

Ожигова Людмила Николаевна

доктор психологических наук,
профессор кафедры психологии личности
и общей психологии
Кубанского государственного университета

СВЯЗЬ СТИЛЯ РОДИТЕЛЬСКОГО ВОСПИТАНИЯ И СОЦИАЛЬНОЙ КРЕАТИВНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ПРОФЕССИОАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ

Аннотация:

В статье описаны особенности социальной креативности у студенток – будущих дизайнеров и менеджеров по персоналу. Выявлено, что у дизайнеров социальная креативность выше, чем у менеджеров по персоналу, которые ориентированы на социальные нормы и могут испытывать трудности в реализации своих идей. Уточнены ведущие стили родительского воспитания для означенных групп исследуемых. Доказана связь стиля родительского воспитания и социальной креативности личности у студенток-дизайнеров.

Ключевые слова:

креативность, социальная креативность, стиль родительского воспитания, профессионализация, личность, боязнь неудачи, творчество, дизайнер, менеджер по персоналу.

Ozhigova Lyudmila Nikolayevna

D.Phil. in Psychology, Professor,
Personality Psychology
and General Psychology Department,
Kuban State University

THE CONNECTION BETWEEN PARENTING STYLE AND SOCIAL CREATIVITY IN THE CONTEXT OF PERSONALITY PROFESSIONALIZATION

Summary:

This article describes the peculiarities of social creativity among students of such specialties as designers and human resource managers. The research reveals that the social creativity of designers is higher than that of human resources managers who focus on social norms and can experience difficulties in their idea implementation. The article specifies the leading parenting styles for designers and human resource managers. The author proves the connection between parenting styles and social creativity of the personality among designer students.

Keywords:

creativity, social creativity, parenting style, professionalization, personality, fear of failure, creative activities, designer, human resource manager.

В современном мире личность постоянно сталкивается с проблемами и неожиданными изменениями, которые приводят ее к пониманию того, что однажды приобретенные навыки не всегда являются адекватными для различных ситуаций. В связи с этим возникает задача развития личности, связанная с поиском ресурсов, которые могут содействовать повышению эффективности деятельности личности, ее адаптивности и гибкости. Таким базовым ресурсом является креативность. Креативность представляет собой качество, которое дано каждому человеку для того, чтобы успешно справляться с проблемами в различных областях жизни: от семейной и повседневной до связанной с овладением навыками применения новых технологий.

Креативность (от лат. creatio – ‘созидание’, англ. creativity) – уровень творческой одаренности, способности к творчеству, составляющий относительно устойчивую характеристику личности. Креативность в широком смысле – это творческие способности индивида, его готовность к созданию принципиально новых идей.

Важно обозначить, что понятие «креативность» – это англоязычный синоним понятия «творческие способности» [1]. В последние годы термин «креативность» широко используется в науке и эмпирике, вытеснив словосочетание «творческие способности». Существует около 60 определений понятия «креативность». Исследователи отмечают, что термины «творческие способности» и «креативность» имеют как сходства, так и различия:

1. Они могут рассматриваться как синонимы, если речь идет только об общей творческой способности.

2. Понятие «творческие способности» шире, так как включает в себя как общие, так и специальные способности.

3. Креативность определяется как характеристика любой способности к деятельности, так как может выступать содержательным компонентом любого вида способности [2].

В психологии креативность рассматривается как высшее проявление феномена человека, составляющая его духовной и личностной зрелости, интегративное свойство личности, связанное с другими ее чертами (инициативностью, находчивостью, независимостью, эмоциональностью и др.). Творчество (творческий подход) – это характеристика особого, качественно определенного стиля деятельности, специфического способа решения личностью жизненных задач [3]. Поэтому констатируем, что творчество как деятельность, с одной стороны, позволяет проявиться

творческим способностям человека, а с другой – опирается на эти способности, не может быть порождено без них. В настоящий момент креативность определяется исследователями как способность порождать необычные идеи, отклоняться в мышлении от традиционных схем, быстро разрешать проблемные ситуации (Ф. Вильямс). Креативность охватывает мыслительные операции и личностные качества, необходимые для способности к творчеству.

Теоретический обзор основных подходов к рассмотрению проблемы креативности, принятый С.Б. Бегалиевой, позволяет выделить несколько взаимосвязанных подходов к пониманию креативности: креативность как творческий процесс (И. Спирмен, К. Дункер, А. Матейко), как интеллектуальная или творческая способность (Э.П. Торренс, Дж. Гилфорд, Ю.Н. Кулюткин, М.А. Холодная), как личностная категория (Д.Б. Богоявленская, А. Маслоу, Я.А. Пономарев, К. Роджерс) и др. [4].

Зарубежные исследователи Р. Вильямс, М. Ранко и Э. Берлоу провели обзор исследований в области креативности за последние 25 лет и выявили, что в фокусе изучения находятся три направления: инновации на рабочем месте, роль личности и интеллекта в креативном мышлении, творческие способности в генерации идей. Авторы отмечают, что исследования и статьи в этой области демонстрируют большой прирост [5].

Особый интерес вызывают исследования, в которых помимо структуры и свойств креативности рассматриваются внешние и внутренние факторы, обуславливающие ее развитие [6]. Так, исследователи Х. Капур и А. Хан выявили связь креативности с глубинными личностными чертами: нарциссизмом, психопатией и макиавеллизмом [7].

Существует целый ряд сложных социально-психологических факторов, влияющих на формирование и развитие креативности личности. К ним можно отнести: культурно-биологические предпосылки – выживание определенных индивидов в определенных социокультурных пространствах; социокультурное образовательное пространство, включающее богатую и разнообразную информационную и игровую среду в школе, вузе, и т. д.

В исследованиях А.В. Кирьяковой и В.В. Мороз к факторам, влияющим на взаимосвязь ценностных ориентаций и креативности, отнесен аксиологический ресурс модернизации университетского образования. Авторы констатируют, что эмоционально насыщенные ценностно-ориентационные образовательные технологии более продуктивны, чем традиционные. Сформированная в таком пространстве личность легко переносит креативные умения из образовательной плоскости в профессиональную или повседневную деятельность [8].

К факторам, влияющим на развитие креативности, Ю.А. Власова отнесла социоигровую деятельность, которую можно использовать в ходе профессионального образования студентов [9].

В.В. Мороз в своих исследованиях проводит анализ внешних и внутренних факторов развития креативности, выделяя новые тенденции ее изучения. Так, автор считает, что ранее креативность рассматривали исключительно как индивидуальное качество, но в последнее время можно говорить даже о коллективной креативности, когда совместные усилия, разнообразие идей и навыков способствуют более эффективному поиску решения проблем [10].

В целом необходимо отметить, что исследователи все больше выделяют роль личностных особенностей в развитии креативности. Личностный подход в изучении креативности уделяет особое внимание эмоциональным и мотивационным факторам, включенным в это свойство.

Можно выделить различия в исследовании креативности непосредственно как творческих способностей (создание нового художественного или интеллектуального продукта) и социальной креативности – сложного качества личности, позволяющего находить оригинальные и конструктивные решения в ситуациях межличностного взаимодействия. Структуру социальной креативности составляет единство мотивационных, коммуникативных, интеллектуальных, эмоциональных и экзистенциальных параметров, имеющих определенное значение и проявление в процессе межличностного взаимодействия. Социальная креативность как взаимосвязь креативности общения и креативности мышления представляет собой особое свойство личности, которое проявляется в поисково-преобразовательной деятельности, потребности в изменении и развитии как самой личности, так и окружающего мира [11].

То есть, имея определенную креативность, личность «движется» в социальных и межличностных отношениях: в школе, при выборе профессии, в вузе, в профессиональной деятельности и т. д. Здесь важно указать, что если повседневная жизнь человека алгоритмизирована (особенно в урбанистической среде), технически оснащена и во многом предсказуема и комфортна, то в профессиональной деятельности работодатель или сама эта деятельность требует от профессионала высокой степени проявления креативности.

Особенности креативности личности востребованы в определенных профессиях. Они необходимы в профессиях творческого типа и выступают там как некоторые профессиональные способности, например художественные, музыкальные и др., одаренность и связанная с ними

креативность. Креативность важна также в социальном и межличностном взаимодействии как гибкость, способность находить новые неконфликтные способы решения проблемных ситуаций. Например, велика ее роль в профессиях типа «человек – человек» (психолог, педагог, социальный работник, менеджер и т. д.). В связи с этим большой интерес вызывают исследования, в которых помимо структуры и свойств креативности исследуются внешние и внутренние факторы, обуславливающие ее развитие.

Существует целый ряд сложных социально-психологических факторов, влияющих на формирование и развитие активности и креативности личности [12]. Одним из главных социально-психологических факторов, влияющих на креативность, является семья – родители и их отношение к проявлению различных способностей или состояний ребенка. Родители – это те люди, которые поощряют или запрещают личности проявлять свой креативный интерес, выражать себя в различных формах. Поэтому можно предположить, что существует взаимосвязь стиля родительского воспитания и креативности личности, которая в дальнейшем находит отражение в других профессиональных и жизненных выборах и пространствах реализации личности.

Отсюда возникает вопрос о том, насколько могут быть соотнесены сформированный в семье стиль родительского воспитания и уровень креативности личности с тем уровнем, который необходим в профессии. Тем более что одной из наиболее существенных личностно значимых задач сегодня является формирование выпускника вуза, конкурентоспособного на рынке труда. В современных рыночных условиях нужны конкурентоспособные творческие специалисты, способные достигать успеха в профессиональной деятельности.

Все изложенное определяет актуальность изучения особенностей социальной креативности студентов различных типов профессий в соотнесении со стилями родительского воспитания. Цель настоящего исследования – изучить особенности связи стилей родительского воспитания и социальной креативности личности у студентов – будущих дизайнеров и менеджеров по персоналу.

В работе использованы следующие эмпирические методы исследования: методика диагностики родительского отношения (А.Я. Варга и В.В. Столин), методика «Определение социальной креативности личности» (А.В. Батаршев), опросник творческого потенциала и креативности (Е.И. Рогов), методика диагностики мотивации успеха и боязни неудачи (Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов).

Эмпирической базой исследования выступили студенты Кубанского государственного университета. Выборка составила 80 девушек – студенток 2–3-х курсов в возрасте от 19 до 22 лет, из них 38 дизайнеров, 42 менеджера по персоналу.

Методы статистической обработки данных: процентное распределение, оценка достоверности различий, корреляционный анализ.

В ходе эмпирического исследования была подтверждена гипотеза о связи стилей родительского воспитания и социальной креативности личности у студенток-дизайнеров:

– Выявлена связь творческого потенциала личности девушек-дизайнеров со стилями родительского воспитания отцов по шкалам «инфантилизация (маленький неудачник)» и «кооперация». Обнаружено, что мотивация девушек-дизайнеров на избегание неудач увеличивается, если она воспринимает отца как инфантилизирующего ее.

– Выявлены связи между шкалами «кооперация» и «социальная креативность» и «творческий потенциал», «эмоциональное принятие» и «творческий потенциал», «мотивация на успех» и «симбиоз».

В группе девушек – менеджеров по персоналу данная гипотеза нашла частичное подтверждение:

– Выявлена связь авторитарной гиперсоциализации в стиле воспитания отца с социальной креативностью, творческим потенциалом и мотивацией на успех.

– Не обнаружена связь креативности и стиля родительского воспитания матери.

Далее представлены конкретизирующие означенную гипотезу результаты исследования.

1. В ходе эмпирического исследования по методике «Определение социальной креативности личности» (А.В. Батаршев) были получены следующие результаты: 110 баллов у студенток-дизайнеров – уровень чуть выше среднего, 85 баллов у менеджеров по персоналу – средний уровень.

Студентки-дизайнеры оценивают свое поведение как более креативное в нестандартных ситуациях жизнедеятельности. Уровень социальной креативности выше среднего имеют 80 % выборки. Это значит, что будущие дизайнеры могут генерировать новые идеи, хотят быть предприимчивыми, напористыми, решительными, создавать продукт, отличающийся от первоначального замысла.

50 % исследуемых студентов – менеджеров по персоналу имеют средний уровень социальной креативности, 30 % – выше среднего, 20 % – низкий. То есть девушки – будущие менеджеры по персоналу также имеют достаточный уровень социальной креативности, но могут мыслить более стандартно и ориентироваться на разделение ответственности с другими.

Оценка статистической достоверности различий по U-критерию Манна – Уитни показала, что между группами дизайнеров и менеджеров по персоналу имеются различия. Критические значения: $U_{кр} p \leq 0,01 = 14$ и $p \leq 0,05 = 21$. Полученное эмпирическое значение $U_{эмп}(18)$ находится в зоне значимости.

Таким образом, социальная креативность – гибкость и способность принимать новые решения в жизненных ситуациях – у дизайнеров выше, чем у менеджеров по персоналу.

2. По результатам методики «Опросник творческого потенциала и креативности» (Е.И. Рогов) выявлено, что 74 % студенток-дизайнеров обладают значительным уровнем творческого потенциала (55 баллов). То есть у студенток-дизайнеров проявляется значительный творческий потенциал, который предоставляет богатый выбор творческих возможностей. Если дизайнеры на деле смогут применить свои способности, то им будут доступны самые разнообразные формы творчества.

Данные менеджеров по персоналу говорят о том, что у них есть качества, которые позволяют личности творить, но существуют и барьеры для творчества (общий средний балл равен 35). У студенток – менеджеров по персоналу присутствует страх общественного осуждения. Любая новая идея проходит через этап неожиданности, удивления, непризнания, осуждения окружающими. Боязнь осуждения за новое, непривычное для других поведение, взгляды, чувства сковывает их творческую активность, уничтожает творческую личность.

Оценка статистической достоверности различий по U-критерию Манна – Уитни показала, что между группами дизайнеров и менеджеров по персоналу имеются различия. Критические значения: $U_{кр} p \leq 0,01 = 14$ и $p \leq 0,05 = 21$. Полученное эмпирическое значение $U_{эмп}(15)$ находится в зоне значимости.

Таким образом, дизайнеры обладают большим творческим потенциалом, могут применить свои способности, им доступны разнообразные формы творчества. Менеджеры по персоналу имеют качества, позволяющие им творить, но больше ориентированы на социальные нормы и могут испытывать трудности в реализации своих идей.

3. Страх творческой реализации базируется на глубинных мотивах ориентации на обязательный успех или боязнь неудачи, поэтому мы использовали методику диагностики мотивации успеха и боязни неудачи (Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов). Показатель дизайнеров равен 18 баллам, что говорит о их мотивации на успех. Показатель менеджеров по персоналу составил 10 баллов, что свидетельствует о невыраженности у них мотивационного полюса, однако позволяет сделать вывод о боязни неудачи.

Оценка статистической достоверности различий по U-критерию Манна – Уитни показала, что между группами дизайнеров и менеджеров по персоналу имеются различия. Критические значения: $U_{кр} p \leq 0,01 = 14$ и $p \leq 0,05 = 21$. Полученное эмпирическое значение $U_{эмп}(17)$ находится в зоне значимости.

Таким образом, можно говорить, что дизайнеры больше ориентированы на успех, более энергично и настойчиво будут двигаться к поставленной цели, но также могут испытывать большее разочарование в случае ее недостижения. Менеджеры по персоналу больше ориентированы на избегание неудачи, то есть более осторожны и осмотрительны при постановке целей, соотносят свои цели с мнением окружающих. Они будут расстроены в случае неудачи, но это не окажет на них значительного разрушительного влияния.

4. Выявлено, что происходит незначительное (статистически недостоверное) изменение результатов в зависимости от курса (2-го или 3-го) студенток. Более детальное рассмотрение результатов по методикам показало, что среди дизайнеров выявлена группа, показатели которой по всем методикам несколько приближены к показателям менеджеров по персоналу. Таких студенток-дизайнеров оказалось 10 человек (26 %). То есть эти студентки имеют среднюю социальную креативность, барьеры в творческой реализации и боятся неудачи. Среди менеджеров по персоналу выявлена только одна студентка с показателями, похожими на показатели дизайнеров.

5. Ведущими стилями родительского воспитания в восприятии девушек-дизайнеров являются: у отцов – авторитарная гиперсоциализация, инфантилизация и симбиоз, у матерей – кооперация, симбиоз и эмоциональное принятие.

Ведущими стилями родительского воспитания в восприятии девушек – менеджеров по персоналу как у отцов, так и у матерей являются авторитарная гиперсоциализация, инфантилизация, отвержение и симбиоз.

Оценка достоверности различий по группам показала, что существуют различия между отцами и матерями дизайнеров и менеджеров по персоналу. Внутри групп различий нет.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что особенности креативности дизайнеров вполне согласуются с требованиями профессии и позволят им в дальнейшем успешно развивать творческие способности и адаптироваться к профессиональным задачам. Некоторое напряжение могут создавать ситуации, где творческий продукт будет оценен отрицательно или поставленная

цель не будет достигнута, – тогда личность дизайнера может переживать некоторый кризис. Тревогу вызывают дизайнеры, имеющие показатели, близкие к показателям менеджеров по персоналу. Их профессиональное обучение и адаптация могут быть затруднены, вовлекать их в неинтересные и неамбициозные проекты, ограничивать их идеи.

Особенности креативности менеджеров по персоналу свидетельствуют о том, что они обладают достаточной социальной креативностью и ориентированы на мнение социума, что вполне согласуется с профессиональными задачами менеджера по персоналу, который решает задачи по адаптации сотрудников, нормированию их поведения, формированию корпоративной культуры.

Полученные результаты вполне могут отражать гендерные стереотипы, имеющиеся у девушек обеих специальностей. У всех девушек наблюдается связь между креативностью и ориентацией на мнение отца, то есть в субъективном поле они соотносят свою социальную активность в профессии с образом отца. Это вполне соответствует традиционным гендерным стереотипам, где отец выступает в образе доминирующей патриархальной фигуры. При этом очень противоречивым (как и в патриархальной культуре) выглядит образ матери: он или принимающий и эмоционально поддерживающий, или отвергающий вместе с отцом [13].

Сложно прогнозировать, как представленные образы отца и матери повлияют в дальнейшем на реализацию креативности личности. С опорой на имеющиеся в этой области гендерные исследования можно предположить, что существует риск остановки проявления своей креативности девушками обеих групп, когда они столкнутся с решением важных задач юношеского возраста – формированием интимности, выбором брачного партнера, созданием семьи [14]. Имеющийся в культуре ролевой конфликт (двойная идентичность) «семья – работа» – это та проблема, которую каждая девушка будет решать, руководствуясь своим индивидуальным опытом и установками семейного воспитания.

Полученные результаты о связи стилей родительского воспитания с особенностями социальной креативности у студенток – будущих дизайнеров и менеджеров по персоналу позволяют обозначить проблему влияния родительского отношения на развитие креативности у ребенка.

Очевидно, что сам профессиональный выбор девушек также является результатом влияния стиля родительского воспитания. Полученные эмпирические данные требуют дальнейшего уточнения на мужской, подростковой и, наоборот, более взрослой выборке.

Ссылки:

1. Дружинин В.Н. Диагностика общих познавательных способностей. М., 1997.
2. Клепалова Ю.А. Определение понятий творчества и креативности в психологии // Психологический вестник Уральского государственного университета. 2008. № 6. С. 254–256 ; Лебедева Л.Д., Бибикина Н.В. Креативность младших школьников: контекст «развитие». Ульяновск, 2004. С. 49.
3. Акимова М.К. Психологическая диагностика. СПб., 2005. С. 136–146.
4. Бегалиева С.Б. О креативности как об устойчивой характеристике личности // Успехи современного естествознания. 2015. № 1. С. 847–849.
5. Williams R., Runco M.A., Berlow T. Mapping the themes, impact, and cohesion of creativity research over the last 25 years // Creativity Research Journal. 2016. Vol. 28, iss. 4. P. 385–394.
6. Еремина Л.И. Развитие креативности личности: психологический аспект // Общество: социология, психология, педагогика. 2014. № 1. С. 42–47 ; Макарушина Е.Н. Феномен креативности и творчества в современной системе высшего образования // Фундаментальные исследования. Педагогические науки. 2011. № 12. С. 498–501.
7. Kapoor H., Khan A. The measurement of negative creativity: metrics and relationships // Creativity Research Journal. 2016. Vol. 28, iss. 4. P. 407–416.
8. Кирьякова А.В., Мороз В.В. Взаимосвязь ценностных ориентаций и креативности как аксиологический ресурс модернизации университетского образования // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2015. № 1. С. 57–68.
9. Власова Ю.А. Социоигровая деятельность как средство развития ресурсов студентов: проблемы применения // Среднее профессиональное образование. 2013. № 2. С. 36–38.
10. Мороз В.В.: 1) Креативность – междисциплинарный феномен человекознания // Вестник Оренбургского государственного университета. 2012. № 2 (138). С. 155–160 ; 2) Развитие креативного потенциала студентов университета: аксиологический подход // Теория и практика общественного развития. 2015. № 2. С. 97–99.
11. Чичук Е.Ю. Побудительные основания социальной креативности личности: на материале социологических професий : дис. ... канд. психол. наук. Краснодар, 2006.
12. Шамянов Р.М. Психологические характеристики социальной активности личности // Мир психологии. 2012. № 3. С. 145–154.
13. Ожигова Л.Н. Психология гендерной идентичности личности. Краснодар, 2006 ; Попова Л.В. Гендерные аспекты самореализации личности : учеб. пособие к спецсеминару. М., 1996.
14. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность : в 2 т. Т. 2. М., 1986. С. 259–262.

References:

- Akimova, MK 2005, *Psychological diagnostics*, St.-Petersburg, pp. 136-146, (in Russian).
Begaliev, SB 2015, 'Concerning creativity as a stable feature of personality', *Uspekhi sovremennogo yestestvoznaniya*, no. 1, pp. 847-849, (in Russian).

- Chichuk, EYu 2006, *The motivation of personal social creativity: based on socio-nomic professions*, PhD in Psychology thesis, Krasnodar, (in Russian).
- Druzhinin, VN 1997, *Diagnosis of general cognitive abilities*, Moscow, (in Russian).
- Eremina, LI 2014, 'Development of personal creativity: the psychological aspect', *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika*, no. 1, pp. 42-47, (in Russian).
- Heckhausen, J 1986, *Motivation and activity*, in 2 vols., vol. 2, Moscow, pp. 259-262, (in Russian).
- Kapoor, H & Khan, A 2016, 'The measurement of negative creativity: metrics and relationships', *Creativity Research Journal*, vol. 28, iss. 4, pp. 407-416, <https://doi.org/10.1080/10400419.2016.1229977>.
- Kiryakova, AV & Moroz, VV 2015, 'Interrelation between value orientations and creativity as an axiological resource for modernization of university education', *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, no. 1, pp. 57-68, (in Russian).
- Klepalova, YuA 2008, 'Definition of the concepts of creation and creativity in psychology', *Psikhologicheskii vestnik Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 6, pp. 254-256, (in Russian).
- Lebedeva, LD & Bibikova, NV 2004, *Creativity of primary school students: the context of "development"*, Ulyanovsk, p. 49, (in Russian).
- Makarushina, EN 2011, 'The phenomenon of creativity and creation in the modern system of higher education', *Fundamental'nyye issledovaniya. Pedagogicheskiye nauki*, no. 12, pp. 498-501, (in Russian).
- Moroz, VV 2012, 'Creativity is an interdisciplinary phenomenon of human knowledge', *Vestnik Orenburgskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 2 (138), pp. 155-160, (in Russian).
- Moroz, VV 2015, 'Development of the creative potential of university students: the axiological approach', *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, no. 2, pp. 97-99, (in Russian).
- Ozhigova, LN 2006, *Psychology of personal gender identity*, Krasnodar, (in Russian).
- Popova, LV 1996, *Gender aspects of personal self-realization*, study guide, Moscow, (in Russian).
- Shamionov, RM 2012, 'Psychological features of the personal social activity', *Mir psikhologii*, no. 3, pp. 145-154, (in Russian).
- Vlasova, YuA 2013, 'Social game activity as a means of developing students' resources: problems of application', *Sredneye professional'noye obrazovaniye*, no. 2, pp. 36-38, (in Russian).
- Williams, R, Runco, MA & Berlow, T 2016, 'Mapping the themes, impact, and cohesion of creativity research over the last 25 years', *Creativity Research Journal*, vol. 28, iss. 4, pp. 385-394, <https://doi.org/10.1080/10400419.2016.1230358>.