



Информация для цитирования:

Бабикова М. Р. Асоциальная креативность сквозь призму экспериментальных исследований / М. Р. Бабикова, К. В. Злоказов, Н. В. Мешкова // Научный диалог. — 2026. — Т. 15, № 3. — С. 169—186. — DOI: 10.24224/2227-1295-2026-15-3-169-186.

Babikova, M. R., Zlokazov, K. V., Meshkova, N. V. (2026). Antisocial Creativity Through Lens of Experimental Research. *Nauchnyi dialog*, 15 (3): 169-186. DOI: 10.24224/2227-1295-2026-15-3-169-186. (In Russ.).



Web of Science™



РИНЦ

Перечень рецензируемых изданий ВАК при Минобрнауки РФ

Асоциальная креативность сквозь призму экспериментальных исследований

Бабикова Марина Рашитовна¹
orcid.org/0000-0003-0814-5936
кандидат филологических наук,
кафедра межкультурной коммуникации,
риторики, русского языка как иностранного,
корреспондирующий автор
mrbabikova@uspu.ru

Злоказов Кирилл Витальевич²
orcid.org/0000-0002-0664-8444
доктор психологических наук, доцент,
научно-исследовательский отдел
zkirvit@yandex.ru

Мешкова Наталья Владимировна³
orcid.org/0000-0003-3965-9382
кандидат психологических наук, доцент,
ведущий научный сотрудник
meshkovanv@yandex.ru

¹ Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург, Россия)

² Санкт-Петербургский университет МВД России (Санкт-Петербург, Россия)

³ Московский государственный психолого-педагогический университет (Москва, Россия)

Благодарности:

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 25-18-00486 «Эффекты влияния асоциальной креативности на формирование информационно-смыслового поля в условиях проблемности социальной ситуации развития современного человека (2025—2027)», <https://rscf.ru/project/25-18-00486>

Antisocial Creativity Through Lens of Experimental Research

Marina R. Babikova¹
orcid.org/0000-0003-0814-5936
PhD in Philology, Department of Intercultural Communication, Rhetoric, Russian Language as a foreign,
correspondent author
mrbabikova@uspu.ru

Kirill V. Zlokazov²
orcid.org/0000-0002-0664-8444
Doctor of Psychology, Associate Professor, Research Department
zkirvit@yandex.ru

Natalia V. Meshkova³
orcid.org/0000-0003-3965-9382
PhD in Psychology, Associate Professor, leading research scientist
meshkovanv@yandex.ru

¹ Ural State Pedagogical University (Yekaterinburg, Russia)

² St. Petersburg University of the Ministry of Internal Affairs of Russia (Saint Petersburg, Russia)

³ Moscow State Psychological and Pedagogical University (Moscow, Russia)

Acknowledgments:

The study is supported by Russian Science Foundation, project number 25-18-00486 “The effects of the influence of antisocial creativity on the formation of the information and semantic field in the problematic social situation of modern human development (2025—2027)”, <https://rscf.ru/project/25-18-00486>

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Рассматривается феномен асоциальной креативности как специфической формы творческого самовыражения, противоречащей социальным и моральным нормам. Асоциальная креативность может проявляться в разнообразных формах — от граффити и вандализма до сленга, рэпа и цифровых мемов, — которые способны оказывать влияние на восприятие реальности и формирование социальных норм. Основное внимание уделяется исследованию несанкционированных граффити как одной из наиболее ярких форм репрезентации данного явления. Цель исследования — классификация тематической интерпретации граффити с помощью психолингвистического метода свободного ассоциативного эксперимента. В качестве материалов были использованы фотоизображения граффити. В результате анализа выделены ключевые характеристики восприятия вандальных граффити и представлена тематическая классификация, концептуализирующая исследуемую форму асоциальной креативности.

Показано, что ассоциативное поле граффити выявляет преобладание у респондентов негативных оценок, эмоциональных реакций, элементов самовыражения или протеста. Тематическая классификация включает правовые (правонарушения, наказания), культурно-эстетические (искусство, креативность), социальные (подростковая субкультура, протест), психологические (эмоции, агрессия) и экономические (ущерб, ремонт) аспекты.

Ключевые слова:

асоциальная креативность; граффити; вандализм; свободный ассоциативный эксперимент.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

This paper examines the phenomenon of anti-social creativity as a distinctive mode of self-expression that challenges established social and moral norms. Antisocial creativity manifests in a wide range of forms — from graffiti and vandalism to slang, rap, and digital memes — each capable of shaping perceptions of reality and influencing the evolution of social norms. The study focuses primarily on unauthorized graffiti as a salient and illustrative form of this phenomenon. The research aims to classify the thematic interpretations of graffiti through a psycholinguistic free association experiment. Photographic images of graffiti served as the primary research material. The analysis identifies key characteristics in the perception of vandalistic graffiti and proposes a thematic classification that conceptualizes this form of antisocial creativity. The findings demonstrate that the associative field surrounding graffiti is dominated by respondents' negative evaluations, emotional responses, and expressions of individuality or protest. The thematic classification encompasses legal aspects (offenses, penalties), cultural-aesthetic dimensions (art, creativity), social contexts (youth subculture, protest), psychological factors (emotions, aggression), and economic considerations (damage, repair costs).

Key words:

antisocial creativity; graffiti; vandalism; free association experiment.



Асоциальная креативность сквозь призму экспериментальных исследований

© Бабикова М. Р., Злоказов К. В., Мешкова Н. В., 2026

1. Введение = Introduction

Креативность — это фундаментальная способность человека генерировать новые идеи, решать проблемы нестандартно и преобразовывать окружающий мир. Она пронизывает все сферы жизни: от искусства и науки до повседневного общения. Креативность, противоречащая социальным и моральным нормам, проявляющаяся через различные формы творческого протеста и самовыражения, может рассматриваться как асоциальная креативность.

Так, например, асоциальная креативность находит отражение в таких культурных практиках, как граффити, специфический сленг, рэп-культура и цифровые мемы. Перечисленные формы создаются при активном творческом использовании языка, где слова, метафоры, ритмы и структуры становятся инструментами для выражения мыслей, эмоций и культурных ценностей. С их помощью возможно не только общение, но и формирование информационно-смыслового поля личности.

Объектом настоящего исследования выступают несанкционированные граффити, которые классифицируются как форма графического вандализма [Коробицына и др., 2025]. Такие повреждения наносят ущерб городской среде, участвуют в формировании картины мира горожан, оказывая влияние на эмоциональное состояние, настроение, определяя поступки и поведение жителей города. В исследованиях Н. В. Мешковой и С. Н. Ениколопова графический вандализм рассматривается как «антисоциально направленная креативность» [Мешкова и др., 2018, с. 280], а его интерпретация восходит к области исследований асоциальной креативности.

Понятие асоциальной креативности, введенное Д. Крупли с коллегами [Cropley et al., 2008], получило значительную разработку в последнее десятилетие [Zhou et al., 2023]. Несмотря на продолжение исследований «темной» креативности [McLaren, 1993] и изучение негативной креативности [Karoo et al., 2016], востребованность концепта асоциальной креативности не снижается, напротив, предметом изучения становится асоциальная



креативность в цифровой среде [Liu et al., 2024]. Исследования асоциальной креативности ведутся в двух основных направлениях: анализ внутренних психологических механизмов и внешних обуславливающих факторов.

Анализ психологического механизма асоциальной креативности показывает, что она тесно связана с рядом личностных черт: с самоуверенностью и макиавеллизмом [Szabó, 2022], склонностью к аморальности [Zhao et al., 2022], низкой приверженностью авторитетам [Kapoor et al., 2022], антагонистичностью и агрессивностью [Perchtold-Stefan, 2021]. В свою очередь, предпосылки к проявлению асоциальной креативности обнаруживаются в отношениях личности с социальным окружением. В частности, М. Гутворт с соавторами установила, что одобрение со стороны руководителей или коллег стимулировало асоциальную креативность даже в ситуациях запрета на ее выражение [Gutworth et al., 2018]. М. Баас с соавторами, изучая реакцию личности на различные социальные угрозы, приходят к выводу о стимуляции асоциальной креативности в целях уклонения или противодействия им [Baas, 2019]. Можно заключить, что специфика асоциальной креативности образуется за счет слияния психологической предрасположенности и социальных обстоятельств, подталкивающих к ее осуществлению. Таким образом, асоциальная креативность представляет собой форму творческого самовыражения, выходящую за рамки социальных норм, нацеленную на причинение вреда и часто выражающую протестные настроения.

Изучение того, как интерпретируется асоциальная креативность и каково отношение личности к этому явлению, еще не получило достаточного распространения. Поэтому интерес вызывают работы, посвященные оценке вандализма как выражения антисоциальной креативности [Tang, 2025], анализу влияния моральных норм на восприятие граффити [Mitchell et al., 2023], а также тому, как их оценивает городская молодежь [Zlokazov et al., 2021]. Следует отметить, что исследование различных аспектов асоциальной креативности с точки зрения психолингвистических подходов ранее не проводилось, в чем и заключается новизна и актуальность данного исследования.

Процесс осмысления информации, транслируемой граффити, носит вариативный характер, так как каждая личность формирует собственное отношение к представленным явлениям. Эта информация, как и любая другая, трансформирует информационно-смысловое поле, создавая эмоциональное напряжение и вызывая определенную реакцию адресата, проявляемую через формирование новых мотивов, целей и поведенческих моделей.

Исследование аспектов преломления элементов асоциальной креативности проводилось с помощью психолингвистического метода — свобод-

ного ассоциативного эксперимента (далее — САЭ). Этот подход позволил изучить, как происходит восприятие и обработка асоциального дискурса в современном урбанистическом пространстве.

2. Материал, методы, обзор = **Material, Methods, Review**

Представленное исследование опирается на теорию асоциальной креативности, элементами которой может быть графический вандализм [Мешкова и др., 2017, 2018]; работы, посвященные применению экспериментальных методов изучения городского пространства как культурного текста [Гридина и др., 2022а, 2022b, 2022с; Новиков и др., 2011].

Для достижения поставленной цели применялся метод САЭ, позволивший раскрыть способы восприятия и обработки асоциального дискурса.

Испытуемым были предложены фотоизображения несанкционированных граффити, на которые они должны были в течение пяти секунд привести первые приходящие им в голову ассоциации. Временное ограничение позволило минимизировать обдумывание вербально-визуальных компонентов стимулов, что гарантировало выявление наиболее типичных реакций на каждый из них.

Цель исследования заключается в выявлении и классификации направлений тематической интерпретации граффити как феномена асоциальной креативности в сознании современных носителей языка.

Материалом исследования послужили 5 фотографий несанкционированных граффити.

Выборка состояла из 300 респондентов — юношей и девушек в возрасте от 18 до 25 лет. Социальный статус не учитывался.

Проведенный эксперимент носил поисковый характер и был реализован на относительно ограниченном объеме стимульного материала. Полученные результаты в дальнейшем целесообразно уточнить при привлечении большего объема визуальных единиц. В качестве перспективы исследования также следует рассматривать применение направленного ассоциативного эксперимента с введением ограничений на реакции с тем, чтобы проанализировать осмысление не факта графического повреждения, а содержания таких изменений городской среды.

3. Результаты и обсуждение = **Results and Discussion**

Предполагалось, что в зоне ядра и ближней периферии ассоциативного поля представленных в качестве стимулов граффити будут в большей степени отражены реакции, констатирующие факт графического вандализма или транслирующие отношение респондента к граффити низкого качества. Реакции, отражающие индивидуальное преломление смысла граффити,

будут представлены в зоне дальней периферии или сосредоточатся в зоне крайней периферии.

Представим полученные результаты (ассоциативные поля и доминанты оценочного восприятия граффити) на примере нескольких наиболее ярких стимулов, иллюстрирующих различные формы проявления асоциальной креативности в пределах городского пространства.

На первом изображении представлено типичное для городской среды «завандаленное» пространство — дверь, покрытая надписями со сложно считываемым смыслом, надписями, похожими на тегирование (подписи различных уличных художников).



Рис. 1. Граффити «Дверь с подписями уличных художников»

Количественная обработка полученных реакций позволяет следующим образом представить ядерные и периферийные зоны.

ЯДРО ПОЛЯ состоит из двух доминирующих ассоциаций: *вандализм* (86 упоминаний) и *граффити* (40 упоминаний). Это свидетельствует о том, что изображение воспринимается прежде всего как акт вандализма, выраженный через граффити, что подчеркивает его разрушительный и антисоциальный характер. Частотная реакция *вандализм* отражает негативную оценку порчи общественного пространства, а *граффити* — конкретный метод, часто ассоциируемый с молодежью или хулиганами. Ядерные реакции ориентированы на стереотипное представление о граффити как акте бессмысленного разрушения, в отличие от более личных ассоциаций в других зонах ассоциативного поля.

ЗОНА БЛИЖНЕЙ ПЕРИФЕРИИ включает ассоциации с частотами от 25 до 7, общим числом более 100 реакций. Ключевые темы:

Социальные и поведенческие характеристики: грязь (25), хулиганство (21), некрасиво (13), порча (11), подростки (10), невоспитанность (10), порча имущества (8), неуважение (8), глупость (8), уродство (7). Реакции респондентов транслируют осуждение продемонстрированных на рисунке 1 действий, ассоциируют их с «грязным» и «аморальным» актом, связанным с хулиганством и отсутствием воспитания.

Материальные и пространственные аспекты: дверь (14), подъезд (7), заброшенное здание (6). Такие реакции демонстрируют ассоциирование изображения с урбанистической средой и порчей имущества, акцент делается на объектах (дверь, подъезд) и материалах (краски).

Оценки и эмоции: ужас (9), страх (6), отвращение (6). Полученные реакции, отражающие широкий спектр негативных эмоций (от ужаса до скуки), свидетельствуют об эмоциональной окраске осуждения.

Общая частота реакций, входящих в зону ядра и ближней периферии, демонстрирует фокус внимания респондентов на антисоциальном поведении, его визуальных и эмоциональных последствиях в общественных пространствах.

ЗОНА ДАЛЬНЕЙ ПЕРИФЕРИИ: сюда отнесены ассоциации с частотой от 5 и ниже, около 50 реакций. Они расширяют ассоциативное поле:

Оценки и эмоции: преступление (5), правонарушение (4), безобразие (3), кошмар (3), аморально (3), глупо (3), хулиганы (3), наказание (3), позор (2), обиденность (2), печаль (2), ужасно (2), отвратительно (2), бессмысленно (2), бред (2). Ассоциаты демонстрируют усиление негативной оценки: от позора до обиденности разрушения.

Социальные и поведенческие характеристики: хаос (4), бедность (4), стыд (3), скука (3), общество (2), хамство (2), безразличие (2), безнаказанность (2), старость (2), неформалы (2), быдло (2), бессовестность (2), вандалы (2), хулиганы (2), ребячество (2), баловство (2). Фокус внимания респондентов сосредоточен на социальных нормах, безнаказанности и стереотипах (неформалы, быдло).

Материальные и пространственные аспекты: заброшенность (5), грязно (4), краски (5), цвет (3), крыша (2), улица (2), вход (2), магазин (2), баллончик (2), каракули (2), теги (2), мусор (2), имущество (2), разруха (2), неухоженность (2), заброшенный (2), гетто (2). Ассоциации связаны с урбанистическими деталями и методами / формами нанесения граффити (баллончик, теги).

Другие оттенки восприятия: самовыражение (3), искусство (3), нарушение (2), разбой (2), недопустимо (2). Представленные реакции подчеркивают юридические и этические аспекты асоциального поведения.

Реакции зоны дальней периферии добавляют нюансы в осмысление социальных проблем и повседневности вандализма.

ЗОНА КРАЙНЕЙ ПЕРИФЕРИИ представлена единичными реакциями, общее число которых — 250. Это субъективные ассоциации, не вошедшие в другие зоны, отражающие индивидуальные интерпретации стимульного материала: от редких эмоций до абстрактных идей, подчеркивающих вариативность восприятия граффити.

Полученные данные указывают на преобладание негативного восприятия стимула как формы девиантного поведения (вандализм, хулиганство, аморальность), связанного с молодежью, бедностью и урбанистическим упадком. Однако в оценке граффити присутствуют креативные аспекты (искусство, самовыражение, протест), что подтверждает концепцию асоциальной креативности — нарушение норм ради самовыражения, но с риском морального осуждения.

Второе изображение также представляет собой типичную для городской среды ситуацию (рис. 2) — надпись на стене или заборе. Количественная обработка полученных на данное граффити реакций позволяет следующим образом представить ядерные и периферийные зоны его ассоциативного поля.



Рис. 2. Граффити «Мне не нравится граффити»

ЯДРО ПОЛЯ состоит из двух доминирующих ассоциаций: *вандализм* (39 упоминаний) и *забор* (35 упоминаний). Аналогично результатам, полученным в ходе анализа первого изображения, представленное граффити воспринимается как типичный акт вандализма — порча общественного имущества (забора) путем нанесения надписи. В данном случае полученные реакции отражают негативную оценку и номинируют конкретный объект, подвергшийся преобразованию.

ЗОНА БЛИЖНЕЙ ПЕРИФЕРИИ включает ассоциации с частотами от 27 до 6, общим числом около 50 реакций. Ключевые темы:

Оценки и эмоции: *противоречие* (27), *глупость* (23), *бессмысленность* (8), *некрасиво* (6), *забавно* (6), *смешно* (3), *юмор* (3), *эмоции* (3). Преобладающее большинство реакций указывают на восприятие изображения как иррационального, бессмысленного или эстетически неприемлемого. Однако в ассоциациях, вызванных изображением на рисунке 2, есть маркеры, отсылающие к иронии или забаве, что говорит о неоднозначности его восприятия.

Социальные и поведенческие характеристики: *граффити* (19), *порча* (13), *порча имущества* (11), *надпись* (10), *хулиганство* (10), *самовыражение* (6), *протест* (6). Здесь проявляется двойственность интерпретации этого явления: с одной стороны, граффити как акт вандализма, с другой — как способ выразить мнение или протест, что добавляет креативный оттенок его характеристике.

ЗОНА ДАЛЬНЕЙ ПЕРИФЕРИИ включает ассоциации с частотами 5 и ниже, около 30 реакций.

Социальные и поведенческие характеристики: *бред* (5), *ужас* (4), *негатив* (3), *ирония* (4), *безвкусица* (2), *быдло* (2), *недопустимость* (2), *невоспитанность* (2), *колхоз* (2). Эти реакции фиксируют негативную оценку, связывая изображение с низкой культурой его автора или отсутствием у него социальных норм.

Абстрактные концепции: *оксюморон* (2), *контраст* (2), *абсурд* (2), *смысл* (2). Указывают на восприятие граффити как чего-то парадоксального (например, «мазня» на заборе как оксюморон).

Последствия и реакции: *ремонт* (2), *наказание* (2), *испорченный забор* (2). Фокус на восстановлении ущерба или наказании.

Эта зона подчеркивает более глубокие социальные и психологические аспекты, такие как культурный конфликт или эмоциональный отклик.

ЗОНА КРАЙНЕЙ ПЕРИФЕРИИ представлена более чем 280 единичными реакциями. Это разнообразные индивидуальные ассоциации, не вошедшие в другие зоны, что отражает субъективность восприятия графического стимула респондентами. Они могут включать редкие реакции вроде *импровизация*, *бунт*, *искусство* и др. Большой объем таких ассоциаций указывает на широкое поле интерпретаций изображения, от личных воспоминаний до абстрактных идей, что типично для ассоциативных экспериментов с визуальными стимулами.

Эксперимент выявляет доминирующую негативную оценку граффити (рис. 2) как акта вандализма, ассоциирующегося с глупостью, бессмысленностью и осуждением. Однако присутствуют позитивные или нейтральные

реакции (*самовыражение, протест, юмор*), что говорит о неоднозначности интерпретации: граффити может восприниматься как креативный акт или социальный комментарий. Темы подросткового поведения, контраста (возможно, цветового) и эмоционального отклика (*злость, забава*) подчеркивают культурный контекст, где вандализм балансирует между разрушением и самовыражением.

На третьем изображении (рис. 3) представлено графическое повреждение частной собственности — автомобиля, порча которого, вероятно, связана с личными эмоциями, такими как месть или обида. Такое проявление вандализма не является типичным и способно вызывать большее количество эмоциональных реакций. Анализ полученных в ходе эксперимента ассоциаций позволяет следующим образом представить ядерные и периферийные зоны ассоциативного поля.



Рис 3. Графическое повреждение на автомобиле

ЯДРО ПОЛЯ состоит из трех доминирующих ассоциаций: *месть* (35), *глупость* (25) и *машина* (23). Это свидетельствует о том, что изображение воспринимается как акт мести, иррациональный и глупый. *Месть* отражает эмоциональный мотив, *глупость* подчеркивает негативную оценку бессмысленного или импульсивного поведения, а *машина* — конкретный объект порчи, что делает ядро ориентированным на личные конфликты и материальный ущерб. Эти реакции указывают на представление о граффити как о способе мести, ассоциируемом с эмоциональной несдержанностью.

ЗОНА БЛИЖНЕЙ ПЕРИФЕРИИ включает ассоциации с частотностью от 19 до 6, общим числом около 40 реакций. Ключевые темы:

Оценки и эмоции: *порча имущества* (19), *вандализм* (17), *порча* (15), *обида* (12), *измена* (11), *любовь* (11), *отчаяние* (9), *хулиганство* (8), *злость* (7), *расставание* (6), *ужас* (6), *разочарование* (6), *кринж* (6), *банально* (6).

Эти реакции подчеркивают восприятие изображения как отражения глубоких личных переживаний, связанных с романтическими отношениями (любовь, измена, расставание), что придает драматический оттенок осмысляемому граффити. Кроме того, реакции отражают осуждение акта вандализма респондентами, но с фокусом на личные мотивы, такие как обида или отчаяние автора граффити.

Социальные и гендерные аспекты: *женщина* (9), *бывшая* (3). Ассоциации с женщиной и «бывшей» предполагают контекст, в котором месть направлена на бывшего партнера, возможно, посредством порчи его автомобиля, что добавляет гендерный и реляционный слой в восприятие изображения.

Другие оценки: *смешно* (4), *креативность* (4), *признание* (4). Несмотря на преобладание негативных реакций, подчеркиваются ирония и креативность, указывающие на неоднозначность оценок: акт может восприниматься как забавный или творческий, хотя и недопустимый.

Ассоциации в зоне ближней периферии фокусируются на эмоциональном и социальном контексте: месть как реакция на личные обиды с элементами осуждения и ироничного одобрения.

ЗОНА ДАЛЬНЕЙ ПЕРИФЕРИИ включает ассоциации с частотами от 5 и ниже, около 40 реакций.

Оценки и эмоции: *грусть* (5), *боль* (5), *чувства* (5), *эмоции* (4), *предательство* (4), *безысходность* (4), *бывший* (2), *ссора* (2), *несдержанность* (2), *разлука* (2), *идиотизм* (2), *ненависть* (2), *унижение* (2), *оскорбление* (2), *жалко* (2), *жалость* (2), *трогательно* (2), *эмоциональность* (2), *самовыражение* (2), *импульсивность* (2), *привязанность* (2). Представленные ассоциации развивают тему личных эмоций (от ненависти до жалости), что делает восприятие более нюансированным.

Последствия и реакции: *неуважение* (5), *глупо* (5), *преступление* (4), *инфантильность* (4), *позор* (3), *бред* (3), *некрасиво* (3), *ошибка* (2), *бессмысленность* (2), *забавно* (2), *странно* (2), *непонятно* (2), *развод* (2), *печаль* (2), *ремонт* (2), *правонарушение* (3), *нарушение* (2). В них реализуется фокус на абсурдности акта, его юридических аспектах (нарушение) и последствиях (ремонт).

Материальные и пространственные аспекты: *граффити* (2), *баллончик* (2), *надпись* (2). Ассоциации транслируют урбанистический аспект феномена асоциальной креативности.

Эта зона реакций добавляет глубину восприятию граффити, связывая изображение с психологическими механизмами (импульсивность, привязанность) и социальными нормами (правонарушение).

ЗОНА КРАЙНЕЙ ПЕРИФЕРИИ представлена более чем 200 единичными реакциями. Это разнообразные индивидуальные ассоциации, не во-



шедшие в другие зоны, что отражает субъективность восприятия стимуль-ного изображения. Они включают реакции вроде *страсть, ревность* или *восстановление* и др., подтверждают широту интерпретаций.

Результаты количественной обработки показывают, что центр ассоциативного поля (ядро) также сосредоточен вокруг тематики вандализма и уличного искусства как проявления противоправного, деструктивного поведения. Периферийные зоны отражают более разнообразные и иногда более негативные представления о проблематике, связанной с городской средой, субкультурами и социальным пространством. Кроме того, тема, транслируемая данным повреждением, обуславливает возникновение реакций-рассуждений, оценивающих поступок адресанта (обида, измена, любовь, женщина, отчаяние, злость, расставание, развод и пр.) и представленных не только в зоне крайней периферии.

Качественный анализ полученных экспериментальных данных представляет собой выявление и классификацию тематических реакций, позволяющих оценить актуальные контекстные смыслы, отражающие преломление стимульного материала в сознании респондентов с учетом их личного опыта и индивидуальной картины мира. Тематические реакции ситуативны и возможны только в рамках определённого контекста, что делает их инструментом для выявления потенциальных зон осмысления проявлений асоциальной креативности (граффити) [Бабикова, 2025].

В результате проведения качественного анализа данных САЭ была получена тематическая классификация, концептуализирующая асоциальную креативность. Классификация выявляет общие темы, характерные для всех изображений: группируются ассоциации из ядерных и периферийных зон (ядро, ближняя периферия, дальняя периферия, крайняя периферия). Темы выделены на основе повторяющихся мотивов: негативные оценки, эмоции, социальные аспекты, материальные элементы, формы самовыражения и последствия. Общий объем крайних периферий отражает субъективность, подчеркивает вариативность восприятия стимулов. Их разнообразие расширяет потенциальные направления восприятия феноменов асоциальной креативности, не меняя их принципиально.

Правовая реакция. К данной тематической группе относятся реакции, номинирующие последствия и юридические аспекты проявления графического вандализма. Фокус внимания сконцентрирован на ущербе, наказании и нарушении норм. Ассоциации связаны с вандализмом, правонарушениями и преступлениями, разрушением имущества, встречаются реакции с упоминанием различных видов наказаний и штрафов (некоторые примеры: *вандализм, порча, порча имущества, хулиганство, правонарушение, преступление, наказание* и пр).



Культурная и эстетическая реакции. Группа объединяет ассоциации, транслирующие двойственность восприятия элементов асоциальной креативности: от вандализма к искусству, протесту или иронии. Среди ассоциаций данной группы фигурируют упоминания современного искусства, противопоставленность его классическому искусству, актуализируется связь граффити со стрит-артом. Эстетический аспект отражен в ассоциациях — оценках стимулов с позиций красоты / безобразности (некоторые примеры: *граффити, ужас, искусство, грязь, противоречие, некрасиво, картина, банально, кошмар, уродство, современное искусство, творчество, грязно, креативность, креативно, живопись, культура, современность, андеграунд, стрит-арт* и пр).

Социальные и демографические реакции. Представление об асоциальной креативности концептуализировано через такие смысловые сгустки, как связь с подростковой субкультурой, ассоциации с протестом, отношение к граффити как к проявлению неуважения, другие социальные нормы и контексты (некоторые примеры: *неуважение, подростки, невоспитанность, самовыражение, женщина, выражение мнения, протест, вандалы, ребячество, быдло, аморально, хаос, привлечение внимания, бывшая, молодежь, отсутствие воспитания, неформалы, развод, привязанность* и пр).

Психологическая реакция. Группа концентрирует ассоциации, транслирующие эмоциональные состояния и реакции, выражение чувств, от негативных эмоций до иронии, отражающих психологический отклик на стимул (некоторые примеры: *месть, злость, агрессия, страх, боль, эмоции, отчаяние, смешно, ненависть, чувства, инфантильность, ирония, необдуманность* и пр).

Экономическая реакция. Представляет собой группу ассоциаций, связанных с упоминанием убытков и трат, необходимостью ремонта, порчей имущества (некоторые примеры: *ремонт, ущерб, вред, деньги, испорченность, испорчено, имущество, дорого, убытки* и пр).

Выделим также группу «урбанистические реакции». В тематическую группу объединены номинации объектов, материалов, элементов урбанистической среды как носителей асоциальной креативности. В пределах проведенного эксперимента было получено достаточно большое количество подобных реакций (некоторые примеры: *забор, дверь, краски, надпись, подъезд, заброшенное здание, баллончик, каракули, стройка, крыша, улица, магазин* и пр.).

Тематический анализ полученных ассоциаций демонстрирует наличие преобладающих мотивов в восприятии объектов асоциальной креативности: в общем объеме реакций респондентов на все фотографические

изображения граффити доминируют негативные оценки (*вандализм, глупость*), но в отношении восприятия рисунка 3 добавляется личный эмоциональный слой (*месть, обида*) в отличие от более социального фокуса реакций на рисунки 1 и 2 (*урбанистический хаос, протест*). Эмоциональные и креативные темы (самовыражение, ирония) присутствуют в восприятии всех проанализированных примеров проявления асоциальной креативности, но актуализируются среди реакции на рисунки 2 (протест) и 3 (личные конфликты). Реакции, относящиеся к крайней периферии (единичные ассоциации вроде *страсть* или *бунт*, >200—280 реакций), подчеркивают возможность субъективной интерпретации объектов. Представленный материал иллюстрирует восприятие граффити как элементов проявления асоциальной креативности — от разрушения к самовыражению, с балансом осуждения и неоднозначности.

4. Заключение = Conclusions

Полученные результаты подтверждают, что граффити как форма асоциальной креативности представляет собой сложный феномен, сочетающий в себе деструктивные и креативные элементы, требует комплексного подхода к его изучению и регулированию.

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы.

Доминирующая оценка граффити как формы асоциальной креативности носит преимущественно негативный характер, что подтверждается: преобладанием ассоциаций, связанных с вандализмом, а также высокой частотой реакций, указывающих на порчу имущества, в целом — активным использованием негативных оценок.

Многоаспектность восприятия граффити проявляется в следующих тематических блоках классификации: правовой аспект (правонарушения, преступления, наказания); культурно-эстетический компонент (искусство, творчество, креативность); социальный контекст (подростковая субкультура, протест); психологический пласт (эмоциональные реакции, агрессия); экономический фактор (ущерб, ремонт, траты).

Ключевыми характеристиками восприятия граффити являются деструктивная характеристика феномена, наличие двойственности оценок (от вандализма к искусству), утверждение связи с эмоциональными состояниями (*месть, обида, злость*), признание присутствия элементов креативного самовыражения.

Исследование подтверждает, что асоциальная креативность требует дальнейшего изучения как значимое явление современной культуры, влияющее на формирование информационно-смыслового поля воспринимающего сообщества. Используемый психолингвистический подход позволяет



раскрыть ранее не излучавшиеся аспекты этого явления, предоставляет эффективный инструментарий для такого исследования.

Заявленный вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.	Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article. The authors declare no conflicts of interests.
---	---

Литература

1. *Бабикова М. Р.* Асоциальная креативность в информационно-смысловом поле личности: результаты психолингвистического эксперимента / М. Р. Бабикова // Политическая лингвистика. — 2025. — № 5 (113). — С. 136—140.
2. *Гридина Т. А.* «Читаем знаки»: аспекты восприятия игрового поликодового текста в пространстве современного города / Т. А. Гридина, Н. И. Коновалова // Научный диалог. — 2022а. — Т. 11. — № 8. — С. 166—184. — DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-8-166-184.
3. *Гридина Т. А.* Лингвокреативный потенциал эргоминаций в аспекте их порождения и восприятия: экспериментальное исследование / Т. А. Гридина, Н. И. Коновалова // Вопросы психолингвистики. — 2022b. — № 2 (52). — С. 30—45. — DOI: 10.30982/2077-5911-2022-52-2-30-45.
4. *Гридина Т. А.* Социокультурные аспекты восприятия игровых поликодовых текстов в пространстве современного города / Т. А. Гридина, Н. И. Коновалова // Политическая лингвистика. — 2022с. — № 5 (95). — С. 49—59. — DOI: 10.26170/1999-2629_2022_05_04.
5. *Коробицына Л. В.* Вандализм и трансформация исторической памяти: теория и практика / Л. В. Коробицына, О. В. Кружкова // Диалог со временем. — 2025. — № 91. — С. 237—250.
6. *Мешкова Н. В.* Асоциальная креативность: исследования в психологии / Н. В. Мешкова, С. Н. Ениколопов // Вестник практической психологии образования. — 2017. — № 2 (51). — С. 53—57.
7. *Мешкова Н. В.* Креативность и девиантность: связь и взаимодействие / Н. В. Мешкова, С. Н. Ениколопов // Психология. Журнал Высшей школы экономики. — 2018. — Т. 15. — № 2. — С. 279—290. — DOI: 10.17323/1813-8918-2018-2-279-290.
8. *Новиков А. Л.* Метод семантического дифференциала: теоретические основы и практика применения в лингвистических и психологических исследованиях / А. Л. Новиков, И. А. Новикова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2011. — № 3. — С. 63—71.
9. *Baas M.* Why social threat motivates malevolent creativity / M. Baas // Personality and Social Psychology Bulletin. — 2019. — Vol. 45. — № 11. — Pp. 1590—1602. — DOI: 10.1177/0146167219838551.
10. *Cropley D. H.* Malevolent creativity: A functional model of creativity in terrorism and crime / D. H. Cropley, J. C. Kaufman, A. J. Cropley // Creativity Research Journal. — 2008. — Vol. 20. — № 2. — Pp. 105—115.
11. *Gutworth M. B.* Creativity for deliberate harm: Malevolent creativity and social information processing theory / M. B. Gutworth, L. Cushenbery, S. T. Hunter // The Journal of Creative Behavior. — 2018. — Vol. 52. — № 4. — Pp. 305—322.



12. Kapoor H. Unbound : The relationship among creativity, moral foundations, and dark personality / H. Kapoor, J. C. Kaufman // *The Journal of Creative Behavior*. — 2022. — Vol. 56. — № 2. — Pp. 182—193. — DOI: 10.1002/jocb.523.

13. Kapoor H. The measurement of negative creativity : Metrics and relationships / H. Kapoor, A. Khan // *Creativity Research Journal*. — 2016. — Vol. 28. — № 4. — Pp. 407—416.

14. Liu C. Development and Testing of the Cyber Malevolent Creativity Behavior Scale / C. Liu, L. Li, Z. Gong // *The Journal of Creative Behavior*. — 2024. — Vol. 58. — № 3. — Pp. 478—49. — DOI: 10.1002/jocb.669.

15. McLaren R. B. The dark side of creativity / R. B. McLaren // *Creativity Research Journal*. — 1993. — Vol. 6. — № 1—2. — Pp. 137—144.

16. Mitchell K. S. Malevolent creativity : Personality, process, and the larger creativity field / K. S. Mitchell, R. Reiter-Palmon. — Creativity and morality. — Academic Press. — 2023. — Pp. 47—68. — DOI: 10.1016/B978-0-323-85667-6.00004-9.

17. Perchtold-Stefan C. M. Creative, antagonistic, and angry? Exploring the roots of malevolent creativity with a real-world idea generation task / C. M. Perchtold-Stefan, A. Fink, C. Rominger, I. Papousek // *The Journal of Creative Behavior*. — 2021. — Vol. 55. — № 3. — Pp. 710—722. — DOI: 10.1002/jocb.484.

18. Szabó E. Personality traits as predictors of malevolent creative ideation in offenders / E. Szabó, A. Körmendi, G. Kurucz, D. Cropley, T. Olajos, N. Pataky // *Behavioral Sciences*. — 2022. — T. 12. — № 7. — Pp. 242.

19. Tang R. Malevolent Creativity Graffiti Test—A New Measurement Method for Malevolent Creative Behavior / R. Tang, Li Q, Z. Gong Z. // *The Journal of Creative Behavior*. — 2025. — Vol. 59 (3). — DOI: 10.1002/jocb.1523.

20. Zhao J. When do creative people engage in malevolent behaviors? The moderating role of moral reasoning / J. Zhao, X. Xu, W. Pang // *Personality and Individual Differences*. — 2022. — Vol. 186. — Pp. 111—386. — DOI: 10.1016/j.paid.2021.111386.

21. Zhou J. Hotspots and research trends of the ‘dark side of creativity’ in the last decade / J. Zhou, B. Zhao, M. Zhang // *Heliyon*. — 2023. — Vol. 9. — № 10. — e20392. — DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e20392.

22. Zlokazov K. V. Urban Vandalism in the Eyes of Youth : an Empirical Study of Its Causes Attribution / K. V. Zlokazov, Y. M. Karayani, A. G. Karayani, A. V. Shakhmatov // *Psychology and Law*. — 2021. — № 11 (3). — Pp. 77—93. — DOI: 10.17759/psylaw.2021110306.

*Статья поступила в редакцию 02.10.2025,
одобрена после рецензирования 05.11.2025,
подготовлена к публикации 23.03.2026.*

References

- Baas, M. (2019). Why social threat motivates malevolent creativity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 45 (11): 1590—1602. DOI: 10.1177/0146167219838551.
- Babikova, M. R. (2025). Antisocial creativity in the information and semantic field of personality: results of a psycholinguistic experiment. *Political linguistics*, 5 (113): 136—140. (In Russ.).
- Cropley, D. H., Kaufman, J. C., Cropley, A. J. Malevolent creativity: a functional model of creativity in terrorism and crime. *Creativity Research Journal*, 20 (2): 105—115.



- Gridina, T. A., Konovalova, N. I. (2022). “Reading the Signs”: Aspects of Perception of a Game Polycode Text in Space of a Modern City. *Nauchnyi dialog*, 11 (8): 166—184. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-8-166-184. (In Russ.).
- Gridina, T. A., Konovalova, N. I. (2022). Linguocreative potential of ergonominations in the aspect of their generation and perception: an experimental study. *Questions of psycholinguistics*, 2 (52): 30—45. DOI: 10.30982/2077-5911-2022-52-2-30-45. (In Russ.).
- Gridina, T. A., Konovalova, N. I. (2022). Sociocultural aspects of the perception of game polycode texts in the space of a modern city. *Political Linguistics*, 5 (95): 49—59. DOI: 10.26170/1999-2629_2022_05_04. (In Russ.).
- Gutworth, M. B., Cushenbery, L., Hunter, S. T. (2018). Creativity for deliberate harm: malevolent creativity and social information processing theory. *The Journal of Creative Behavior*, 52 (4): 305—322.
- Kapoor, H., Kaufman, J. C. (2022). Unbound: the relationship among creativity, moral foundations, and dark personality. *The Journal of Creative Behavior*, 56 (2): 182—193. DOI: 10.1002/jocb.523.
- Kapoor, H., Khan, A. (2016). The measurement of negative creativity: metrics and relationships. *Creativity Research Journal*, 28 (4): 407—416.
- Korobitsyna, L. V., Kruzhkova, O. V. (2025). Vandalism and transformation of historical memory: theory and practice. *Dialogue with time*, 91: 237—250. (In Russ.).
- Liu, C., Li L., Gong, Z. (2024). Development and Testing of the Cyber Malevolent Creativity Behavior Scale. *The Journal of Creative Behavior*, 58 (3): 478—49. DOI: 10.1002/jocb.669.
- McLaren, R. B. (1993). The dark side of creativity. *Creativity Research Journal*, 6 (1—2): 137—144.
- Meshkova, N. V., Enikolopov, S. N. (2017). Antisocial creativity: research in psychology. *Bulletin of practical Psychology of education*, 2 (51): 53—57. (In Russ.).
- Meshkova, N. V., Enikolopov, S. N. (2018). Creativity and deviance: communication and interaction. Psychology. *Journal of the Higher School of Economics*, 15 (2): 279—290. DOI: 10.17323/1813-8918-2018-2-279-290. (In Russ.).
- Mitchell, K. S., Reiter-Palmon, R. (2023). Malevolent creativity: personality, process, and the larger creativity field. *Creativity and morality*. Academic Press. 47—68. DOI: 10.1016/B978-0-323-85667-6.00004-9.
- Novikov, A. L., Novikova, I. A. (2011). Method of semantic differential: theoretical foundations and practice of application in linguistic and psychological research. *Bulletin of the People's Friendship University of Russia. Series: Theory of language. Semiotics. Semantics*, 3: 63—71. (In Russ.).
- Perchtold-Stefan, C. M., Fink, A., Rominger, C., Papousek, I. (2021). Creative, antagonistic, and angry? Exploring the roots of malevolent creativity with a real-world idea generation task. *The Journal of Creative Behavior*, 55 (3): 710—722. DOI: 10.1002/jocb.484.
- Szabó, E., Körmendi, A., Kurucz, G., Cropley, D., Olajos, T., Pataky, N. (2022). Personality traits as predictors of malevolent creative ideation in offenders. *Behavioral Sciences*, 12 (7): P. 242.
- Tang, R., Li, Q., Gong, Z. (2025). Malevolent Creativity Graffiti Test — A New Measurement Method for Malevolent Creative Behavior. *The Journal of Creative Behavior*, 59 (3). DOI: 10.1002/jocb.1523.



- Zhao, J., Xu, X., Pang, W. (2022). When do creative people engage in malevolent behaviors? The moderating role of moral reasoning. , 111—386. DOI: 10.1016/j.paid.2021.111386.
- Zhou, J., Zhao, B., Zhang, M. (2023). Hotspots and research trends of the 'dark side of creativity' in the last decade. *Heliyon*, 9 (10): e20392. DOI: 10.1016/j.heliyon.2023.e20392.
- Zlokazov, K. V., Karayani, Y. M., Karayani, A. G., Shakhmatov, A. V. (2021). Urban Vandalism in the Eyes of Youth: an Empirical Study of Its Causes Attribution. *Psychology and Law*, 11 (3): 77—93. DOI: 10.17759/psylaw.2021110306.

*The article was submitted 02.10.2025;
approved after reviewing 05.11.2025;
accepted for publication 23.03.2026.*