, скорее всего, они будут склонны оправдывать недоброжелательные идеи других людей.

Важным параметром, затрудняющим как оценку собственного творчества, так и оценку продуктов творчества других людей является низкий уровень нравственности и морали субъекта. Данный феномен часто проявляется в науке в форме фальсификаций и плагиата. K. Tirri пришел к выводу о том, что высокие интеллектуальные способности одаренного ученика не предсказывают его зрелых моральных суждений. Поэтому важно для обеспечения нравственного роста будущих ученых обсуждать с ними этические аспекты выполнения научных исследований [55]. Соответственно, можно говорить о том, что низкие моральные суждения будут оправдывать неэтичные собственные поступки ученых и других людей, в частности плагиат. M.B. Gutworth показала, что манипуляция этической составляющей (чтение отрывка из кодекса поведения в вузе, с разными акцентами указания

на важность/не важность его соблюдения) является интервенцией, предотвращающей неэтичное поведение, заключающееся в обмане испытуемым экспериментатора. В ситуации, когда снижена этическая неопределенность и усилены правила, отсутствовала связь между креативным потенциалом и девиацией и, наоборот, в условиях этической неопределенности креативные индивиды с большей вероятностью оправдывали и вовлекались в неэтичное поведение [24]. Таким образом, в ситуации неопределенности и низкой этической значимости креативные люди с низкой моральной идентичностью не оценивают свои результаты как негативные или антисоциальные.

M.D. Mumford с коллегами изучали связь между креативными способностями и принятием этических решений у молодых ученых. Было установлено, что принятие этических решений связано с творческими процессами решения проблем, причем процессы позднего цикла (например, генерация идей и мониторинг решений) оказываются особенно важными. Обсуждая взаимосвязь между творческим и девиантным мышлением, авторы пришли к выводу о том, что креативные способности поиска информации и выбора концепции были негативно связаны с этическими решениями в учебной деятельности [42].

Консерватизм в политической системе сдерживает проявление креативного процесса. Так, Runco M.A. с коллегами анализировали президентские выборы в США. Согласно результатам, в графствах и штатах с высоким консерватизмом было выдано меньше патентов. Количество патентов было высоким там, где отмечается расовое разнообразие и высокий образовательный уровень. Таким образом, консерватизм отрицательно связан с творческими достижениями, а либеральное мышление важно не только на политической арене, но и в других областях жизни [48]. Что касается антисоциальной и негативной креативности, то здесь при оценке идей будет полезно присутствие именно эксперта-консерватора, поскольку при принятии идей, например в социальной сфере, необходимо взвешенное мнение тех, кто сопротивляется инновациям. В данном случае на первый план должны выходить оценка полезности идеи, а не ее новизна. K. Yong et al. показали важную роль ассиметрии конфликта в междисциплинарных командах, участвующих в разработке нанобиотехнологических устройств, и показали, что конфликт задач, размер команды и функциональное разнообразие являются основными факторами полезности идеи. Дело в том, что такой конфликт стимулирует конвергентное мышление, которое участвует в процессе отбора идеи как полезной [59], что позволяет избежать принятие решений, которые могут нанести ненамеренный вред другим. При формировании команд, разрабатывающих программы для решения проблем в социальной и политической сфере, следует учитывать, что креативность отрицательно связана с цензурой [61].

Таким образом, можно выделить следующие характеристики экспертов и особенности контекста их взаимодействия, оказывающие влияние на оценку ими креативного решения/идеи и методов его реализации: консерватизм, ассиметрия конфликта в междисциплинарных командах, этика организации, негативная история жизни эксперта, контекст и психопатия, высокая мотивация познания в сочетании с контекстом социальной угрозы.

Уточненная модель креативности и девиантности

Анализ публикаций по тематике креативности и ее проявления в девиантном поведении позволил нам предложить модель креативности и девиантности [см.: 8]. В данной модели отражены ресурсы, задействованные в креативном процессе, условия, цель, средства и результат с мишенью. Важно, что модель дает возможность анализировать групповую и индивидуальную креативность, описывает предикторы и условия генерации идеи и ее реализации [8]. Апробирование модели осуществлялось авторами в течение ряда лет.

Настоящий обзор литературы по тематике креативности и ее связи с девиантностью позволяет дополнить предложенную модель (см. рисунок) в разделе ресурсов и условий, а также выделить параметры, уделяя внимание которым можно снизить реализацию идей, наносящих вред в различных областях деятельности.

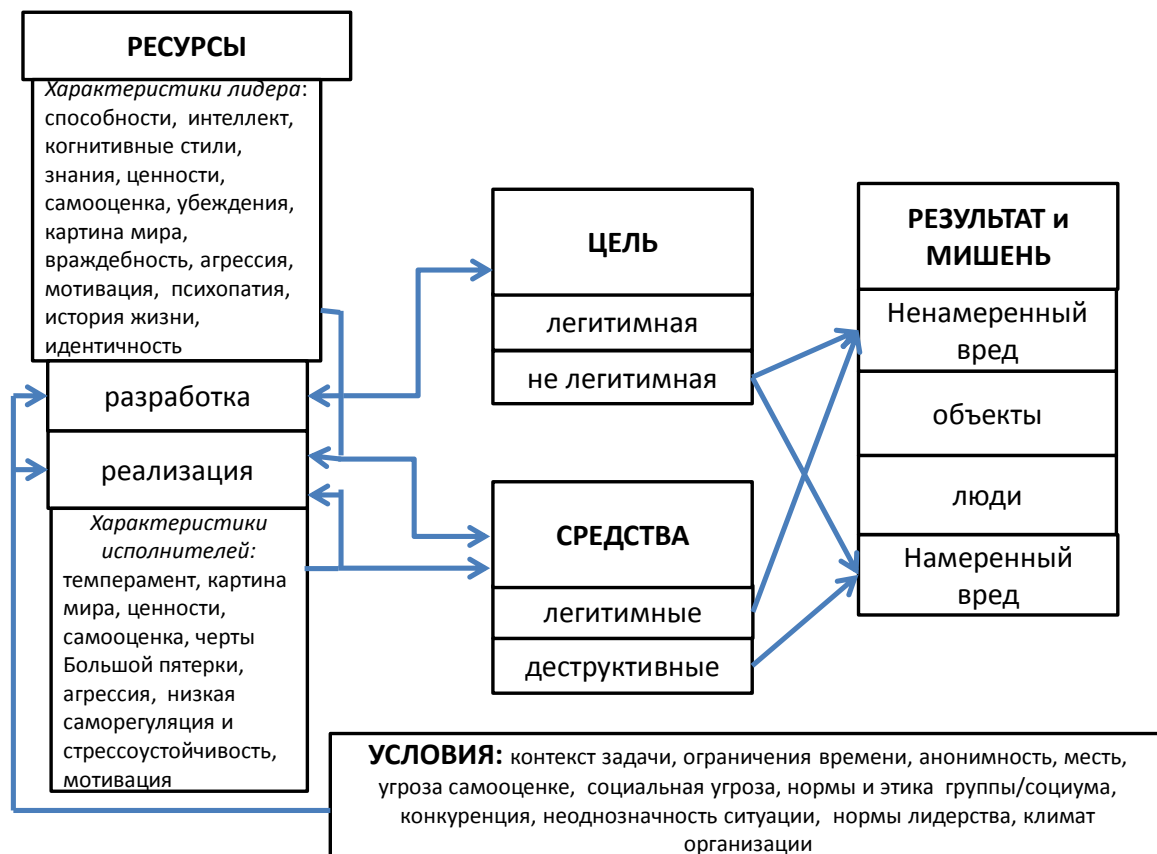


Рис. Уточненная модель креативности и девиантности [8]

Проведенный обзор позволяет сделать следующие выводы.

1. Девиации, в которых реализуется креативность, могут быть позитивные и негативные. В основе девиации может находиться нарушение норм группы/организации и социума. Существуют субъекты деятельности, нарушающие нормы группы; социума; нарушающие нормы социума во имя собственной организации; при этом намерения у них могут быть как позитивные, так и негативные. Ситуации, в которых проявляются девиации — угроза самооценке, конкуренция.

2. Оценка и экспертиза чужой и собственной креативности и девиации зависит от консерватизма, асимметрии конфликта в междисциплинарных командах, этики организации/социума, негативной истории жизни, психопатии, высокой мотивации познания в сочетании с контекстом социальной угрозы, враждебности и агрессии, моральной идентичности.

3. Лидер может стимулировать антисоциальную и негативную креативность в группе манипулируя внутренней мотивацией сотрудника/члена группы с помощью увеличения дистанции власти и автономии подчиненных, валентностью формулировки задач,

манипулируя удовлетворенностью сотрудников, неоднозначностью норм и правил. Важно, чтобы лидер обладал высоким уровнем моральной идентичности.

4. Факторами, тормозящими проявление креативности в девиациях являются прощение, справедливость, ответственность, моральная идентичность, умение совладать со стрессовыми ситуациями.

5. Факторами сопротивления негативным инновациям являются консерватизм и позитивный жизненный опыт.

6. Стратегиями предотвращения реализации антисоциальной креативности в девиантном поведении могут стать усиление норм и этики группы, организации, социума, лидерства.

Что касается направлений для дальнейшего исследования антисоциальной и негативной креативности, то большая часть выводов, представленных в статье, является гипотетической, «опрокинутой» в область девиантности из исследований просоциальных аспектов креативности; для их эмпирической проверки необходимы дальнейшие исследования.

Литература

1. Антропова М.Ю., Мешкова Н.В. О ситуационных характеристиках креативности в социальном взаимодействии старших школьников [Электронный ресурс] // Психолого-педагогические исследования. 2017. Том 9. № 3. С. 175—185. DOI: 10.17759/psyedu.2017090318
2. Бочкова М.Н. Эмоциональный интеллект и креативность: связь и взаимодействие на примере разных категорий осужденных [Электронный ресурс] // Психология и право. 2020. Том 10. № 1. С. 92—102. DOI:10.17759/psylaw.2020100108
3. Бочкова М.Н., Мешкова Н.В. Поведенческие особенности негативной и антисоциальной креативности на примере подростков [Электронный ресурс] // Психолого-педагогические исследования. 2019. Том 11. № 1. С. 93—106. DOI:10.17759/psyedu.2019110108
4. Дубов И.Г., Петровский В.А. Перестройка личностных структур учащихся при персонализации личности педагога // Психология развивающейся личности / Под ред. А.В. Петровского. М.: Просвещение, 1987. С. 173—191
5. Мешкова Н.В., Ениколопов С.Н. Негативная креативность в образовании: особенности, угрозы и перспективы исследования // Психологическая наука и образование. 2017. Том 22. № 5. С. 67—76. DOI:10.17759/pse.2017220508
6. 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
7. 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. Том 8. № 1. С. 147—163. DOI:10.17759/psylaw.2018080111
8. Мешкова Н.В., Ениколопов С.Н. Креативность и девиантность: связь и взаимодействие // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2018. Том 15. № 2. С. 279—290. DOI:10.17323/1813-8918-2018-2-279-290
9. Мешкова Н.В., Шаповал В.А., Герасименко Е.А., Потарыкина М.С., Мешков И.А. Личностные особенности и антисоциальная креативность на примере кадетов и сотрудников МВД [Электронный ресурс] // Психология и право. 2018. Том 8. № 3. С. 83—96. DOI:10.17759/psylaw.2018080306
10. Мешкова Н.В., Ениколопов С.Н., Митина О.В., Мешков И.А. Адаптация опросника «Поведенческие особенности антисоциальной креативности» // Психологическая наука и образование. 2018. Том 23. № 6. С. 25—40. DOI:10.17759/pse.2018230603

11. Мешкова Н.В. и др. Возрастные и половые особенности личностных предикторов антисоциальной креативности // Психология. Журнал Высшей школы экономики. 2020. Том 17. № 1. С. 59—71. DOI:10.17323/1813-8918-2020-1-60-72
12. Стефаненко Е.А., Иванова Е.М., Ениколопов С.Н. Адаптация опросника гелотофобии, гелотофилии и катагеластизма PhoPhiKat для подростков // Психологическая наука и образование. 2016. Том 21. № 4. С. 61—74. DOI:10.17759/pse.2016210407
13. Amabile T.A., Pratt M.G. The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning / Brief A. (eds.) // Research in organizational behavior (Vol. 36. P. 157—183). Amsterdam, NL: Elsevier, 2016. DOI:10.1016/j.riob.2016.10.001
14. Baas M. [et al.]. Why Social Threat Motivates Malevolent Creativity // Personality and Social Psychology Bulletin. 2019. Vol. 45(11). P. 1590—1602. DOI:10.1177/014616721983855
15. Baer M. [et al.]. Win or lose the battle for creativity: The power and perils of intergroup competition // Academy of Management Journal. 2010. Vol. 53(4). P. 827—845.
16. Bandura A. Social cognitive theory of self-regulation // Organizational Behavior and Human Decision Processes. 1991. Vol. 50. P. 248—287.
17. Choma B.L. [et al.]. Political liberalism and political conservatism: Functionally independent? // Personality and Individual Differences. 2012. Vol. 53. P. 431—436.
18. Cropley D.H. [et al.]. Summary: Creativity and ethics — Two Golden Eggs / S. Moran, D. H. Cropley and J. C. Kaufman (Eds.) // The Ethics of Creativity. Chapter 18. Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan Ltd., 2014. P. 299—307.
19. Cropley D.H. [et al.]. Person perceptions of malevolent creativity: The good, the bad, and the ambiguous // Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts. 2014. Vol. 8(4). P. 1—20.
20. Cropley D.H., Cropley A.J. Malevolent Creativity: Past, Present and Future / J. C. Kaufman and R. J. Sternberg (Eds.) // Cambridge Handbook of Creativity. Chapter 32. New York, NY: Cambridge University Press, 2019. P. 677—690. Pre-publication Version (In press.)
21. Dumas D.G., Strickland A.L. From Book to Bludgeon: A Closer Look at Unsolicited Malevolent Responses on The Alternate Uses Task // Creativity Research Journal. 2018. Vol. 30:4. P. 439—450. DOI:10.1080/10400419.2018.1535790
22. Faßauer G. Linking deviation with innovation: behavioral effects of management control through the lens of a theory of deviance // Journal of Management Control. 2018. Vol. 29. P. 275—293 DOI:10.1007/s00187-018-00271-8
23. Gutworth M.B. The dark side to creativity: testing an intervention to deter deviance. A Thesis in Psychology for the Degree of Master of Science. 2014 [Электронный ресурс]. URL: https://etda.libraries.psu.edu/files/final_submissions/9871 (дата обращения: 15.03.2020).
24. Gutworth M.B., Cushenbery L., Hunter S.T. Creativity for Deliberate Harm: Malevolent Creativity and Social Information Processing Theory // The Journal of Creative Behavior. 2016. Vol. 52. Iss. 4. P. 305—322. DOI:10.1002/jocb.155
25. Hannam K., Narayan A. Intrinsic Motivation, Organizational Justice, and Creativity // Creativity Research Journal. 2015. Vol. 27:2. P. 214—224. DOI:10.1080/10400419.2015.1030307
26. Hao et al., 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
27. Hao N. [et al.]. Approach motivational orientation enhances malevolent creativity // Acta Psychologica. 2020. Vol. 203. P. 102985. DOI:10.1016/j.actpsy.2019.102985
28. Harris D.J., Reiter-Palmon R., Kaufman J.C. The effect of emotional intelligence and task type on malevolent creativity // Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts. 2013. Vol. 7. P. 237—244. DOI:10.1037/a0032139.
29. Harris D.J. [et al.]. Construction or Demolition: Does Problem Construction Influence the Ethicality of Creativity? [Электронный ресурс] / S.Moran, D.H. Cropley, J.C. Kaufman (Eds.) //

- The Ethics of Creativity. Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan Ltd. 2014. P. 170—186. https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137333544_13 (дата обращения: 10.05.2020).
30. *Harris D.J.* The influence of problem construction, implicit aggression, and task valence on malevolent creativity. Degree Master Thesis. ProQuest LLC. 2013. 90 p.
 31. *James K., Drown D.* Whether “Malevolent” or “Negative,” Creativity Is Relevant to Terrorism Prevention: Lessons From 9/11 and Hazardous Material Trucking // *Creativity Research Journal*. 2008. Vol. 20:2. P. 120—127. DOI:10.1080/10400410802059648
 32. *Jordan J., Sivanathan N., Galinsky A.D.* Something to lose and nothing to gain the role of stress in the interactive effect of power and stability on risk taking // *Administrative Science Quarterly*. 2011. Vol. 56(4). P. 530—558.
 33. *Kapoor H., Khan A.* Creativity in Context: Presses and Task Effects in Negative Creativity // *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. Advance online publication. 2018. June 7. DOI:10.1037/aca0000183
 34. *Kilduff G. [et al.]*. Whatever it takes to win: Rivalry increases unethical behavior // *Academy of Management Journal*. 2016. Vol. 59(5). P. 1508—1534.
 35. *King L., Gurland S.T.* Creativity and experience of a creative task: Person and environment effects // *Journal of Research in Personality*. 2007. Vol. 41. P. 1252—1259 DOI:10.1016/j.jrp.2007.01.005
 36. *Lee S., Dow G.* Malevolent creativity: Does personality influence malicious divergent thinking? // *Creativity Research Journal*. 2011. Vol. 23. P. 73—82.
 37. *Lin B. [et al.]*. Leaders' responses to creative deviance: Differential effects on subsequent creative deviance and creative performance // *The Leadership Quarterly*. 2016. Vol. 27. P. 537—556. DOI:10.1016/j.leaqua.2015.09.001 1048-9843
 38. *Liu D. [et al.]*. Motivational mechanisms of employee creativity: A meta-analytic examination and theoretical extension of the creativity literature // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 2016. Vol. 137. P. 236—263. DOI:10.1016/j.obhdp.2016.08.001
 39. *Logan M.K., Ligon G.S., Derrick D.C.* Measuring Tactical Innovation in Terrorist Attacks // *The Journal of Creative Behavior*. 2019. P. 1—14. DOI:10.1002/jocb.420
 40. *Mainemelis C.* Stealing fire: Creative deviance in the evolution of new ideas // *Academy of Management Review*. 2010. Vol. 35. P. 558—578. DOI:10.5465/amr.35.4.zok558
 41. *McBain R.M.J., Cropley D.H., Kavanagh P.S.* The Devil made me do it: Press and personality in malevolent creativity // *The International Journal of Creativity & Problem Solving*. 2017. Vol. 27. P. 21—44.
 42. *Mumford M.D. [et al.]*. Creativity and Ethics: The Relationship of Creative and Ethical Problem-Solving // *Creat Res J*. 2010 February 1. Vol. 22(1). P. 74—89. DOI:10.1080/10400410903579619
 43. *Nouri R. [et al.]*. Social context: Key to understanding culture's effects on creativity // *Journal of Organizational Behavior*. 2015. Vol. 36. P. 899—918. DOI:10.1002/job.1923
 44. *Proyer R.T., Wellenzohn S., Ruch W.* Character and Dealing With Laughter: The Relation of Self- and Peer-Reported Strengths of Character With Gelotophobia, Gelotophilia, and Katagelasticism // *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*. 2014. Vol. 148:1. P. 113—132. DOI:10.1080/00223980.2012.752336
 45. *Purc E., Laguna M.* Personal Values and Innovative Behavior of Employees // *Front. Psychol*. 2019. Vol. 10. P. 865. DOI:10.3389/fpsyg.2019.00865
 46. *Reiter-Palmon R.* Are the outcomes of creativity always positive? // *Creativity: Theories-Research-Applications*. 2018. № 5. P. 177—181.
 47. *Runco M., Beghetto R.A.* Primary and secondary creativity // *Current Opinion in Behavioral Sciences*. 2019. Vol. 27:7—10. DOI:10.1016/j.cobeha.2018.08.011

48. Runco M.A., Acar S., Cayirdag N. Further Evidence that Creativity and Innovation are Inhibited by Conservative Thinking: Analyses of the 2016 Presidential Election // *Creativity Research Journal*. 2017. Vol. 29:3. P. 331—336. DOI:10.1080/10400419.2017.1360069
49. Sears G. [et al.]. When and why are proactive employees more creative? Investigations of relational and motivational mechanisms and contextual contingencies in the east and west // *J. Appl. Soc. Psychol.* 2018. Vol. 48. P. 593—607. DOI:10.1111/jasp.12550
50. Shukla J., Kark R. Now You Do It, Now You Don't: The Mixed Blessing of Creative Deviance as a Prosocial Behavior // *Front. Psychol.* 2020. Vol. 11. P. 313. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.00313
51. Spreitzer G.M., Sonenshein S. Definition of positive deviance // *American behavioral scientist*. 2004. Vol. 47. № 6. P. 828—847. DOI:10.1177/0002764203260212
52. Tacher E., Readdick C. The relation between aggression and creativity among second graders // *Creativity Research Journal*. 2006. Vol. 18. P. 261—267.
53. Tanggaard L. The sociomateriality of creativity in everyday life // *Culture Psychology*. 2013. Vol. 19. P. 20. DOI:10.1177/1354067X12464987
54. Thorisdottir H. [et al.]. Psychological needs and values underlying left-right political orientation: Cross-national evidence from eastern and western Europe // *Public Opinion Quarterly*. 2007. Vol. 71. P. 175—203.
55. Tirri K. The Hacker Ethic for Gifted Scientists / S. Moran, D. H. Cropley and J. C. Kaufman (Eds.) // *The Ethics of Creativity*. Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan Ltd. 2014. P. 221—231.
56. Tse H., To M., Chiu W. When and why does transformational leadership influence employee creativity? The roles of personal control and creative personality // *Hum Resour Manage.* 2018. Vol. 57. P. 145—157. DOI:10.1002/hrm.21855
57. Wolhendler B. Creativity, Delinquency, and Production of Unsolicited Violent Content in Drawings Doctor of Philosophy in Psychology Diss. ProQuest LLC, 2015 [Электронный ресурс]. <https://pqdtopen.proquest.com/doc/1712393470.html?FMT=AI> (дата обращения: 15.02.2020).
58. Yip J.A. [et al.]. Trash-talking: Competitive incivility motivates rivalry, performance, and unethical behavior // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 2018. Vol. 144. P. 125—144. DOI:10.1016/j.obhdp.2017.06.002
59. Yong K. [et al.]. Conflict and Creativity in Interdisciplinary Teams // *Small Group Research*. 2014. Vol. 45(3). P. 266—289. DOI:10.1177/1046496414530789
60. Zheng X. [et al.]. Will Creative Employees Always Make Trouble? Investigating the Roles of Moral Identity and Moral Disengagement // *J. Bus. Ethics*. 2019. Vol. 157. P. 653—672. DOI:10.1007/s10551-017-3683-3
61. Zysberg L., Schenk T. Creativity, Religiosity, and Political Attitudes // *Creativity Research Journal*. 2013. Vol. 25:2. P. 228—231. DOI:10.1080/10400419.2013.783761

References

1. Antropova M.Yu., Meshkova N.V. On the Situational Characteristics of Creativity in the Social Interaction of High School Students [Elektronnyi resurs]. *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya = Psychological-Educational Studies*, 2017. Vol. 9, no. 3, pp. 175—185. DOI:10.17759/psyedu.2017090318. (In Russ.).
2. Bochkova M.N. Emotional Intelligence and Creativity: the Relationship and Interaction on the Example of Different Categories of Convicts [Elektronnyi resurs]. *Psikhologiya i pravo = Psychology and Law*, 2020. Vol. 10, no. 1, pp. 92—102. DOI:10.17759/psylaw.2020100108. (In Russ.).
3. Bochkova M.N., Meshkova N.V. Behavioral Features of Negative and Malevolent Creativity in Adolescents [Elektronnyi resurs]. *Psikhologo-pedagogicheskie issledovaniya =*

Psychological-Educational Studies, 2019. Vol. 11, no. 1, pp. 93–106. DOI:10.17759/psyedu.2019110108. (In Russ.).

4. Dubov I.G, Petrovskii V.A. The reorganisation of the personality structures in students during the teacher's personalisation. In Petrovsky A.V. (ed.), *Psikhologiya razvivayushcheysya lichnosti*. Moscow: Prosveshchenie, 1987, pp. 173—191. (In Russ.).

5. Meshkova N.V., Enikolopov S.N. Negative Creativity in Education: Features, Threats and Research Perspectives. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie = Psychological Science and Education*, 2017. Vol. 22, no. 5, pp. 67–76. DOI:10.17759/pse.2017220508. (In Russ.).

6. 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. 77–87. DOI:10.17759/psyedu.2018100207. (In Russ.).

7. Meshkova N.V. [et al.]. 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.).

8. Meshkova N.V., Enikolopov S.N. Creativity and Deviance: Communication and Interaction. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 2018. Vol. 15, no. 2, pp. 279–290. DOI: 10.17323/1813-8918-2018-2-279-290. . (In Russ.).

9. Meshkova N.V.[et al.]. Personal features and malevolent creativity on the example of cadets and policemen [Elektronnyi resurs]. *Psikhologiya i pravo = Psychology and Law*, 2018. Vol. 8, no. 3, pp. 83–96. DOI:10.17759/psylaw.2018080306. (In Russ.).

10. Meshkova N.V. [et al.]. Adaptation of the Malevolent Creativity Behavior Scale. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie = Psychological Science and Education*, 2018. Vol. 23, no. 6, pp. 25–40. DOI:10.17759/pse.2018230603. (In Russ.).

11. Meshkova N.V. [et al.]. Age and Gender Characteristics of Personality Predictors for Antisocial Creativity. *Psychology. Journal of Higher School of Economics*, 2020. Vol. 17, no. 1, pp. 60–72. DOI:10.17323/1813-8918-2020-1-60-72. (In Russ.).

12. Stefanenko E.A., Ivanova E.M., Enikolopov S.N. The Russian Adaptation of the PhoPhiKat Questionnaire of Gelotophobia, Gelotophilia and Katagelasticism in Adolescents. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie = Psychological Science and Education*, 2016. Vol. 21, no. 4, pp. 61–74. DOI:10.17759/pse.2016210407. (In Russ.).

13. Amabile T.A., Pratt M.G. The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. In Brief A. (eds.), *Research in organizational behavior*. Amsterdam, NL: Elsevier, 2016. Vol. 36, pp. 157–183. DOI:10.1016/j.riob.2016.10.001.

14. Baas M. [et al.]. Why Social Threat Motivates Malevolent Creativity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2019. Vol. 45(11), pp. 1590–1602 DOI:10.1177/014616721983855

15. Baer M. [et al.]. Win or lose the battle for creativity: The power and perils of intergroup competition. *Academy of Management Journal*. 2010. Vol. 53(4), pp. 827–845.

16. Bandura A. Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991. Vol. 50, pp. 248–287.

17. Choma B.L. [et al.]. Political liberalism and political conservatism: Functionally independent? *Personality and Individual Differences*, 2012. Vol. 53, pp. 431–436.

18. Cropley D. H [et al.]. Summary: Creativity and ethics – Two Golden Eggs. In Moran S. (eds.), *The Ethics of Creativity*. Chapter 18. Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan Ltd., 2014, pp. 299–307.

19. Cropley D.H. [et al.]. Person perceptions of malevolent creativity: The good, the bad, and the ambiguous. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2014. Vol. 8(4), pp. 1–20.

20. Cropley D. H., Cropley A.J. Malevolent Creativity: Past, Present and Future. In Kaufman J.C. (eds.), *Cambridge Handbook of Creativity*. Chapter 32. New York, NY: Cambridge University Press/Keith. 2019, pp. 677–690. Pre-publication Version (In press.)
21. Dumas D.G., Strickland A.L. From Book to Bludgeon: A Closer Look at Unsolicited Malevolent Responses on The Alternate Uses Task. *Creativity Research Journal*, 2018. Vol. 30:4, pp. 439–450. DOI:10.1080/10400419.2018.1535790.
22. Faßbauer G. Linking deviation with innovation: behavioral effects of management control through the lens of a theory of deviance. *Journal of Management Control*, 2018. Vol. 29, pp. 275–293. DOI:10.1007/s00187-018-00271-8.
23. Gutworth M.B. The dark side to creativity: testing an intervention to deter deviance. A Thesis in Psychology for the Degree of Master of Science. 2014. URL: https://etda.libraries.psu.edu/files/final_submissions/9871 (Accessed 15.03.2020)
24. Gutworth M.B., Cushenbery L., Hunter S.T. Creativity for Deliberate Harm: Malevolent Creativity and Social Information Processing Theory. *The Journal of Creative Behavior*, 2016. Vol. 52. Iss. 4, pp. 305–322. DOI:10.1002/jocb.155.
25. Hannam K., Narayan A. Intrinsic Motivation, Organizational Justice, and Creativity. *Creativity Research Journal*, 2015. Vol. 27:2, pp. 214–224. DOI:10.1080/10400419.2015.1030307.
26. Hao [et al.]. 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.
27. Hao N. [et al.]. Approach motivational orientation enhances malevolent creativity. *Acta Psychologica*, 2020. Vol. 203, pp.102985. DOI:10.1016/j.actpsy.2019.102985.
28. Harris D.J., Reiter-Palmon R., Kaufman J.C. The effect of emotional intelligence and task type on malevolent creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2013. Vol. 7, pp. 237–244. DOI:10.1037/a0032139.
29. Harris D.J. [et al.]. Construction or Demolition: Does Problem Construction Influence the Ethicality of Creativity? In Moran S. (eds.), *The Ethics of Creativity*. Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan Ltd., 2014, pp.170–186. https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137333544_13 (Accessed 10.05.2020).
30. Harris D.J. The influence of problem construction, implicit aggression, and task valence on malevolent creativity. Degree Master Thesis. ProQuest LLC. 2013. 90 p.
31. James K., Drown D. Whether “Malevolent” or “Negative,” Creativity Is Relevant to Terrorism Prevention: Lessons From 9/11 and Hazardous Material Trucking. *Creativity Research Journal*, 2008. Vol. 20:2, pp. 120–127. DOI:10.1080/10400410802059648.
32. Jordan J., Sivanathan N., Galinsky A.D. Something to lose and nothing to gain the role of stress in the interactive effect of power and stability on risk taking. *Administrative Science Quarterly*, 2011. Vol. 56(4), pp. 530–558.
33. Kapoor H., Khan A. Creativity in Context: Presses and Task Effects in Negative Creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. Advance online publication, 2018. June 7. DOI:10.1037/aca0000183.
34. Kilduff G. [et al.]. Whatever it takes to win: Rivalry increases unethical behavior. *Academy of Management Journal*, 2016. Vol. 59(5), pp. 1508–1534.
35. King L., Gurland S.T. Creativity and experience of a creative task: Person and environment effects. *Journal of Research in Personality*, 2007. Vol. 41, pp. 1252–1259. DOI:10.1016/j.jrp.2007.01.005.
36. Lee S., Dow G. Malevolent creativity: Does personality influence malicious divergent thinking? *Creativity Research Journal*, 2011. Vol. 23, pp. 73–82.

37. Lin B. [et al.]. Leaders' responses to creative deviance: Differential effects on subsequent creative deviance and creative performance. *The Leadership Quarterly*, 2016. Vol. 27, pp. 537–556. DOI:10.1016/j.leaqua.2015.09.001 1048-9843.
38. Liu D. [et al.]. Motivational mechanisms of employee creativity: A meta-analytic examination and theoretical extension of the creativity literature. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2016. Vol. 137, pp. 236–263. DOI:10.1016/j.obhdp.2016.08.001.
39. Logan M.K., Ligon G.S., Derrick D.C. Measuring Tactical Innovation in Terrorist Attacks. *The Journal of Creative Behavior*, 2019, pp. 1–14. DOI:10.1002/jocb.420.
40. Mainemelis C. Stealing fire: Creative deviance in the evolution of new ideas. *Academy of Management Review*, 2010. Vol. 35, pp. 558–578. DOI:10.5465/amr.35.4.zok558.
41. McBain R.M.J., Cropley D.H., Kavanagh P.S. The Devil made me do it: Press and personality in malevolent creativity. *The International Journal of Creativity & Problem Solving*, 2017. Vol. 27, pp. 21–44.
42. Mumford M.D. [et al.]. Creativity and Ethics: The Relationship of Creative and Ethical Problem-Solving. *Creat Res J.*, 2010 February 1. Vol. 22(1), pp. 74–89. DOI:10.1080/10400410903579619.
43. Nouri R. [et al.]. Social context: Key to understanding culture's effects on creativity. *Journal of Organizational Behavior*, 2015. Vol. 36, pp. 899–918. DOI:10.1002/job.1923.
44. Proyer R.T., Wellenzohn S., Ruch W. Character and Dealing With Laughter: The Relation of Self- and Peer-Reported Strengths of Character With Gelotophobia, Gelotophilia, and Katagelasticism. *The Journal of Psychology: Interdisciplinary and Applied*, 2014. Vol. 148:1, pp. 113–132. DOI:10.1080/00223980.2012.752336.
45. Purc E., Laguna M. Personal Values and Innovative Behavior of Employees. *Front. Psychol.*, 2019. Vol. 10, pp. 865. DOI:10.3389/fpsyg.2019.00865.
46. Reiter-Palmon R. Are the outcomes of creativity always positive? *Creativity: Theories-Research-Application*, 2018, no. 5, pp. 177–181.
47. Runco M., Beghetto R.A. Primary and secondary creativity. *Current Opinion in Behavioral Sciences*, 2019. Vol. 27, pp. 7–10. DOI:10.1016/j.cobeha.2018.08.011.
48. Runco M.A., Acar S., Cayirdag N. Further Evidence that Creativity and Innovation are Inhibited by Conservative Thinking: Analyses of the 2016 Presidential Election. *Creativity Research Journal*, 2017. Vol. 29:3, pp. 331–336. DOI:10.1080/10400419.2017.1360069.
49. Sears G. [et al.]. When and why are proactive employees more creative? Investigations of relational and motivational mechanisms and contextual contingencies in the east and west. *J. Appl. Soc. Psychol.*, 2018. Vol. 48, pp. 593–607. DOI:10.1111/jasp.12550.
50. Shukla J., Kark R. Now You Do It, Now You Don't: The Mixed Blessing of Creative Deviance as a Prosocial Behavior. *Front. Psychol.*, 2020. Vol. 11, pp. 313. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.00313.
51. Spreitzer G.M., Sonenshein S. Definition of positive deviance. *American behavioral scientist*, 2004. Vol. 47, no. 6, pp. 828–847. DOI:10.1177/0002764203260212.
52. Tacher E., Readdick C. The relation between aggression and creativity among second graders. *Creativity Research Journal*, 2006. Vol. 18, pp. 261–267.
53. Tanggaard L. The sociomateriality of creativity in everyday life. *Culture Psychology*, 2013. Vol. 19, pp. 20. DOI:10.1177/1354067X12464987.
54. Thorisdottir H. [et al.]. Psychological needs and values underlying left-right political orientation: Cross-national evidence from eastern and western Europe. *Public Opinion Quarterly*, 2007. Vol. 71, pp. 175–203.
55. Tirri K. The Hacker Ethic for Gifted Scientists. In Moran S (eds.), *The Ethics of Creativity*. Basingstoke, UK: Palgrave MacMillan Ltd., 2014, pp. 221–231.

56. Tse H., To M., Chiu W. When and why does transformational leadership influence employee creativity? The roles of personal control and creative personality. *Hum Resour Manage*, 2018. Vol. 57, pp. 145–157. DOI:10.1002/hrm.21855.
57. Wolhendler B. Creativity, Delinquency, and Production of Unsolicited Violent Content in Drawings Doctor of Philosophy in Psychology Diss. ProQuest LLC, 2015. <https://pqdtopen.proquest.com/doc/1712393470.html?FMT=AI> (Accessed 15.02.2020)
58. Yip J.A. [et al.]. Trash-talking: Competitive incivility motivates rivalry, performance, and unethical behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2018. Vol. 144, pp. 125–144. DOI:10.1016/j.obhdp.2017.06.002.
59. Yong K. [et al.]. Conflict and Creativity in Interdisciplinary Teams. *Small Group Research*, 2014. Vol. 45(3), pp. 266–289. DOI:10.1177/1046496414530789.
60. Zheng X. [et al.]. Will Creative Employees Always Make Trouble? Investigating the Roles of Moral Identity and Moral Disengagement. *J. Bus. Ethics.*, 2019. Vol. 157, pp. 653–672. DOI:10.1007/s10551-017-3683-3.
61. Zysberg L., Schenk T. Creativity, Religiosity, and Political Attitudes. *Creativity Research Journal*, 2013. Vol. 25:2, pp. 228–231. DOI:10.1080/10400419.2013.783761.

Информация об авторах

Мешкова Наталья Владимировна, кандидат психологических наук, доцент кафедры теоретических основ социальной психологии факультета социальной психологии, Московский государственный психолого-педагогический университет (ФГБОУ ВО МГППУ), г. Москва, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3965-9382>, e-mail: nmeshkova@yandex.ru

Ениколопов Сергей Николаевич, кандидат психологических наук, доцент, заведующий отделом клинической психологии, Научный центр психического здоровья (ФГБНУ НЦПЗ), г. Москва, Российская Федерация. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7899-424X>, e-mail: enikolopov@mail.ru

Information about the authors

Natalya V. Meshkova, PhD in Psychology, Associate Professor at the Chair of Theoretical Foundations of Social Psychology, Faculty of Social Psychology, Moscow State University of Psychology & Education, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3965-9382>, e-mail: nmeshkova@yandex.ru

Sergey N. Enikolopov, PhD (Psychology), Associate Professor, Head of the Clinical Psychology Department, Mental Health Research Centre, Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7899-424X>, e-mail: enikolopov@mail.ru

Получена 01.06.2020

Received 01.06.2020

Принята в печать 24.07.2020

Accepted 24.07.2020