

УДК: 316.624-026.15]:159.923.3(045)

**Сафін Олександр Джамільович,**  
доктор психологічних наук, професор,  
завідувач кафедри психології,  
Уманський державний педагогічний  
університет імені Павла Тичини,  
м. Умань, Україна  
ORCID ID: 0000-0001-5745-8635  
245440ss@gmail.com

**Тептюк Юлія Олександрівна,**  
кандидатка психологічних наук,  
викладач кафедри психології,  
Уманський державний педагогічний  
університет імені Павла Тичини,  
м. Умань, Україна  
ORCID ID: 0000-0002-2918-112X  
yuliia.teptiuk@gmail.com

## КЛЮЧОВІ ХАРАКТЕРИСТИКИ НЕГАТИВНОЇ КРЕАТИВНОСТІ ОСОБИСТОСТІ, ЩО ВИЯВЛЯЮТЬСЯ У ЇЇ ДЕВІАНТНІЙ ПОВЕДІНЦІ

Стаття спрямована на прояснення внеску моральної ідентичності та макіавеллізму як предикторів негативної креативності – розв'язання легітимного завдання, внаслідок чого завдається ненавмисна шкода іншим. Для запобігання такому впливу на оточуючих важливо зрозуміти, які особистісні характеристики є предикторами поведінкових проявів негативної креативності. З'ясовано, що ключовими характеристиками профілю негативної креативності дорослих є макіавеллізм і низькі значення моральної ідентичності. Згідно з результатами, здатність контролювати власні імпульси та інтеріоризація моральних якостей, розвинені на середньому рівні, а також високий макіавеллізм і середня здатність самоконтролю є предикторами негативної креативності та компонентами ризику. У разі негативної креативності важливо брати до уваги не низький рівень розвитку позитивних характеристик (сумлінність і моральна ідентичність), а їхні середні значення.

**Ключові слова:** моральна ідентичність; макіавеллізм; негативна креативність; особистісні характеристики; поведінкові прояви.

**Safin Oleksandr,**  
PhD of Psychological,  
Professor Head of the Department of Psychology,  
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,  
Uman, Ukraine  
ORCID ID: 0000-0001-5745-8635  
245440ss@gmail.com

**Teptiuk Yuliia,**  
PhD of Psychological,  
Lecturer at the Department of Psychology,  
Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University,  
Uman, Ukraine  
ORCID ID: 0000-0002-2918-112X  
yuliia.teptiuk@gmail.com

## KEY CHARACTERISTICS OF NEGATIVE CREATIVITY OF A PERSONALITY, WHICH ARE MANIFESTED IN HIS/HER DEVIANT BEHAVIOUR

*The article aims to clarify the contribution of moral identity and Machiavellianism as predictors of negative creativity - solving a legitimate problem that results in unintended harm to others. To prevent such an impact on others, it is important to understand which personal characteristics are predictors of behavioural manifestations of negative creativity. It is found that the key characteristics of the profile of negative creativity of adults are Machiavellianism and low values of moral identity. According to the results, the ability to control one's own impulses and the internalisation of moral qualities, developed at an average level, as well as high Machiavellianism and average self-control are predictors of negative creativity and risk components. In the case of negative creativity, it is important to take into account not the low level of development of positive characteristics (conscientiousness and moral identity), but their average values.*

*Predictors of negative creativity, which manifests itself in deviant behaviour (lying and cruel jokes), are Machiavellianism and moral identity. The profile of negative creativity includes the following constellations: average values of moral identity combined with average values of conscientiousness and high Machiavellianism with average values of conscientiousness. The identified combinations mean that the ability to control one's own impulses and internalisation of moral qualities developed at the average level, as well as high Machiavellianism and average self-control are components of risk when a person who has them does not realise that his or her lies and evil jokes can harm others, because his or her own impulses and tasks are in the first place.*

**Keywords:** *moral identity; Machiavellianism; negative creativity; personal characteristics; behavioural manifestations.*

Проблема використання творчого мислення, коли побічним продуктом креативного процесу стає нанесення ненавмисної шкоди іншим людям або об'єктам, залишається маловивченою [3; 6]. У цьому випадку йдеться про негативну креативність, під якою розуміється розв'язання легітимного завдання, результатом чого є ненавмисне завдання шкоди іншим людям. Негативна креативність може проявлятися у девіантній і делінквентній поведінці (наприклад, у корупції). Для діагностики негативної креативності використовують завдання у вигляді соціальних ситуацій із реального життя – Real Word Divergent Task (RWDT) і тести на дивергентне мислення із завданнями придумати оригінальне використання звичайних предметів [9]. Однак усі вони задумані для діагностики мислення і за отриманими результатами не можна робити висновки про реальну поведінку респондентів.

Н. Кароор і А. Khan вивчали негативну креативність у межах інтеракціоністського підходу, згідно з яким креативна поведінка є продуктом взаємодії особистісних характеристик, когнітивних стилів, намірів і ситуаційних змінних – контексту і типу завдання; але й у цьому разі під негативною креативною поведінкою розглядали продукування негативних ідей. Заслугою цих авторів є те, що вони показали негативну кореляцію негативних ідей, що виявляються тестами дивергентного мислення, із сумлінністю і позитивну – із психопатією [10].

Сьогодні дослідники доходять висновку, що залишається не з'ясованим, які компоненти креативного потенціалу, що призводять до породження негативних ідей, призводять до нанесення шкоди, а зв'язок продукування ідей і поведінки залишається ще маловивченим [3]. Розглядаючи компоненти креативного потенціалу, важливо встановити особистісні характеристики негативної креативності.

Мета статті – обґрунтування моральної ідентичності, макіавелізму та сумлінності як предикторів негативної креативності особистості.

Стосовно уточнення профілю негативної креативності у дорослих респондентів видається важливим проаналізувати шкали опитувальника антисоціальної креативності «Брехня» і «Злі жарти» на предмет кореляції із моральною ідентичністю, як такі, що мають потенціал не лише антисоціальної креативності, що реалізується у ситуаціях помсти, а й негативної, що реалізується у просоціальних ситуаціях. Хоча низка авторів не знайшли зв'язку між негативною креативністю та макіавелізмом [7; 8], видається важливим

проаналізувати його на поведінці у вигляді брехні та злих жартів. Оскільки було показано, що молоді люди із високими значеннями макіавелізму володіють таким комплексом характеристик, як незначущість для них моральних якостей; прагнення до задоволення власних інтересів на шкоду інтересам інших, слабкий контроль власних імпульсів, вони швидко дратуються та зляться, зіштовхуючись із ситуаціями, які не вписуються в їхні стереотипи; проте розвинене категоричне мислення сприяє ухваленню швидких рішень та миттєвим рішучим діям, при цьому з орієнтацією на уникнення невдач, тобто для них первинними є особисті інтереси і, ігноруючи інтереси інших, вони можуть ненавмисно завдавати їм шкоду за допомогою брехні і злих жартів.

Грунтуючись на думці про те, що феномен креативності не слід розглядати поза межами моральності, моралі та конвенційності [11; 12], хоча внесок моралі у креативність є неоднозначним [14], можна припустити, що існує зворотний зв'язок між моральною ідентичністю та негативною креативністю, при цьому рівень моральної ідентичності може робити неоднозначний внесок у комплекс предикторів. Крім того, згідно із соціокогнітивною моделлю, запропонованою А. Бандурою, моральна ідентичність регулює соціальну поведінку особистості [2]. З огляду на результати щодо відмінностей вибірок студентів за рисою «Співпраця» (значущо вища у вибірці студентів) можна сформулювати таку гіпотезу: ключовими характеристиками профілю негативної креативності дорослих є макіавелізм і низькі значення моральної ідентичності.

Мета дослідження полягала у виявленні ролі компонентів моральної ідентичності та макіавелізму у негативній креативності. Вибірку склали студенти у кількості 177 осіб, середній вік – 20 років. Під час дослідження використовувалися такі опитувальники: шкала макіавелізму особистості «Мак-IV» (адаптація В.Знакова), «NEO-FFI» – скорочений варіант опитувальника «NEO PI-R» П.Коста і Р.Макрає [4] (адаптація В.Орла, І.Сенгіна). Для діагностики негативної креативності використовувалися шкали «Брехня» і «Злі жарті» опитувальника «Поведінкові особливості антисоціальної креативності» (адаптація Н.Мешкової та ін., в оригіналі – опитувальник «The Malevolent Creativity Behavior Scale» (Hao et al., [5])). Негативна креативність оцінювалася за сумою відповідей на 6 запитань про частоту зустрічальності (від 0 – ніколи, до 4 – постійно) у респондента того чи іншого виду поведінки. Наприклад: «Як часто Ви придумуєте відмовки, щоб виправдати власні вчинки?» («Брехня») і «Як часто Ви намагаєтеся злими жартами помститися іншим?» («Злі жарті») [5]. Відповіді респондентів підсумовувалися і враховувалися як показник негативної креативності.

Також використовувався опитувальник К. Aquino та А. Reed, II (2002) «Moral Identity». Респондентам пропонували уявити, якою має бути людина, що володіє дев'ятьма характеристиками: турботлива, співчутлива, справедлива, доброзичлива, щедра, така, що допомагає, працелюбна, чесна, добра), а потім за 7-бальною шкалою висловити ступінь згоди із твердженнями. Згідно із задумом авторів, опитувальник містить дві шкали: перша стосується ступеня інтерналізації цих якостей респондентом (наскільки вони важливі для респондента, чи хотів би він ними володіти тощо); друга шкала стосується втілення якостей у поведінці. Опитувальник було перекладено українською мовою та перевірено на надійність внутрішньої узгодженості (альфа кронбаха=0,85). Варто зазначити, що під моральною ідентичністю автори опитувальника розуміють ступінь важливості в Я-концепції володіння якостями моральної людини. Будучи частиною соціальної ідентичності, моральна ідентичність може активуватися під впливом контексту і ситуації, а також індивідуальних відмінностей. Чим важливішими є якості моральної людини для респондента, тим сильнішим є їхній зв'язок із моральними переконаннями та моральними діями. Оригінальна англійська версія показала високу надійність і валідність [1].

Статистичне опрацювання проводилося із використанням SPSS Statistics 23.0. На першому етапі опрацювання отриманих результатів здійснювались кореляційний і регресійний аналіз параметрів, отриманих на вибірці студентів. Описові статистики та результати аналізу подано у табл. 1 і 2.

Таблиця 1

**Описові статистики вибірки студентів  
і кореляції параметрів, за Спірменом**

№	Студенти (N=277)	Мін.	Макс.	Сер.	Сер-кв. відх.	1	2	3	4
1	Співпраця	27	56	42,15	5,040	-	-	-	-
2	Сумлінність	28	60	46,44	5,806	,307**	-	-	-
3	Макіавелізм	39	112	70,98	11,662	-,449**	-,340**	-	-
4	Моральна ідентичність	5	36	28,04	4,361	,291**	,204**	-,277**	-
5	Негативна креативність	0	21	7,27	4,421	-,229**	-,344**	,277**	-,033

Примітка: "\*\*\*" - кореляція значуща на рівні  $p < 0,01$ ; Мін. - мінімум; Макс. - максимум; Середн. - середне; Середн-кв. відкл. - середньоквадратичне відхилення.

Було виявлено значущі позитивні кореляції негативної креативності із макіавелізмом і негативні – з рисами Великої п'ятірки «Співпраця» і «Сумлінність» (усі кореляції значущі на рівні  $p < 0,01$ ). При цьому показники моральної ідентичності негативно корелюють із макіавелізмом, і позитивно – із рисами Великої п'ятірки (усі кореляції є значущими на рівні  $p < 0,01$ ).

Покроковий регресійний аналіз засвідчив, що 16% дисперсії значень негативної креативності пояснюються внеском сумлінності та макіавелізму (табл. 2).

Таблиця 2

**Регресійний аналіз: зведення для моделей і коефіцієнти**

Студенти			Нестандартизовані коефіцієнти	Стандартизовані коефіцієнти	t	Значущість	R	R-квadrat	
			B	Стандарт на помилка					Бета
1	(Константа)		20,277	2,000	10,136	,000			
	Сумлінність		-,281	,043	-,368	-,6567	,000	,368	,135
2	(Константа)		13,483	2,974	4,533	,000			
	Сумлінність		-,237	,044	-,311	-,5338	,000		
	Макіавелізм		,067	,022	,178	3,050	,003	,404	,163

На другому етапі опрацювання отриманих результатів вибірку було поділено на 2 підвибірки за рівнем моральної ідентичності: 1 – підвибірка студентів зі значеннями моральної ідентичності, що вищі за середнє значення (N=76); 2 – підвибірка студентів зі значеннями моральної ідентичності, що нижчі за середнє значення (N=101). Було виявлено такі значущі кореляції негативної креативності: у підвибірці 1 – негативні з сумлінністю та моральною ідентичністю; позитивні – із макіавелізмом; у підвибірці 2 – негативні зі співпрацею та сумлінністю, позитивні – із макіавелізмом (табл. 3).

**Таблиця 3**

**Кореляції рис Великої п'ятірки, макіавелізма, моральної ідентичності і негативної креативності, за Спірменом, у підвбірках із різним рівнем моральної ідентичності**

Параметри	Співпраця		Сумлінність		Макіавелізм		Моральна ідентичність	
	1	2	1	2	1	2	1	2
Сумлінність	,286**	,301**	-	-	-	-	-	-
Макіавелізм	-,443**	-,356**	-,356**	-,273**	-	-	-	-
Моральна ідентичність	,282**	,116	,175*	,089	-,206*	-,038	-	-
Негативна креативність	-,119	-,340**	-,303**	-,399**	,213*	,368**	-,288**	,116

Примітка: "\*\*" - кореляція значуща на рівні  $p < 0,01$ ; "\*" - кореляція значуща на рівні  $p < 0,05$ ; 1 - підвбірка студентів зі значеннями моральної ідентичності, що є вищими від середнього ( $N=76$ ); 2 - підвбірка студентів зі значеннями моральної ідентичності, що є нижчими від середнього ( $N=101$ ).

Непараметричні порівняння за критерієм Манна-Уїтні засвідчили, що підвбірки мають значущі відмінності. У підвбірці 1 вищими є значення співпраці та сумлінності і нижчими – макіавелізму (табл. 4).

**Таблиця 4**

**Значущі відмінності підвбірок за Манном–Уїтні і значення середнього ранга**

Значення	Співпраця	Сумлінність	Макіавелізм
Середній ранг 1	161,68	155,39	117,05
Середній ранг 2	122,92	128,14	159,45
U Манна–Уїтні	7025,500	7824,500	6726,500
W Вілкоксона	18806,500	19605,500	14982,500
Z	-3,996	-2,808	-4,376
Асимптотична значущість (двостороння)	,000	,005	,000

Примітка: 1 - підвбірка студентів зі значеннями моральної ідентичності, вищими за середнє значення ( $N=126$ ); 2 - підвбірка студентів зі значеннями моральної ідентичності, нижчими за середнє значення ( $N=151$ ).

Покроковий регресійний аналіз засвідчив, що 15,8 % дисперсії значень негативної креативності у підвбірці 1 пояснюються внеском сумлінності та моральної ідентичності та 24,3 % дисперсії значень негативної креативності у підвбірці 2 пояснюються вкладом сумлінності та макіавелізму (табл. 5).

На третьому етапі опрацювання отриманих результатів вибірку було поділено на 2 підвбірки за значеннями сумлінності: 1 – підвбірка студентів зі значеннями сумлінності, що вищі за середнє значення ( $N=94$ ); 2 – підвбірка студентів зі значеннями сумлінності, що нижчі за середнє значення ( $N=83$ ). Було виявлено такі значущі кореляції негативної креативності: значущо негативні із сумлінністю, співпрацею та значущо позитивні із макіавелізмом у підвбірці 1; значущо негативні – із сумлінністю та значущо позитивні – із макіавелізмом у підвбірці 2 (табл. 6).

**Таблиця 5**

**Регресійний аналіз: зведення для моделей за підвибірками із різним рівнем моральної ідентичності і коефіцієнти**

Студенти / Моделі			Нестандарти-	Стандар-	Значу-	R	R-квад-		
			зовані	тизовані				т	рат
			В	Стан-	Бега				
				дартна					
				помилка					
<b>1</b>	1	(Константа)	17,896	2,899		6,173	,000		
		Сумлінність	-,228	,061	-,318	- 3,749	,000	,318	,101
	2	(Константа)	30,896	5,303		5,826	,000		
		Сумлінність	-,202	,060	-,282	- 3,381	,001		
		Моральна ідентичність	-,451	,156	-,241	- 2,893	,005	,397	,158
<b>2</b>	1	(Константа)	22,275	2,805		7,942	,000		
		Сумлінність	-,327	,061	-,402	- 5,362	,000	,402	,162
	2	(Константа)	9,388	4,203		2,234	,027		
		Сумлінність	-,265	,060	-,326	- 4,402	,000		
		Макіавелізм	,136	,034	,294	3,976	,000	,493	,243

Примітка: 1 - підвибірка студентів зі значеннями моральної ідентичності, вищими за середнє значення (N=76); 2 - підвибірка студентів зі значеннями моральної ідентичності, нижчими за середнє значення (N=101).

**Таблиця 6**

**Кореляції рис Великої п'ятірки, макіавелізма, моральної ідентичності і негативної креативності, за Спірменом, у підвибірках 1 і 2 із різним рівнем сумлінності**

Параметр	Співпраця		Сумлінність		Макіавелізм		Моральна ідентичність	
	1	2	1	2	1	2	1	2
Сумлінність	,182*	,279*	-	-	-	-	-	-
Макіавелізм	-,458**	-,335*	-	-	-	-	-	-
Моральна ідентичність	,320**	,213*	-	-	-,299**	-	-	-
Негативна креативність	-,217**	-	-,229**	-,273*	,225**	,195*	-	-

Примітка: "\*\*" - кореляція значуща на рівні  $p < 0,01$ ; "\*" - кореляція значуща на рівні  $p < 0,05$ ; 1 - підвибірка студентів зі значеннями сумлінності, що перевищують середнє значення (N=94); 2 - підвибірка студентів зі значеннями сумлінності, що нижчі за середнє значення (N=83).

Непараметричні порівняння за критерієм Манна-Уїтні засвідчили, що підвибірки мають значущі відмінності. Підвибірка 1 значущо вирізняється вищими значеннями співпраці та моральної ідентичності, та нижчими – макіавелізмом і негативною креативністю (табл. 7).

**Таблиця 7**

**Значущі відмінності підвбірок, за Манном–Уїтні,  
і значення середнього рангу**

Значення	Співпраця	Макіавелізм	Моральна ідентичність	Негативна креативність
Середний ранг 1	158,35	113,60	154,32	119,49
Середний ранг 2	120,14	166,49	123,56	162,19
U Манна–Уїтні	7054,000	5919,500	7513,000	6741,500
W Вілкоксона	16099,000	16359,500	16558,000	17326,500
Z	-3,960	-5,492	-3,199	-4,427
Асимптотична значущість (2-стороння)	,000	,000	,001	,000

Примітка: 1 – підвбірка студентів зі значеннями сумлінності, вищими за середнє значення (N=94); 2 – підвбірка студентів зі значеннями сумлінності, нижчими за середнє значення (N=83).

Покроковий регресійний аналіз засвідчив, що 10,6 % дисперсії значень негативної креативності у підвбірці 1 пояснюються внеском макіавелізму та сумлінності та 9 % дисперсії значень негативної креативності у підвбірці 2 пояснюються внеском сумлінності (табл. 8).

**Таблиця 8**

**Регресійний аналіз: зведення для моделей  
за підвбірками із різним рівнем сумлінності і коефіцієнти**

Студенти / Моделі			Нестандартизовані коефіцієнти	Стандартна помилка	Стандартні зовні коефіцієнти	Beta	Значущість	R-квадрат
1	(Константа)		,468	1,839		,255	,799	
	Макіавелізм (Константа)		,084	,027	,255	3,134	,002	,255
	Макіавелізм	,076	,027	,228	2,833	,005		
	Сумлінність	-,256	,101	-,205	-	,012	,326	,106
2	(Константа)	23,168	4,095	5,657		,000		
	Сумлінність	-,353	,098	-,300	-	,000	,300	,090

Примітка: 1 – підвбірка студентів зі значеннями сумлінності, вищими за середнє значення (N=94); 2 – підвбірка студентів зі значеннями сумлінності, нижчими за середнє значення (N=83).

Дослідження проводилось з метою уточнення профілю негативної креативності у дорослих і з'ясування ролі, яку відіграють у негативній креативності макіавелізм і моральна ідентичність. Для аналізу результатів за предикторами негативної креативності інтерес фокусувався на таких підвбірках: зі значеннями моральної ідентичності, вищими за середнє і зі значеннями сумлінності, вищими за середнє. Такий добір респондентів був зумовлений використанням опитувальником для діагностики негативної креативності, призначеним для виявлення антисоціальної креативності у поведінці. Можна дійти висновку, що за певних обставин цей опитувальник можна використовувати для дослідження негативної креативності. На користь зробленого вибору свідчать і непараметричні порівняння, що дають змогу зробити такі висновки.

А. Підвбірка, виокремлена за значеннями моральної ідентичності, вищими за середнє, не відрізнялася за рівнем негативної креативності від підвбірки зі значеннями,

нижчими за середнє, але вирізнялася низьким макіавелізмом, і саме у ній було виявлено значущі кореляції негативної креативності із моральною ідентичністю. Негативними предикторами негативної креативності у цій групі стали сумлінність і моральна ідентичність. Виходить, що саме люди із середніми значеннями моральної ідентичності у сукупності із середніми значеннями сумлінності становлять групу ризику і здатні здійснювати креативні рішення, які завдають шкоди іншим, при цьому не замислюючись, що можуть завдати шкоди. Цей факт можна пояснити тим, що середній рівень моральної ідентичності не здатний бути регулятором власних імпульсів і прагнення до задоволення власних інтересів, а індивід не помічає, що відбувається це на шкоду інтересам інших.

Б. Підвибірка, виокремлена за значеннями сумлінності, вищими за середнє значення, вирізнялася від свого «візаві» високими значеннями моральної ідентичності та низькими макіавелізмом і негативною креативністю, при цьому предикторами негативної креативності стали макіавелізм (позитивний предиктор) і сумлінність (негативний предиктор). Іншими словами, середній рівень контролю власних імпульсів може поєднуватися із високим макіавелізмом, при цьому індивід, у прагненні досягти власних інтересів, не замислюється про дотримання інтересів інших.

Таким чином, висунута гіпотеза дослідження підтвердилася: і макіавелізм, і моральна ідентичність були виявлені як предиктори негативної креативності, вимірюваної як поведінкові прояви у вигляді брехні та злих жартів. Особливо зазначимо, що як інструментарій для дослідження негативної креативності було використано методика, що досліджує її поведінкові особливості. До цього дослідження негативна креативність діагностувалася за допомогою соціальних ситуацій і незвичайного використання звичайних предметів [9]. Отримані результати засвідчили, що для певного контингенту досліджуваних з метою виявлення негативної креативності можна використовувати шкали «Брехня» та «Злі жарти» із опитувальника «Поведінкові особливості антисоціальної креативності», якщо брати до уваги відсутність наміру заподіяння шкоди іншим людям. Щодо уточнення профілю негативної креативності, то, згідно із результатами, можна стверджувати, що поєднання середнього рівня моральної ідентичності та сумлінності, а також середнього рівня сумлінності та високого рівня макіавелізму визначають групу ризику, як компоненти, які надають можливість виправдовувати власну брехню та злі жарти задля досягнення власних цілей і виконання поставлених завдань. За констеляції цих елементів людина не вважає для себе неприйнятними брехню і злі жарти і не замислюється над тим, що вони можуть завдати шкоди іншим людям.

Предикторами негативної креативності, що виявляється у девіантній поведінці (у брехні та злих жартах), є макіавелізм і моральна ідентичність. До профілю негативної креативності належать такі констеляції: середні значення моральної ідентичності у поєднанні із середніми значеннями сумлінності та високим макіавелізмом із середніми значеннями сумлінності. Виявлені поєднання означають, що здатність контролювати власні імпульси та інтеріоризація моральних якостей, розвинених на середньому рівні, а також високий макіавелізм і середня здатність до самоконтролю є компонентами ризику, коли людина, яка їх має, не усвідомлює, що її брехня та злі жарти можуть завдати шкоди іншим, бо на першому місці для неї є власні імпульси та завдання.

Поведінкові особливості негативної креативності можна діагностувати за допомогою двох шкал з опитувальника «Поведінкові особливості антисоціальної креативності» (Нао, et al., 2016), адаптованого Н. Мешковою та ін. Результат креативного процесу, що реалізується у брехні та злих жартах, але без наміру завдати шкоди іншим може бути діагностовано у тих людей, які мають середні показники моральної ідентичності та сумлінності, а також середні показники сумлінності та високі показники макіавелізму. У



випадку негативної креативності важливо брати до уваги не низький розвиток позитивних характеристик (сумлінність і моральна ідентичність), а їхні середні значення.

Вивчення негативної креативності надало можливість звернути увагу на середні значення таких позитивних психологічних характеристик, як моральна ідентичність і сумлінність. Раніше вважалося, що саме низькі значення завдають шкоди іншим, що було показано у дослідженнях антисоціальної (такої, що завдає шкоди) креативності. Таким чином, було проаналізовано поведінку, в якій може втілитися негативна креативність, та отримано предиктори такої поведінки: для брехні та злих жартів предикторами стали макіавелізм, моральна ідентичність та риса Великої п'ятірки «Сумлінність».

Надалі можуть бути опрацьовані такі напрями дослідження: статеві та вікові відмінності у предикторах, а також розширення спектра методик для виявлення зв'язку між поведінковими та когнітивними параметрами негативної креативності. У дослідженні розглядалась негативність, що виявляється у поведінці із нанесенням ненавмисної шкоди за допомогою брехні та злих жартів. Можна погодитися із М. Рунко у тому, що процес, який використовується для продукування негативних ідей, сам по собі не є зловмисним і не має ані морального, ані аморального аспекту, це лише пізнавальний процес, який веде до оригінальних результатів [13]. Актуальне завдання полягає саме у тому, щоб звести його негативні наслідки до мінімуму.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Aquina K., Reed II A. The Self-Importance of Moral Identity. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2002. Vol. 83(6). P. 1423–1440. doi:10.1037//0022-3514.83.6.1423
2. Bandura A. Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991. Vol. 50. P. 248–287.
3. Barbot B. et al. Negative ideation in creative problem-solving is task-specific too: Evidences from a sample of incarcerated juveniles. *Thinking Skills and Creativity*. 38 (2020): 100740. doi:https://DOI.org/10.1016/j.tsc.2020.100740
4. McCrae R.R., Costa P.T. Validation of the five – factor model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1987. Vol. 52. P. 81–90.
5. 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
6. James K., Clark K., Cropanzano R. Positive and negative creativity in groups, institutions, and organizations: A model and theoretical extension. *Creativity Research Journal*. 1999. Vol. 12(3). P. 211–226. doi:10.1207/s15326934crj1203\_6
7. Jonason P.K., Richardson E.N., Potter L. Self-reported creative ability and the Dark Triad traits: An exploratory study. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. 2015. Vol. 9(4). P. 488–494. doi:10.1037/aca0000037
8. Kapoor H. The creative side of the Dark Triad. *Creativity Research Journal*. 2015. Vol. 27(1). P. 58–67. doi:10.1080/10400419.2014.961775
9. Kapoor H., Khan A. The measurement of negative creativity: Metrics and relationships. *Creativity Research Journal*. 2016. Vol. 28(4). P. 407–416. doi:10.1080/10400419.2016.1229977
10. Kapoor H., Khan A. Creators and Presses: The Person—Situation Interaction in Negative Creativity. *The Journal of Creative Behavior*. 2020. Vol. 54. P. 75–89. doi:10.1002/jocb.346
11. McLaren R.B. The dark side of creativity. *Creativity Research Journal*. 1993. Vol. 6(1—2). P. 137–144. doi:10.1080/10400419309534472
12. Runco M.A. Creative morality: Intentional and unconventional. *Creativity Research Journal*. 1993. Vol. 6 (1–2). P. 17–28. doi:10.1080/10400419309534463

13. Runco M.A. Hot topic 2. The dark side of creativity: Potential better left unfulfilled / J.A. Plucker (ed.). *Creativity and innovation: Theory, research, and practice*, P. 49–59. Prufrock Press Inc., 2017.
14. Shen W. et al. A Theoretical and Critical Examination on the Relationship between Creativity and Morality. *Curr. Psychol.* 2019. Vol. 38. P. 469–485. doi:10.1007/s12144-017-9613-9

#### REFERENCES

1. Aquina, K., Reed II, A. (2002). The Self-Importance of Moral Identity. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 83 (6), 1423–1440. doi:10.1037//0022-3514.83.6.1423
2. Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self-regulation. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, Vol. 50, 248–287.
3. Barbot, B. et al. (2020). Negative ideation in creative problem-solving is task-specific too: Evidences from a sample of incarcerated juveniles. *Thinking Skills and Creativity*, 38, 100–740. doi:https://DOI.org/10.1016/j.tsc.2020.100740
4. McCrae, R.R., Costa, P.T. (1987). Validation of the five – factor model of personality across instruments and observers. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 52, 81–90.
5. Hao, N., Tang, M., Yang, J., Wang, Q., Runco, M.A. (2016). A New Tool to Measure Malevolent Creativity: The Malevolent Creativity Behavior Scale. *Front. Psychol.* Vol. 7. 682. doi:10.3389/fpsyg.2016.00682
6. James, K., Clark, K., Cropanzano, R. (1999). Positive and negative creativity in groups, institutions, and organizations: A model and theoretical extension. *Creativity Research Journal*. Vol. 12 (3), 211–226. doi:10.1207/s15326934crj1203\_6
7. Jonason, P.K., Richardson, E.N., Potter, L. (2015). Self-reported creative ability and the Dark Triad traits: An exploratory study. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. Vol. 9 (4), 488–494. doi:10.1037/aca0000037
8. Kapoor, H. (2015). The creative side of the Dark Triad. *Creativity Research Journal*. Vol. 27 (1), 58–67. doi:10.1080/10400419.2014.961775
9. Kapoor, H., Khan, A. (2016). The measurement of negative creativity: Metrics and relationships. *Creativity Research Journal*. Vol. 28 (4), 407–416. doi:10.1080/10400419.2016.1229977
10. Kapoor, H., Khan, A. (2020). Creators and Presses: The Person—Situation Interaction in Negative Creativity. *The Journal of Creative Behavio*. Vol. 54, 75–89. doi:10.1002/jocb.346
11. McLaren, R.B. (1993). The dark side of creativity. *Creativity Research Journal*. Vol. 6 (1–2), 137–144. doi:10.1080/10400419309534472
12. Runco, M.A. (1993). Creative morality: Intentional and unconventional. *Creativity Research Journal*. Vol. 6 (1–2), 17–28. doi:10.1080/10400419309534463
13. Runco, M.A. (2017). Hot topic 2. The dark side of creativity: Potential better left unfulfilled / J.A. Plucker (ed.). *Creativity and innovation: Theory, research, and practice*, 49–59.
14. Shen, W. et al. (2019). A Theoretical and Critical Examination on the Relationship between Creativity and Morality. *Curr. Psychol.* Vol. 38, 469–485. doi:10.1007/s12144-017-9613-9

#### **Бібліографічний опис для цитування:**

Сафін О.Д., Тептюк Ю.О. Ключові характеристики негативної креативності особистості, що виявляються у її девіантній поведінці. *Психологічний журнал*. Умань: ВПЦ «Візаві», 2023. Вип. 10. С. 54–63.