

ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ СТАТИСТИКА

УДК 159.923
ББК Ю94

DOI 10.26170/po20-03-07
ГРНТИ 14.35.01; 14.07.05

Код ВАК 13.00.01; 19.00.07

Водяха Сергей Анатольевич,

кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии и конфликтологии, Институт психологии, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: svodyakha@yandex.ru

Водяха Юлия Евгеньевна,

кандидат психологических наук, доцент кафедры общей психологии конфликтологии, Институт психологии, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; e-mail: jullyaa@yandex.ru

КРЕАТИВНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И САООТНОШЕНИЕ ЛИЧНОСТИ СТАРШЕКЛАСНИКОВ И СТУДЕНТОВ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: самоотношение личности; креативная идентичность; самооценка творческой личности; креативность; психология ранней юности; качества творческой личности.

АННОТАЦИЯ. Авторы рассматривают основные теоретические аспекты проблемы креативной идентичности и самоотношения творческих личностей в раннем юношеском возрасте. Проблема креативности как значимой составляющей Я-концепции подростка XXI века является недостаточно изученной. Проблема Я-концепции творческой личности в течение последних десятилетий решалась посредством изучения корреляций между компонентами самооценки и уровня притязаний и объективными показателями креативности. По мнению авторов, показатели креативности будут связаны с различными аспектами Я при условии, что творческое поведение становится ведущим критерием формирования самоотношения. Таким образом, авторы решили выявить различия в показателях психологического самоотношения в зависимости от степени выраженности у старшеклассников и студентов креативной идентичности. Проблема креативной идентичности в отечественной психологии недостаточно изучена, также как и проблема Я-концепции творческих людей. В соответствии с данными исследований ряда зарубежных ученых, в настоящее время недостаточно данных для доказательства различий в самоотношении между креативными и некреативными. В исследовании принимали участие 268 учащихся старших классов г. Муравленко ЯНАО и студентов УрГПУ г. Екатеринбурга возрасте от 16 до 18 лет. Возраст респондентов варьировался от 15 до 18 лет. В исследовании были использованы следующие методики: опросник творческой идентичности и методика исследования самоотношения С. Р. Панталева. На основе эмпирического исследования было выявлено, что между креативными и некреативными респондентами были выявлены существенные различия по всем компонентам самоотношения, кроме саморукводства и внутренней конфликтности. В результате исследования выяснилось, что креативные личности в подростково-юношеском возрасте отличаются повышенной самооценностью. Они в большей степени, чем их сверстники, склонны считать себя значимыми людьми для общества и близких.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Водяха, С. А. Креативная идентичность и самоотношение личности старшеклассников и студентов / С. А. Водяха, Ю. Е. Водяха. – Текст : непосредственный // Педагогическое образование в России. – 2020. – № 3. – С. 67-72. – DOI: 10.26170/po20-03-07.

Vodyakha Sergey Anatol'evich,

Candidate of Psychology, Associate Professor of the Department of General Psychology and Conflict Studies, Institute of Psychology, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia

Vodyakha Yuliya Evgen'evna,

Candidate of Psychology, Associate Professor of the Department of General Psychology and Conflict Studies, Institute of Psychology, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia

CREATIVE IDENTITY AND SELF-RELATIONSHIP OF PERSONALITY OF SENIOR GRADUATES AND STUDENTS

KEYWORDS: self-relation of personality; creative identity; self-esteem of a creative person; creativity; psychology of early youth; qualities of a creative person.

ABSTRACT. The authors consider the main theoretical aspects of the problem of creative identity and self-relationship of creative individuals in early adolescence. The problem of creativity as a significant component of the 21st century adolescent's self-concept is not well understood. The problem of self-concept of a creative person over the past decades has been solve by studying the correlations between the components of self-esteem and the level of claims and objective indicators of creativity. According to the authors, indicators of creativity will be associated with various aspects of the Self, provide that creative behavior becomes the leading criterion for the formation of self-relationship. Thus, the authors decided to identify differences in the indicators of psychological self-relationship, depending on the severity of high school students and students of creative identity. The problem of creative identity in Russian psychology is not well understanding as is the problem of the self-concept of creative people. In accordance with the research da-

ta of a number of foreign scientists, there is currently insufficient data to prove differences in the self-relationship between creatives and non-creatives. The study involved 268 senior students of the city of Muravlenko, Yamalo-Nenets Autonomous Okrug and students of the Ural State Pedagogical University of Yekaterinburg aged 16 to 18 years. The age of the respondents ranged from 15 to 18 years. The following methods were conduct in the study: a creative identity questionnaire and a S. R. Pantileev's method for studying self-relationship. Based on an empirical study, it was reveal that between creative and non-creative respondents significant differences were reveal for all components of self-attitude, except for self-leadership and internal conflict. Because of the study, it turned out that creative individuals in adolescence are characterize by increased self-worth. They are more likely than their peers to consider themselves significant people for society are and loved ones.

FOR CITATION: Vodyakha, S. A., Vodyakha, Yu. E. (2020). Creative Identity and Self-Relationship of Personality of Senior Graduates and Students. In *Pedagogical Education in Russia*. No. 3, pp. 67-72. DOI: 10.26170/po20-03-07.

Анализируя базовые качества креативной личности многие психологи и философы отмечали в качестве базового отличия креатива от обычных людей особенности самоотношения. Р. Хьюз считает, что чем креативен человек, тем больше он сомневается в соответствии своего креативного продукта эталону творчества. Люди с низкой креативностью в качестве утешения довольствуются любым результатом, который может быть оценен окружающими достаточно высоко [4].

Обзор научной литературы по этой теме, осуществленный И. Лебудой совместно с М. Чиксенмихайи [9], приводит к выводу, что выдающиеся создатели отличаются от крепких профессионалов, которые не демонстрируют выдающихся достижений, благодаря их более высоким самоотношением, связанным с «базовой самооценкой» [6]. В целом, считается, что высокая самооценка является естественной характеристикой творческих личностей в целом, или, другими словами, самооценка положительно способствует творческим достижениям [15].

Однако, по мнению С. Дэна и С. Чжана, на сегодняшний день недостаточно эмпирических данных, доказывающих различия в самоотношении между креативами и некреативами [3]. Чувство собственного достоинства является весьма полезным ингредиентом креативности, потому что при необходимости надситуативной активности для решения проблемной ситуации это позволяет подростку быть уверенным в положительном результате. Таким образом, креативная идентичность и самоотношение являются важной предпосылкой творческой состоятельности в юношеском возрасте. Выявление соотношения креативности и самоотношения может помочь понять личностные особенности креативной личности и ресурсы личности, способствующие успешной творческой деятельности. Это может, в свою очередь, выяснить, какие компоненты самоотношения будут способствовать вовлечению в творческую деятельность [7; 12; 14; 16].

Проблема соотношения самоотношения и креативности особенно актуальны

для подростково-юношеского возраста, так как подростки относятся к группе населения с уязвимой самооценкой [13].

По мнению Б. Барбота и Б. Хойзера, подростковый возраст является критическим периодом как для развития личности, так и для креативности [1]. С наступлением половой зрелости, когнитивного развития и новых социальных требований подростки участвуют в формировании своей идентичности, которая часто связана с ролевой диффузией и самоотторжением. Это приводит к снижению самооценки до самого низкого уровня в течение всей жизни человека. Кроме того, если самооценка в детстве является довольно универсальной и неделимой конструкцией с почти неразличимыми гранями [5], то у подростка происходит диверсификация самооценок в зависимости от аспекта Я.

Различные аспекты Я становятся значимыми, в зависимости от того, как часто они становятся мерилем успешности в значимой деятельности подростка [10]. Среди общепризнанных «неакадемических» областей Я-концепции наиболее значимым является социальное, эмоциональное и физическое Я [11]. Исследователи самоотношения подростков чаще всего стремятся выявить каким образом самовоспринимаемые академические способности влияет на школьную успешность. В то же время, Дж. Кауфман считает, что успешность в художественной или творческой деятельности повышает самоуважение подростка [8]. Подростковый возраст является периодом идентификации и кристаллизации креативности [2]. Творческие опыты подростка постепенно формируют самовоспринимаемую креативность, которая становится основой формирования креативной идентичности. Креативная идентичность является организующим принципом как креативного самовосприятия, так и продуктивного проявления творческих способностей [11]. Сосредоточившись на творческих задачах, которые их интересуют, подростки постепенно «специализируют» свой творческий потенциал, формируя креативность как предметно-ориентированную способность. Эта специа-

лизация, в свою очередь, приводит к очевидной предметной специфике креативности и сложности использования общей креативности в качестве предиктора творческой деятельности. Поэтому более верным предиктором успешности в творческой деятельности будет показатель творческой идентичности. На основе вышеизложенных идей, авторы предположили, что представители подростково-юношеского возраста с разным уровнем креативной идентичности имеют существенные различия в самоотношении.

Методология исследования. В исследовании принимали участие 268 учащихся старших классов г. Муравленко ЯНАО и студентов УрГПУ г. Екатеринбурга возрасте от 16 до 18 лет. Отобранные выборки были расположены в разных частях УрФО, чтобы обеспечить репрезентативную выборку. Выборка была случайной и стратифицированной в зависимости от пола и возраста. Возраст респондентов варьировался от 15 до 18 лет, средний возраст – 16,8 лет (SD=.51). Данные собирались с сентября по декабрь 2019 года. Анкеты были заполнены на добровольной основе респондентами во время двух обычных 45-минутных занятий в отсутствие преподавателя и в присутствии обученного исследователя.

В исследовании были использованы следующие методики.

1. Опросник творческой идентичности, представляющий собой монометрическую шкалу из 15 пунктов. Испытуемые должны выразить степень своего согласия, используя шкалу Лайкерта.

2. Методика исследования самоотношения С. Р. Пантилеева.

Респонденты были разделены на две контрастные группы по уровню креативной идентичности. Таким образом, было выявлено 27 испытуемых с высоким уровнем выраженности креативной идентичности (креативов) и 28 испытуемых с низким уровнем выраженности креативной идентичности (нонкреативов). Для выявления особенностей самоотношения креативной личности юношеского возраста выявлялись различия между креативами и нонкреативами в выраженности различных показателей самоотношения. Различия вычислялись по критерию Стьюдента для независимых выборок в программе Статистика-10.

Таким образом, был проведен сравнительный анализ среднеарифметических креативных и некреативных представителей раннеюношеского возраста по параметрам показателей самоотношения (см. табл.).

Таблица

Различия креативов и нонкреативов по показателям самоотношения

	Среднее нонкреативы	Среднее креативы	t- критерий	p
Открытость	5,607	6,77	-3,38	0,001
Самоуверенность	4,89	6,33	-3,067	0,003
Саморуководство	5,428	6,11	-1,689	0,097
Отраженное самоотношение	5,037	6,33	-2,07	0,042
Самоценность	5,29	7,22	-3,708	0,0005
Самопринятие	5,07	6,0	-2,199	0,32
Самопривязанность	5,35	6,62	-2,583	0,013
Внутренний конфликт	5,53	4,62	1,9	0,6
Самообвинение	6,32	4,48	3,25	0,002

На основе анализа таблицы выявлено, что школьники и студенты с высоким уровнем креативной идентичности при сравнении с нонкреативными сверстниками различаются статистически по такому показателю, как открытость. Среднеарифметическая величина выраженности некреативных учащихся равна 5,607 против 6,77 у креативных (t-критерий Стьюдента равен -3,38 при уровне значимости не менее 0,001). На основе этого можно заключить, что креативные юноши более спонтанны и непосредственны. Они также более аутентичны в поведении и склонны действовать согласно своим внутренним убеждениям и не боятся быть непонятыми окружающими, потому что стремление поступать в соответствии с идеальной моделью поведения для них является важной психологической ха-

рактеристикой. Они стараются отказываться от манипуляции имиджем, принятым в разных социальных ситуациях, что может казаться недостатком коммуникативных средств, либо дезадаптацией. Нонкреативы, с одной стороны, малорефлексивны (что связано со склонностью к интеллектуальной ригидности), но в то же время стремление адекватно понимать поведение партнеров по общению приводит не просто к формированию социальной перцепции, но и к формированию способности соответствовать социальным ожиданиям разных субъектов взаимодействия. Поэтому они тщательно анализируют свои положительные и отрицательные качества, чтобы при случае показать себя в лучшем виде, ориентируясь на мотив социального одобрения.

Анализ таблицы демонстрирует, что

школьники и студенты с высоким уровнем креативной идентичности при сравнении с некреативными сверстниками статистически различаются по такому показателю, как самоуверенность. Среднеарифметическая величина выраженности некреативных учащихся равна 4,89 против 6,77 у креативных (t-критерий Стьюдента равен -3,067 при уровне значимости не менее 0,003). На основе этого можно заключить, что креативные юноши склонны рассматривать себя в качестве уверенного, самостоятельного, волевого и надежного человека, имеющего веские основания для самоуважения. Креативные старшеклассники и студенты чаще проявляют самоуверенность, высокое самоотношение и ощущают силу своего «Я». Некреативы менее удовлетворены своими возможностями и чаще характеризуются чувством собственной слабости, сомневаясь в собственной способности вызывать уважение у окружающих. Возможно, это связано с тем, что творческая деятельность в различных сферах жизнедеятельности приводит к достижению результатов, соответствующих социальным стандартам и креативным образцам. В связи с этим у них формируется представление о себе как о достойных и состоятельных индивидуальностях, вносящих позитивный вклад в развитие общества.

Показатели сравнительного анализа, представленные в таблице, наглядно показывают, что школьники и студенты с высоким уровнем креативной идентичности при сравнении с некреативными сверстниками статистически не различаются по такому показателю, как саморуководство. Среднеарифметическая величина выраженности некреативных учащихся равна 5,428 против 6,11 у креативных (t-критерий Стьюдента равен -1,689 при уровне значимости не менее 0,097). На основе этого можно заключить, что креативные учащиеся, так же как их некреативные сверстники, недостаточно отчетливо переживают собственное «Я». Независимо от выраженности креативности, одни склонны считать, что судьба находится в их руках, испытывая чувство обоснованности и последовательности своих внутренних побуждений. Другие считают свое «Я» подвластным внешним обстоятельствам, обладая экстернальным и размытым локусом контроля. Испытуемый может сделать вывод, что умение управлять и справляться с эмоциями и переживаниями по поводу самого себя не зависит от опыта достижений или способностей, т. к. связано с атрибутивным стилем, усвоенным в детстве и действующим автоматически.

Анализ таблицы манифестирует статистические различия между креативами и

некреативами по такому показателю, как отраженное самоотношение. Среднеарифметическая величина выраженности некреативных учащихся равна 5,037 против 6,33 у креативных (t-критерий Стьюдента равен -2,07 при уровне значимости не менее 0,042). На основе этого можно заключить, что креативная идентичность формирует представление о том, что личность удовлетворяет потребность в персонализации и может вызывать у других уважение, аттракцию, одобрение и понимание его чувств, поступков и мыслей. Данные различия обусловлены в формирующемся у креативной личности антиципаторном стремлении общаться с людьми, которые разделяют позитивные социальные ожидания относительно субъекта. Креативная личность зачастую привыкает к тому, что большинство нормальных людей относятся к ним с симпатией. Им трудно понимать людей, которые испытывают к ним антипатию. Если подобные партнеры встречаются, то они рассматриваются как неадекватные люди, которые отличаются недостатком общего или социального интеллекта. Некреативы либо не интересуются отношением окружающих к ним, либо стараются понять, что они делают неправильно с точки зрения других людей, и скорректировать свое поведение.

Наиболее значимые различия между креативами и некреативами были выявлены по такому показателю, как самооценка. Среднеарифметическая величина выраженности некреативных учащихся равна 5,29 против 7,22 у креативных (t-критерий Стьюдента равен -3,708 при уровне значимости не менее 0,0005). На основе этого можно заключить, что креативы отличаются высокой или завышенной самооценкой. Они ориентированы на внутренние экзистенциальные критерии духовности, богатства внутреннего мира и способны вызывать в других глубинные чувства. Творческие личности склонны считать себя весьма ценными людьми для близких людей и общества в целом (независимо от того, насколько общество ценит их личный вклад в свое развитие). Креативные люди склонны рассматривать свое существование в мире людей как выполнение некоей миссии, призванной внести важный вклад в культурно-исторический опыт человечества. Некреативы чаще склонны сомневаться в ценности собственной личности, недооценивая свое духовное «Я», относясь отстраненно и безразлично к своему внутреннему миру.

На основе анализа таблицы выявлено, что в раннеюношеском возрасте креативы превосходят некреативных сверстников по такому показателю, как самопринятие. Среднеарифметическая величина выра-

женности некреативных учащихся равна 5,07 против 6,0 у креативных (t-критерий Стьюдента равен -2,199 при уровне значимости не менее 0,32). На основе этого можно заключить, что креативность как форма самовыражения в подростковом возрасте (второго пика развития) является важным источником экзистенциональной позиции личности, выражающейся в принятии своих положительных качеств и восприятии отрицательных как акцентуации положительных. Креативы испытывают глубокую симпатию к себе, функционируя в согласии со своими внутренними побуждениями. Они принимают себя такими как есть, пусть даже с определенными недостатками. Креатив одобряет свои планы и желания, дружески и благожелательно относится к себе.

На основе анализа таблицы выявлено, что школьники и студенты с высоким уровнем креативной идентичности при сравнении с некреативными сверстниками различаются по такому показателю, как самопривязанность. Среднеарифметическая величина выраженности некреативных учащихся равна 5,35 против 6,62 у креативных (t-критерий Стьюдента равен -2,583 при уровне значимости не менее 0,013). На основе этого можно заключить, что креативные личности, несмотря на высокий уровень личностной гибкости, отличаются консервативной самодостаточностью и не склонны кардинально изменяться. Они могут казаться самодовольными, но на самом деле креативы отличаются выраженной самодостаточностью. Если некреативы будут считать себя успешными в определенной области достижений, при условии одобрения со стороны окружающих, то креативу необходима в качестве внешнего драйвера активности лишь поддержка представителей референтной группы. Креативы не страдают от завышенной самооценки, они считают высокую самооценку естественным следствием внешнего и внутреннего подкрепления их поведения, которое чаще приводило к успеху, чем у сверстников.

На основе анализа таблицы выявлено, что респонденты с высоким уровнем креативной идентичности статистически при сравнении некреативными сверстниками не различаются по такому показателю, как внутренний конфликт. Среднеарифметическая величина выраженности некреативных учащихся равна 5,53 против 4,62 у креативных (t-критерий Стьюдента равен 1,9 при уровне значимости не менее 0,6). На основе этого можно заключить, что креативные личности могут быть склонны к чрезмерному самокопанию и негативной самооценочной рефлексии, так же как и их некреативные сверстники. Другими словами, внутрен-

няя конфликтность не является обязательным спутником творческого труда.

Одни креативы в процессе порождения креативного продукта испытывают бремя тягостных сомнений в своей способности разрешить проблемную ситуацию, другие довольно быстро принимают верное решение, не сомневаясь в его истинности. Отсутствие внутренних конфликтов у креативов и некреативов обусловлено скорее всего разными детерминантами. Креатив, не испытывающий внутреннего конфликта при разрешении нестандартной ситуации, чреватой стрессом обновления, относится к действительности как бесконечному полю возможностей, в котором любой творческий продукт будет востребован, независимо от его соответствия эталону. Некреатив зачастую не испытывает внутреннего конфликта, потому что склонен депроблематизировать действительность. Окружающий мир, включающий его самого, ему кажется предсказуемым и однозначным.

Внутренний конфликт креатива состоит в постоянном поиске творческого продукта, соответствующего неуловимому эталону. Эталон творческого продукта постоянно меняется и трансформируется, поэтому возникает чувство, что плоды его творческого труда бесполезны и никчемны. Ценность личности креатива проявляется в оценке его творческих достижений. Чувство конфликтности собственного «Я» некреатива является показателем психологического неблагополучия, признанием собственной неполноценности.

Креативные молодые люди при сравнении с некреативными сверстниками статистически различаются по такому показателю, как самообвинение. Среднеарифметическая величина выраженности некреативных учащихся равна 6,32 против 4,48 у креативных (t-критерий Стьюдента равен 3,25 при уровне значимости не менее 0,002). На основе этого можно заключить, что креативы обладают здоровым подходом в оценке своих успехов и неудач. При достижении успеха они исходят из личностной атрибуции, объясняющей причины достижений своими способностями, а неудачи случайностью. Этот однополюсный показатель креативов исходит из внутреннего локуса контроля, они считают, что они могут управлять обстоятельствами своей жизни.

Выводы:

1. Креативные личности в подростково-юношеском возрасте имеют существенные различия в большинстве показателей самоотношения.

2. Творческие личности отличаются повышенной самооценностью. Они в большей степени, чем их сверстники, склонны счи-

тать себя значимыми людьми для общества и близких.

3. Креативная идентичность не связана с внутренним конфликтом. Внутренний конфликт творческих и нетворческих лю-

дей отличается по характеру переживания, но частота его проявления не зависит от стремления к творческому преобразованию внешнего и внутреннего мира.

REFERENCES

1. Barbot, B., Heuser, B. (2017). Creativity and identity formation in adolescence: A developmental perspective. In Karwowski, M., Kaufman, J. C. (Eds.). *The creative self: Effect of beliefs, self-efficacy, mindset, and identity*. London, Academic Press, pp. 87-98.
2. Beghetto, R. A., Dilley, A. E. (2016). Creative aspirations or pipe dreams? Toward understanding creative mortification in children and adolescents. In *New Directions for Child and Adolescent Development*, pp. 85-95.
3. Deng, X.-P., Zhang, X.-K. (2011). Understanding the relationship between self-esteem and creativity: A meta-analysis. In *Advances in Psychological Science*. No. 19, pp. 645-651.
4. Hughes, R. (1996). Modernism's patriarch – the Cezanne exhibition in Philadelphia is and epic humbling event, fully worthy of its great subject. In *Time Magazine*. No. 147, pp. 72-74.
5. Jacobs, J. E., Lanza, S., Osgood, D. W., et al. (2002). Changes in children's self-competence and values: Gender and domain differences across grades one through twelve. In *Child Development*. No. 73, pp. 509-527.
6. Judge, T. A., Erez, A., Bono, J. E., et al. (2002). Are measures of self-esteem, neuroticism, locus of control, and generalized self-efficacy indicators of a common core construct? In *Journal of Personality and Social Psychology*. No. 83, pp. 693-710.
7. Karwowski, M. (2016). The dynamics of creative self-concept: Changes and reciprocal relations between creative self-efficacy and creative personal identity. In *Creativity Research Journal*. No. 28, pp. 99-104.
8. Kaufman, J. C. (Ed.). *The creative self: Effect of beliefs, self-efficacy, mindset, and identity*. London, Academic Press, pp. 137-152.
9. Lebuda, I., Csikszentmihalyi, M. (2017). Me, myself, I, and creativity: Self-concepts of eminent creators. In Karwowski, M., Lubart, T. I., Besancon, M., et al. (Eds.). *EPoC: Evaluation du potentiel creatif (EPoC)*. Paris, France, Editions Hogrefe France.
10. Marsh, H. W., Craven, R., Debus, R. (1998). Structure, stability, and development of young children's self-concepts: A multicohort – multioccasion study. In *Child Development*. No. 69, pp. 1030-1053.
11. Plucker, J. A., Beghetto, R. A. (2004). Why creativity is domain general, why it looks domain specific, and why the distinction does not matter. In Sternberg, R. J., Grigorenko, E. L., Singer, J. L. (Eds.). *Creativity: From potential to realization*. Washington, DC, American Psychological Association, pp. 153-167.
12. Puryear, J. S., Kettler, T., Rinn, A. N. (2017). Relationships of personality to differential conceptions of creativity: A systematic review. In *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*. No. 11, pp. 59-68.
13. Royston, R., Reiter-Palmon, R. (2017). Creative self-efficacy as mediator between creative mindsets and creative problem-solving. In *The Journal of Creative Behavior*.
14. Silvia, P. J., Phillips, A. G. (2004). Self-awareness, self-evaluation, and creativity. In *Personality and Social Psychology Bulletin*. No. 30, pp. 1009-1017.
15. VanderArk, S. (1989). Self-esteem, creativity, and music: Implications and directions for research. In *Suncoast Music Education Forum on Creativity*, pp. 1-19.
16. Wang, Y., Wang, L. (2016). Self-construal and creativity: The moderator effect of self-esteem. In *Personality and Individual Differences*.