

Identifying Mental Patterns of Creativity in Successful Entrepreneurs: A Phenomenological Study

Farshid. Ghasemi Dijvejin^{1*} 

¹ Ph.D. in Business Administration, Entrepreneurship Major, Faculty of Management and Technology, New York international university, Istanbul, Türkiye

* Corresponding author email address: NewYorkAcademyFGD@gmail.com

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Ghasemi Dijvejin, F. (2025). Identifying Mental Patterns of Creativity in Successful Entrepreneurs: A Phenomenological Study. *Journal of Technology in Entrepreneurship and Strategic Management*, 4(3), 1-13.



© 2025 the authors. Published by KMAN Publication Inc. (KMANPUB), Ontario, Canada. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

The present study aimed to identify and explain the mental patterns of creativity in successful entrepreneurs using a phenomenological approach. This qualitative study employed a phenomenological design. Participants included 24 successful entrepreneurs residing in Tehran, selected through purposive and snowball sampling. Data were collected through semi-structured interviews and continued until theoretical saturation was achieved. Thematic analysis was conducted using NVivo version 14. Peer review and participant feedback were used to ensure the credibility of the findings. Data analysis led to the identification of four main themes: "self-awareness and inner understanding," "divergent thinking and cognitive creativity," "constructive interactions and social learning," and "goal-oriented and action-based mindset." These themes encompassed 21 subthemes and over 100 open codes. Findings revealed that creativity in successful entrepreneurs is the result of a multidimensional interaction between intrinsic motivation, lived experience, social engagement, and active mental processes. The results suggest that creative mentality in successful entrepreneurs is not a fixed trait but a dynamic, purposeful, and context-dependent process shaped through interaction with the self, the environment, and others. These findings have implications for the design of educational programs and entrepreneurship development interventions.

Keywords: Mental patterns, creativity, entrepreneurship, qualitative research, phenomenology

Introduction

Creativity is increasingly recognized as a multidimensional phenomenon that lies at the heart of successful entrepreneurship. Beyond being a cognitive skill, creativity represents an integration of emotional, motivational, and social processes that converge within the mental framework of individuals. In entrepreneurial contexts, creativity enables individuals to generate novel solutions, navigate uncertainty, and construct value in complex, competitive environments (Saxena, 2021; Yi et al., 2023). The mental patterns that underlie such creativity remain an area of profound interest and inquiry, particularly within the lived experiences of high-performing entrepreneurs.

Recent conceptual frameworks have attempted to distinguish the cognitive processes that fuel creativity from its emotional and motivational antecedents. For instance, the role of mental imagery and relational reasoning has been emphasized as a catalyst for idea generation and innovation (Ferreria, 2024). Similarly, imaginative processes such as visualization and reflective introspection have been linked to entrepreneurial intuition and foresight (Fearn, 2025; Xiaoxia, 2020). Such findings suggest that successful entrepreneurs often rely on dynamic and structured mental patterns that guide creative decision-making. These patterns are not merely abstract or theoretical but deeply rooted in experiential learning and personal narratives.

Additionally, researchers have begun exploring the psychological correlates of creativity from alternative angles, including its connections to mental adversity and emotional sensitivity (Kagaba, 2024). The complexity of these relationships illustrates the non-linear and at times paradoxical nature of creativity, which can thrive both in moments of cognitive clarity and psychological distress. Cultural and contextual factors also play a significant role. For example, ethnographic studies on indigenous populations show how creativity can be shaped by local worldviews, traditions, and technological engagements (Bereznitsky, 2021). In modern entrepreneurial ecosystems, creativity is similarly influenced by sociocultural dynamics, professional identity, and digital environments (Smith et al., 2025; Yela Aránega et al., 2023).

From an applied perspective, creative thinking is essential for leadership, innovation, and long-term business sustainability. Research in organizational behavior highlights that leadership style, justice perceptions, and motivational climate significantly impact the expression of creativity in work environments (Jaboob et al., 2023; Salehi Nia et al., 2023). Furthermore, studies in motor skill development and educational psychology suggest that creativity is not an isolated trait but a cultivated capacity that thrives through feedback, collaboration, and contextual engagement (Hamzah et al., 2023; Mizal & Al-Noori, 2020).

Despite growing theoretical and empirical attention, a gap persists in the understanding of how successful entrepreneurs themselves *experience* and *construct* creative mental processes. Much of the existing research employs quantitative approaches or focuses on external outcomes, often overlooking the subjective dimensions of creativity. Phenomenological inquiry, by contrast, enables a deep exploration of the internal and lived world of entrepreneurs, capturing how they perceive, interpret, and mobilize their creativity in real-life contexts (Fearn, 2025; Oktaviani, 2022).

Therefore, the present study was designed to identify and explore the mental patterns that characterize creativity in successful entrepreneurs, using a phenomenological approach. It sought to uncover the experiential structures, thematic narratives, and underlying cognitive-emotional dynamics that

shape creative action. In doing so, it aimed to contribute a nuanced understanding of entrepreneurial creativity that integrates personal introspection, social learning, and goal-driven cognition.

Methods and Materials

This research employed a qualitative, phenomenological research design to explore the lived experience of creativity among successful entrepreneurs. The participants consisted of 24 entrepreneurs residing in Tehran, selected through purposive and snowball sampling methods. Inclusion criteria involved demonstrable entrepreneurial success (minimum five years of sustained business performance), willingness to participate, and ability to reflect on personal experiences related to creativity.

Data were collected via semi-structured interviews, each lasting between 45 to 75 minutes. Interviews continued until theoretical saturation was achieved. The interview guide was designed to elicit rich descriptions of participants' cognitive strategies, emotional responses, and behavioral practices related to creativity. All interviews were audio-recorded with informed consent, fully transcribed, and anonymized.

Data analysis followed the thematic analysis method. The transcripts were coded inductively using NVivo version 14. The analytic process involved initial open coding, followed by axial coding to identify thematic categories, and selective coding to develop overarching themes. Credibility was enhanced through member checking, peer debriefing, and triangulation of codes.

Findings

The analysis led to the identification of four main themes: (1) Self-awareness and Inner Understanding, (2) Divergent Thinking and Cognitive Creativity, (3) Constructive Interactions and Social Learning, and (4) Goal-oriented and Action-based Mindset. These overarching categories encompassed 21 subthemes and over 100 open codes.

The first theme, *Self-awareness and Inner Understanding*, revealed that participants viewed creativity as originating from a deep awareness of their personal strengths, intrinsic motivations, and emotional resilience. They emphasized their ability to reflect on past experiences, regulate emotions, and maintain psychological flexibility as key enablers of their creativity.

The second theme, *Divergent Thinking and Cognitive Creativity*, highlighted the use of idea play, problem redefinition, and imaginative simulation as core strategies. Participants described the use of mental imagery, hypothetical thinking, and scenario planning to test out new ideas. Intuitive insights and heuristic shortcuts were also frequently reported.

The third theme, *Constructive Interactions and Social Learning*, emphasized the interpersonal dimensions of creativity. Participants pointed to learning from mentors, engaging in collaborative discussions, receiving feedback, and building professional networks as crucial to refining and expanding their creative capacity.

The fourth theme, *Goal-oriented and Action-based Mindset*, illustrated how creativity was integrated into participants' strategic planning and execution. They stressed having a clear vision, acting incrementally, taking calculated risks, and adapting flexibly to changing conditions as key elements of their mental framework.

Discussion and Conclusion

The findings of this study offer a rich, multi-dimensional understanding of how creativity manifests in the lived experience of successful entrepreneurs. Unlike simplistic models that view creativity

as a fixed trait or discrete output, the participants in this research expressed creativity as a dynamic interplay between self-awareness, cognitive adaptability, and social interaction. Their mental patterns were not passive structures but active processes shaped by motivation, reflection, and goal alignment.

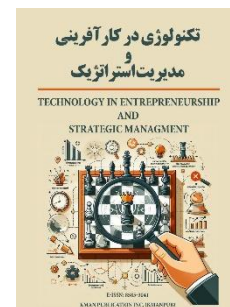
The strong emphasis on *self-awareness* and *emotional regulation* affirms earlier findings on the role of internal states in creative functioning. What distinguishes these entrepreneurs, however, is their ability to translate emotional insight into purposeful creative action. This echoes theoretical perspectives that link creativity with both introspective depth and executive function, reinforcing the idea that successful entrepreneurs are both reflective and action-driven.

The prominence of *divergent thinking* supports existing theories of creative cognition but extends them by illustrating how mental flexibility is developed through experience rather than innate capacity. Participants employed strategies such as mental simulations, analogical reasoning, and intuition-based filtering — strategies that are often inaccessible in structured assessments but critical in real-world problem-solving.

Social learning emerged as a crucial, and often underexplored, component of entrepreneurial creativity. The act of sharing, debating, and refining ideas in a communal context was viewed not just as a support mechanism, but as a cognitive process in itself. This aligns with dialogical theories of mind and reinforces the concept of distributed creativity in organizational and entrepreneurial environments.

Finally, the theme of *goal-directed creativity* sheds light on the intentional and strategic nature of creative action in entrepreneurial settings. Creativity was not pursued for its own sake but was integrated into a broader vision of success, growth, and adaptability. This challenges romanticized notions of spontaneous creativity and repositions it as a disciplined, iterative, and goal-aligned process.

In conclusion, this study contributes to a more holistic understanding of creativity by elucidating the mental patterns through which it is constructed and operationalized in entrepreneurial practice. It affirms the importance of experiential and introspective approaches to studying creativity and highlights the need to integrate emotional, cognitive, and social dimensions into educational and developmental programs for entrepreneurs. These findings may inform interventions, training curricula, and policy frameworks aimed at fostering creativity in the entrepreneurial sector.



شناسایی الگوهای ذهنی خلاقیت در کارآفرینان موفق: مطالعه‌ای پدیدارشناختی

فرشید قاسمی دیجوجین^۱

۱. دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش کارآفرینی، دانشکده مدیریت و فناوری، دانشگاه بین‌المللی نیویورک، استانبول، ترکیه

*ایمیل نویسنده مسئول: NewYorkAcademyFGD@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی/اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

قاسمی دیجوجین، فرشید. (۱۴۰۴). شناسایی الگوهای ذهنی خلاقیت در کارآفرینان موفق: مطالعه‌ای پدیدارشناختی. *تکنولوژی در کارآفرینی و مدیریت استراتژیک*، ۴(۳)، ۱۳-۱.



© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تبیین الگوهای ذهنی خلاقیت در کارآفرینان موفق با بهره‌گیری از روش پدیدارشناختی است. این مطالعه با رویکرد کیفی و روش پدیدارشناسی انجام شد. مشارکت‌کنندگان شامل ۲۴ نفر از کارآفرینان موفق ساکن تهران بودند که به صورت هدفمند و با روش گلوله‌برفی انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته بود و مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. داده‌های حاصل با استفاده از روش تحلیل مضمون و به کمک نرم‌افزار NVivo نسخه ۱۴ تحلیل شدند. برای اطمینان از اعتبار یافته‌ها از بازبینی همتایان و تأیید مشارکت‌کنندگان استفاده شد. تحلیل داده‌ها منجر به شناسایی چهار مضمون اصلی شامل «خودشناسی و درک درونی»، «تفکر واگرا و خلاقیت شناختی»، «تعاملات سازنده و یادگیری اجتماعی» و «جهت‌گیری هدفمند و اقدام‌گرایانه» شد. در این مضامین، ۲۱ زیرمضمون و بیش از ۱۰۰ مفهوم (کد باز) شناسایی گردید. یافته‌ها نشان دادند که خلاقیت در کارآفرینان موفق حاصل تعامل چندبعدی بین انگیزش درونی، تجربه زیسته، تعامل اجتماعی، و فرایندهای ذهنی فعال است. نتایج پژوهش بیانگر آن است که ذهنیت خلاق در کارآفرینان موفق نه یک صفت ثابت، بلکه فرآیندی پویا، هدفمند و زمینه‌محور است که در تعامل با خود، محیط و دیگران شکل می‌گیرد. این یافته‌ها می‌تواند در طراحی برنامه‌های آموزشی و مداخلات توسعه کارآفرینی مورد استفاده قرار گیرد.

کلیدواژگان: الگوهای ذهنی، خلاقیت، کارآفرینی، پژوهش کیفی، پدیدارشناسی

مقدمه

خلاقیت به عنوان یکی از بنیان‌های اصلی موفقیت در کارآفرینی شناخته می‌شود و نقشی حیاتی در فرآیند تصمیم‌گیری، حل مسئله، نوآوری و سازگاری با محیط‌های ناپایدار ایفا می‌کند. مطالعات گوناگون نشان داده‌اند که خلاقیت نه صرفاً یک توانایی شناختی، بلکه ترکیبی از فرایندهای ذهنی، هیجانی، فرهنگی و اجتماعی است که درون نظام‌های ذهنی افراد ریشه دارد (Fearn, 2025; Saxena, 2021). کارآفرینان موفق، به‌ویژه در بسترهای پیچیده و رقابتی، قادر به بهره‌گیری از ساختارهای ذهنی منحصربه‌فردی هستند که مسیر خلاقیت را تسهیل می‌کند و آن را به کنش عملی بدل می‌سازد (Yela Aránega et al., 2023; Yi et al., 2023).

در زمینه نظری، پژوهش‌های اخیر به نقش پویای تخیل، خودبازتابی و انگیزش درونی در فرایند خلاقیت تأکید دارند. به‌ویژه، نقش «تصورسازی ذهنی» در تسریع تصمیم‌سازی و طراحی‌های نوآورانه پررنگ شده است (Ferreria, 2024). این دیدگاه بر آن است که ذهن خلاق، صرفاً مولد ایده‌های نو نیست، بلکه قادر به بازسازی تجربه و تحلیل پدیده‌ها از دریچه‌ای نوآورانه است. در همین راستا، مدل‌های نوظهوری همچون «سنتیومیکس» تلاش کرده‌اند الگوهای دینامیکی مرتبط با ادراک خلاقانه و هیجانی را شناسایی و تبیین کنند (Pereira & Aguiar, 2022).

یکی از محورهای برجسته در بررسی خلاقیت، تمایز بین خلاقیت به مثابه فرایند و خلاقیت به مثابه محصول است. در دیدگاه فرآیندی، تأکید بر نقش انگیزه، درگیری عاطفی، و تفکر واگرا به عنوان موتورهای اصلی خلاقیت است (Baheel, 2021; Hamzah et al., 2023). از سوی دیگر، دیدگاه محصول‌محور بیشتر به نتایج ملموس خلاقانه می‌پردازد، همچون دستاوردهای هنری، نوآوری‌های فناورانه یا راه‌حل‌های کارآمد تجاری. با این حال، آنچه در پژوهش حاضر مورد توجه است، ساختارهای ذهنی زیربنایی خلاقیت در قالب تجربه زیسته‌ی کارآفرینان موفق است؛ ساختارهایی که اغلب در لایه‌های پنهان روان انسان قرار دارند و نیاز به کشف کیفی دارند (Fearn, 2025; Mizal & Al-Noori, 2020).

دیدگاه‌های انسان‌گرایانه و روان‌تحلیلی نیز نقش مهمی در تبیین خلاقیت ایفا کرده‌اند. برای مثال، برخی مطالعات به پیوند میان خلاقیت و شرایط روانی خاص از جمله اضطراب، وسواس یا دوقطبی پرداخته‌اند و آن را به عنوان شکلی از سازگاری روانی تفسیر کرده‌اند (Kagaba, 2024). این دیدگاه‌ها بر این باورند که ذهن خلاق، برخلاف تصور رایج، ممکن است در بستری از چالش‌های روان‌شناختی رشد کند و الگوهای ذهنی خاصی را برای بقا و معنا یافتن در جهان توسعه دهد. همچنین، رابطه خلاقیت با عناصر فرهنگی و بومی در ساختار ذهنی افراد نیز توسط برخی محققان بررسی شده است. برای مثال، در مطالعه‌ای در منطقه‌ی آمور-ساخالین نشان داده شد که تکنولوژی‌های بومی و اسطوره‌های قومی چگونه در شکل‌گیری الگوهای خلاقیت نقش دارند (Bereznitsky, 2021).

با توجه به اهمیت روزافزون خلاقیت در توسعه فردی و سازمانی، نقش آن در زمینه کارآفرینی بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته است. کارآفرینان نه تنها باید خلاق باشند، بلکه باید بتوانند خلاقیت خود را به کنش مؤثر، تصمیمات سریع و راهبردهای پایدار تبدیل کنند. این امر مستلزم الگوهای ذهنی خاصی است که توان تطبیق بالا، انعطاف شناختی، انگیزش درونی و آگاهی اجتماعی را تلفیق نماید (Jaboob, 2023; Salehi Nia et al., 2023; et al., 2023). از این منظر، بررسی پدیدارشناختی تجربه ذهنی کارآفرینان موفق می‌تواند راهی برای کشف ماهیت واقعی این الگوها باشد.

یکی از ابعاد مغفول‌مانده در ادبیات موجود، فقدان توجه کافی به تجربه زیسته و نگاه درونی افراد خلاق در بسترهای واقعی است. بیشتر پژوهش‌ها به صورت کمی یا مفهومی به موضوع پرداخته‌اند، اما پژوهش‌های کیفی عمیق با تأکید بر معنا و تجربه کمتر انجام شده‌اند.

(Liu et al., 2021; Smith et al., 2025). از سوی دیگر، تحقیقات نشان داده‌اند که ویژگی‌های محیطی، از جمله حمایت اجتماعی، سبک رهبری و عدالت سازمانی نیز در حفظ و رشد خلاقیت نقش مؤثری دارند. برای نمونه، پژوهشی بر روی کارکنان سازمانی نشان داد که سبک رهبری مشارکتی و عدالت سازمانی، در تقویت خلاقیت نقشی کلیدی دارد (Jaboob et al., 2023).

در همین راستا، با رشد اقتصاد دیجیتال و تحولات فناوری، ساختار ذهنی کارآفرینان دستخوش تغییرات پیچیده‌ای شده است. کارآفرینی در عصر دیجیتال مستلزم توانایی درک الگوهای پیچیده، تجسم راه‌حل‌های چندبعدی و تعامل با فناوری به‌عنوان ابزاری برای خلاقیت است. این امر در مطالعات اخیر نیز مورد توجه قرار گرفته است، به‌ویژه در زمینه آموزش هنرهای کاربردی و طراحی صنعتی، که تأکید زیادی بر تفکر طراحی و تخیل تصویری دارد (Baheel, 2021; Xiaoxia, 2020).

از دیدگاه علوم اعصاب و روان‌شناسی شناختی نیز، شواهدی در مورد عدم تقارن عملکرد نیمکره‌ها و تأثیر آن بر تجسم بصری و خلاقیت ارائه شده است. یافته‌ها حاکی از آن است که نیمکره راست نقش پررنگ‌تری در فرآیند تصویرسازی ذهنی دارد و ممکن است در الگوهای ذهنی خلاق افراد برجسته‌تر عمل کند (Liu et al., 2021). این یافته‌ها به درک عمیق‌تری از زیرساخت‌های عصبی و ذهنی خلاقیت کمک کرده‌اند.

در این میان، خلاقیت تنها به‌عنوان یک توانایی فردی در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه بخشی از هویت حرفه‌ای افراد است، به‌ویژه در میان کارآفرینانی که در صنایع نوپا و پرریسک فعالیت دارند. در این بافتار، خلاقیت می‌تواند به‌عنوان یک راهبرد بقاء و سازگاری در نظر گرفته شود، نه صرفاً یک استعداد ذاتی. به همین دلیل، بررسی عمیق تجربه ذهنی و الگوهای فکری افراد خلاق، به‌ویژه کارآفرینان موفق، می‌تواند به کشف ابعاد پنهان این فرایند کمک کند (Hamzah et al., 2023; Oktaviani, 2022).

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تحلیل الگوهای ذهنی خلاقیت در کارآفرینان موفق با استفاده از روش پدیدارشناسی طراحی شده است. تمرکز اصلی پژوهش، دستیابی به فهمی عمیق از نحوه تجربه ذهنی خلاقیت در بسترهای واقعی کارآفرینی، درک فرایندهای درونی، راهبردهای ذهنی و انگیزش‌های پنهان مشارکت‌کنندگان است.

روش پژوهش

این پژوهش با رویکرد کیفی و با استفاده از روش پدیدارشناسی انجام شد تا به شناسایی الگوهای ذهنی خلاقیت در کارآفرینان موفق پرداخته شود. جامعه‌ی آماری شامل کارآفرینان موفق ساکن شهر تهران بود که دست‌کم پنج سال سابقه فعالیت کارآفرینانه و تجربیات قابل توجهی در راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار داشتند. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و با روش گلوله‌برفی انجام گرفت. معیارهای ورود شامل موفقیت اثبات‌شده در کسب‌وکار، تمایل به مشارکت، و توانایی بیان تجربیات خلاقانه بود. نمونه‌گیری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت تعداد ۲۴ نفر به عنوان مشارکت‌کننده نهایی در پژوهش حضور یافتند.

برای گردآوری داده‌ها از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. سؤالات مصاحبه به گونه‌ای طراحی شدند که امکان کشف عمیق تجارب ذهنی، فرایندهای فکری و الگوهای خلاقانه مشارکت‌کنندگان فراهم شود. مدت زمان هر مصاحبه بین ۴۵ تا ۷۵ دقیقه بود و تمامی مصاحبه‌ها با رضایت آگاهانه افراد ضبط و سپس به‌صورت کامل پیاده‌سازی شد. قبل از انجام مصاحبه‌ها، اطلاعات لازم در خصوص هدف پژوهش، محرمانگی اطلاعات و نحوه استفاده از داده‌ها به مشارکت‌کنندگان ارائه گردید.

داده‌های گردآوری‌شده با استفاده از روش تحلیل مضمون مبتنی بر رویکرد پدیدارشناختی مورد بررسی قرار گرفت. به‌منظور مدیریت و سازماندهی داده‌ها و همچنین تسهیل در کدگذاری، از نرم‌افزار NVivo نسخه ۱۴ استفاده شد. فرایند تحلیل در سه مرحله شامل کدگذاری

اولیه، استخراج مضامین محوری و ترکیب نهایی مضامین صورت گرفت. اعتبار و پایایی تحلیل‌ها از طریق بازبینی مضامین توسط پژوهشگر دوم و بازخورد شرکت‌کنندگان تأیید شد. همچنین، جهت افزایش اطمینان از یافته‌ها، راهبردهایی نظیر بازبینی همکار، مرور مشارکت‌کنندگان و استفاده از نقل‌قول‌های مستقیم مشارکت‌کنندگان به کار گرفته شد.

یافته‌ها

در این پژوهش، ۲۴ نفر از کارآفرینان موفق ساکن تهران شرکت داشتند. از این تعداد، ۱۵ نفر مرد (۶۲.۵٪) و ۹ نفر زن (۳۷.۵٪) بودند. میانگین سنی مشارکت‌کنندگان ۴۳.۷ سال (با دامنه سنی بین ۳۲ تا ۵۶ سال) بود. در خصوص سطح تحصیلات، ۵ نفر (۲۰.۸٪) دارای مدرک دیپلم یا کمتر، ۱۰ نفر (۴۱.۶٪) دارای مدرک کارشناسی، و ۹ نفر (۳۷.۵٪) دارای مدرک کارشناسی ارشد یا بالاتر بودند. حوزه فعالیت آن‌ها شامل صنایع خلاق، فناوری اطلاعات، خدمات مالی، تولید، و گردشگری بود. میانگین سابقه فعالیت کارآفرینانه ۱۲.۳ سال گزارش شد.

جدول ۱

مضامین اصلی، زیرمضامین و مفاهیم استخراج‌شده از داده‌ها

مضمون اصلی	زیرمضامین (مقوله‌های فرعی)	مفاهیم (کدهای باز)
۱. خودشناسی و درک درونی	شناخت شخصی انگیزش درونی خودنظارتی و بازاندیشی تاب‌آوری روانی مهارت مدیریت هیجان ساختاردهی ذهنی	تحلیل نقاط قوت، شناسایی استعدادهای فردی، اعتماد به مهارت‌ها، تجربیات موفق پیشین، بازتاب فردی پذیرش شکست به عنوان فرصت، نگرش رشد، تمایل به یادگیری، انعطاف‌پذیری ذهنی، بازسازی ذهنی پس از خطا، تلاش برای بهتر شدن لذت از فرآیند، علاقه ذاتی به خلق، کنجکاوی مداوم، تعهد شخصی، پیگیری بدون پاداش بیرونی بازبینی عملکرد روزانه، خودارزیابی، یادگیری از اشتباهات، اصلاح مسیر، تحلیل احساسات تحمل ابهام، عبور از شکست، کنترل هیجان در بحران، بازگشت به مسیر پس از ناکامی کنترل خشم، تبدیل اضطراب به انرژی، آرام‌سازی ذهنی، تحمل فشار، تنظیم هیجانات برنامه‌ریزی ذهنی، تعیین اولویت‌ها، سازماندهی افکار، تصویرسازی ذهنی موفقیت ترکیب ایده‌های نامعمول، آزمون ذهنی فرضیات، ایده‌پردازی آزاد، طرح‌ریزی سناریوهای متنوع
۲. تفکر واگرا و خلاقیت شناختی	تفکر مبتنی بر مسئله استفاده از تجربه زیسته تخیل فعال تحلیل خلاقانه اطلاعات شهود شناختی	تعریف مجدد مسئله، نگاه چندجانبه، یافتن راه‌حل‌های بدیع، استفاده از ابهام به عنوان فرصت بازسازی تجربیات گذشته، تطبیق تجربیات پیشین، الگوگیری از خاطرات کاری، تجربه‌محوری در تصمیم‌گیری تصویرسازی آینده، ساخت دنیای ذهنی، شبیه‌سازی موفقیت، تخیل راه‌حل‌های نو ارتباط بین داده‌های نامرتبط، کشف الگوهای پنهان، مقایسه‌های خلاقانه، تحلیل انعطاف‌پذیر اتکا به حس درونی، درک لحظه‌ای فرصت، شهود موقعیتی، اعتماد به الهام‌های ذهنی مشاهده افراد موفق، الگوبرداری مثبت، گفتگو با هم‌صنفی‌ها، دریافت بازخورد، شرکت در کارگاه‌ها
۳. تعاملات سازنده و یادگیری اجتماعی	ارتباط مؤثر و الهام‌بخش شبکه‌سازی هدفمند پذیرش انتقاد تسهیم دانش	برقراری روابط معنادار، تعامل بین فردی مثبت، انتقال انرژی به تیم، توانایی تشویق دیگران گسترش روابط حرفه‌ای، تعامل با فعالان صنعت، همکاری با متخصصان، تبادل ایده شنیدن بازخورد سازنده، بررسی انتقادات، اصلاح براساس نظرات، عدم دفاع در برابر نقد به اشتراک‌گذاری تجربیات، آموزش دیگران، کمک به رشد گروه، ساخت بستر یادگیری جمعی داشتن هدف بلندمدت، وضوح مسیر، آینده‌نگری، درک موقعیت کنونی نسبت به هدف
۴. جهت‌گیری هدفمند و اقدام‌گرایانه	چشم‌انداز روشن اقدام تدریجی و گام‌به‌گام	انجام اقدامات کوچک، پیشرفت تدریجی، آزمون و خطا، تمرکز بر قدم بعدی

انجام متعهدانه برنامه، عبور از اهمال کاری، تداوم در اجرا، غلبه بر موانع ذهنی	تعهد به اقدام
تصمیم‌گیری غیرسنتی، بررسی گزینه‌های جایگزین، ریسک‌پذیری محاسبه‌شده، اولویت‌بندی در شرایط ابهام	تصمیم‌گیری خلاقانه
شناسایی لحظه مناسب، آمادگی برای عمل، پاسخ سریع به شرایط، بهره‌برداری از موقعیت‌های آنی	استفاده از فرصت‌ها

تحلیل مصاحبه‌ها منجر به استخراج چهار مضمون اصلی شامل (۱) خودشناسی و درک درونی، (۲) تفکر واگرا و خلاقیت شناختی، (۳) تعاملات سازنده و یادگیری اجتماعی، و (۴) جهت‌گیری هدفمند و اقدام‌گرایانه گردید. در مجموع ۲۱ زیرمضمون و بیش از ۱۰۰ مفهوم (کد باز) شناسایی شد. یافته‌ها بیانگر آن‌اند که ذهنیت خلاق کارآفرینان نه تنها محصول توانایی‌های شناختی، بلکه حاصل تعامل پویای عوامل درونی، محیطی، هیجانی و اجتماعی است. در ادامه به صورت تفصیلی به بررسی هر مضمون پرداخته می‌شود.

مضمون ۱: خودشناسی و درک درونی

در بسیاری از مصاحبه‌ها، مشارکت‌کنندگان بر شناخت خود به عنوان بنیان خلاقیت تأکید داشتند. آن‌ها معتقد بودند شفاف‌سازی توانمندی‌ها و ویژگی‌های فردی نخستین گام در شکل‌گیری الگوهای ذهنی خلاق است. یکی از کارآفرینان اظهار داشت: «وقتی فهمیدم نقطه قوت من در تحلیل شرایط پیچیده‌ست، تصمیم گرفتم کسب‌وکارم رو حول همین محور طراحی کنم.» همچنین، نگرش به رشد به عنوان یک ویژگی بنیادین گزارش شد. بسیاری از مشارکت‌کنندگان شکست را فرصتی برای رشد می‌دانستند: «هر بار که زمین خوردم، انگار یه پنجره جدید باز شد که قبلاً ندیده بودم.»

در این راستا، انگیزش درونی نقش محوری داشت؛ علاقه، لذت از خلق، و پیگیری بدون انتظار پاداش بیرونی از مؤلفه‌های کلیدی بودند. یکی از مصاحبه‌شوندگان چنین گفت: «حتی اگر پولی هم در کار نباشه، باز هم این کار رو انجام می‌دم چون برام لذت‌بخشه.» خودنظارتی و بازاندیشی نیز به عنوان راهبردهایی برای اصلاح مسیر و تثبیت یادگیری گزارش شد. بسیاری از افراد هر روز عملکرد خود را مرور می‌کردند و تغییرات ذهنی ایجاد شده را یادداشت می‌نمودند. در نهایت، تاب‌آوری روانی و مدیریت هیجان از عناصر پایدار در الگوی ذهنی خلاق معرفی شد: «من یاد گرفتم توی طوفان هم تعادل مو حفظ کنم، چون می‌دونم فردا آفتابی می‌شه.»

مضمون ۲: تفکر واگرا و خلاقیت شناختی

این مضمون به توانایی ذهن برای شکستن ساختارهای سنتی فکر و ایجاد مسیرهای نو اشاره دارد. مشارکت‌کنندگان گزارش دادند که مرتباً با ایده‌ها بازی می‌کنند و سناریوهای متفاوت را در ذهن مرور می‌نمایند. یکی از آن‌ها گفت: «هیچ‌وقت با اولین ایده متوقف نمی‌شم، همیشه دنبال ترکیب‌های جدیدم.» تفکر مبتنی بر مسئله نیز عنصری کلیدی در فرآیند خلاقیت بود. بازتعریف مسئله و تغییر زاویه نگاه، منجر به راه‌حل‌های نوآورانه می‌شد: «وقتی دیدم مشتری از محصول ناراضیه، به جای عیب‌یابی فنی، از خودم پرسیدم آیا اصلاً مشکل اصلی چیز دیگه‌ایه؟»

تجربه زیسته به عنوان منبعی الهام‌بخش شناخته شد. مشارکت‌کنندگان به طور فعال تجربیات گذشته را بازسازی کرده و در موقعیت‌های جدید استفاده می‌کردند. تخیل فعال، تصویرسازی موفقیت، و شبیه‌سازی آینده نیز در اکثر مصاحبه‌ها به چشم می‌خورد. یکی از کارآفرینان گفت: «هر شب قبل از خواب، کسب‌وکار آیندمو تو ذهنم بازی می‌کنم.»

از سوی دیگر، تحلیل خلاقانه اطلاعات و شهود شناختی به عنوان مکمل یکدیگر در تصمیم‌سازی خلاقانه عمل می‌کردند. افراد ضمن اعتماد به الهامات ذهنی، از تحلیل‌های دقیق و انعطاف‌پذیر نیز بهره می‌گرفتند.

مضمون ۳: تعاملات سازنده و یادگیری اجتماعی

یادگیری از دیگران یکی از مؤلفه‌های محوری الگوهای ذهنی مشارکت‌کنندگان بود. آن‌ها به‌طور مداوم از افراد موفق الگوبرداری می‌کردند و در جستجوی فرصت‌های تعامل با دیگران بودند. یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «هر بار با یه کارآفرین دیگه صحبت می‌کنم، انگار یه دریچه‌ی جدید به ذهنم باز می‌شه.»

ارتباط مؤثر و الهام‌بخش درون تیم‌ها نیز به‌عنوان نیرویی جهت‌دهنده به تفکر خلاقانه مطرح شد. مشارکت‌کنندگان توانایی خود را در انتقال انگیزه، تشویق دیگران و ایجاد فضای امن برای خلاقیت بالا ارزیابی می‌کردند. در همین راستا، شبکه‌سازی هدفمند و توسعه روابط حرفه‌ای نقش مهمی در رشد ایده‌ها و فرصت‌های خلاقیت داشت.

پذیرش انتقاد و تسهیم دانش نیز به‌عنوان رفتارهای یادگیرنده در مصاحبه‌ها برجسته شد. بسیاری از کارآفرینان به‌طور فعال از دیگران بازخورد دریافت می‌کردند و ایده‌های خود را به اشتراک می‌گذاشتند: «وقتی یه ایده رو با بقیه درمیان می‌ذارم، نه تنها بازخورد می‌گیرم، بلکه گاهی مسیر جدیدی هم کشف می‌کنم.»

مضمون ۴: جهت‌گیری هدفمند و اقدام‌گرایانه

کارآفرینان موفق شرکت‌کننده در این پژوهش، ذهنیتی بسیار هدفمند و آینده‌نگر داشتند. آنان دارای چشم‌اندازهای روشن و قابل ترسیم بودند و مسیر حرکت خود را با دقت طراحی می‌کردند. یکی از آن‌ها بیان کرد: «همیشه یه تصویر واضح از ۵ سال آینده‌ام تو ذهنمه.» اقدام تدریجی و گام‌به‌گام ویژگی مشترک دیگر این گروه بود. افراد از آزمون و خطا هراسی نداشتند و مسیر را مرحله به مرحله طی می‌کردند. تعهد به اقدام و تداوم در پیگیری ایده‌ها از موارد کلیدی در موفقیت آن‌ها بود: «تفاوت من با بقیه اینه که متوقف نمی‌شم؛ حتی وقتی همه چیز بر وفق مراد نیست، ادامه می‌دم.»

در تصمیم‌گیری نیز نوعی خلاقیت منعطف مشاهده می‌شد. کارآفرینان به‌جای انتخاب‌های کلیشه‌ای، گزینه‌های بدیع را بررسی می‌کردند و گاه ریسک‌های حساب‌شده می‌پذیرفتند. در نهایت، توانایی استفاده از فرصت‌ها یکی از شاخص‌ترین مؤلفه‌های ذهنی آنان بود. بسیاری از آن‌ها توان بالایی در تشخیص زمان مناسب برای اقدام داشتند: «لحظه‌ای که بقیه درنگ می‌کنن، من حرکت می‌کنم.»

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که خلاقیت در کارآفرینان موفق ریشه در مجموعه‌ای چندلایه از خودشناسی، فرایندهای شناختی واگرا، تعاملات اجتماعی و عزم هدفمند دارد. مضمون اول با عنوان «خودشناسی و درک درونی» نشان داد که درک عمیق فرد از توانمندی‌ها، انگیزه‌ها، و هیجانات خود، بستری برای بروز خلاقیت فراهم می‌آورد. این یافته با پژوهش (Ferreria, 2024) همسو است که نقش تعیین‌کننده‌ای برای تصویرسازی ذهنی و خودآگاهی در تحریک فرآیندهای خلاقانه قائل است. همچنین، وجود «تاب‌آوری روانی» در میان مشارکت‌کنندگان با نتایج پژوهش (Kagaba, 2024) قابل انطباق است که خلاقیت را در بستر رنج، چالش و درگیری‌های روانی معنادار می‌داند و آن را نوعی «پاسخ ذهنی سازگارانه» به ناکامی‌ها تلقی می‌کند.

مضمون دوم با عنوان «تفکر واگرا و خلاقیت شناختی» به قابلیت کارآفرینان در خلق ایده‌های نو از طریق بازی با فرضیات، بازتعریف مسئله و استفاده از شهود ذهنی اشاره داشت. این موضوع با یافته‌های (Saxena, 2021) همخوانی دارد که معتقد است توانایی تولید راه‌حل‌های غیراستاندارد و خلاقانه از مؤلفه‌های اصلی کارآفرینی موفق است. همچنین یافته‌ها درباره نقش تخیل فعال و تصویرسازی ذهنی، مؤید مطالعات (Liu et al., 2021) است که عدم تقارن نیمکره‌های مغزی را در تجسم‌های بصری خلاق دخیل می‌داند. مشارکت‌کنندگان در پژوهش حاضر،

تصویرسازی ذهنی موفقیت و شبیه‌سازی موقعیت‌های پیچیده را به‌عنوان بخشی از تفکر خلاق خود معرفی کردند که با نظریه‌های شناختی درباره تجسم و خلاقیت همراستا است.

تحلیل مضمون سوم یعنی «تعاملات سازنده و یادگیری اجتماعی» نشان داد که یادگیری از دیگران، بازخوردگیری، شبکه‌سازی، و تسهیم دانش از عناصر تقویت‌کننده الگوهای ذهنی خلاقیت هستند. این یافته با رویکرد یادگیری اجتماعی و دیدگاه‌های مبتنی بر «خلاقیت بین‌فردی» مطابقت دارد که توسط (Fearn, 2025) در زمینه روان‌درمانی خلاقانه مطرح شده است. همچنین نتایج با پژوهش (Jaboob et al., 2023) همخوان است که نقش عدالت سازمانی و سبک رهبری را در تحریک خلاقیت کارکنان نشان داده است. کارآفرینان موفق در این مطالعه، تعاملات الهام‌بخش در گروه‌های کاری، پذیرش انتقاد و گفت‌وگوی سازنده را بخشی از فرایند خلاقیت ذهنی خود می‌دانستند. این بعد اجتماعی خلاقیت در مطالعه (Hamzah et al., 2023) نیز مطرح شده است که به رابطه بین الگوهای تفکر خلاق و تعامل‌های بین‌فردی در موقعیت‌های آموزشی و ورزشی اشاره دارد.

در مضمون چهارم یعنی «جهت‌گیری هدفمند و اقدام‌گرایانه»، مشارکت‌کنندگان تأکید داشتند که خلاقیت آن‌ها در خلأ شکل نگرفته بلکه در دل یک چشم‌انداز روشن و تعهد اجرایی بروز یافته است. بسیاری از آن‌ها تصمیم‌گیری‌های خلاقانه خود را در سایه اقدام تدریجی، غلبه بر اهمال‌کاری و تمرکز بر اجرا معنا کرده‌اند. این نتایج با یافته‌های (Smith et al., 2025) همسو است که نشان می‌دهد ترکیب ویژگی‌های شخصیتی مثبت با تعهد هدفمدار، نرخ مشارکت در برنامه‌های سلامت روانی دیجیتال را افزایش می‌دهد. همچنین، نگاه آینده‌نگر و استفاده از فرصت‌ها توسط کارآفرینان، با دیدگاه (Yela Aránega et al., 2023) قابل تطبیق است که بر نقش رهبری مهربان و معنادار در عصر دیجیتال برای تقویت ذهنیت کارآفرینانه تأکید می‌کند.

همچنین یافته‌ها نشان دادند که خلاقیت کارآفرینانه نه‌تنها حاصل توانایی شناختی است، بلکه ترکیبی از انگیزش درونی، توانمندی‌های هیجانی، تجربه‌زیسته و یادگیری اجتماعی است. این تحلیل با پژوهش (Mizal & Al-Noori, 2020) که به توسعه مهارت‌های تفکر خلاق در آموزش زبان انگلیسی پرداخته، همراستا است؛ چراکه در آن نیز به نقش تجارب زیسته و انگیزش اشاره شده است. در سطح نظری، یافته‌های این پژوهش با مدل چندبعدی خلاقیت (Pereira & Aguiar, 2022) نیز هماهنگ است که خلاقیت را نه به‌عنوان یک ظرفیت منفرد، بلکه به‌عنوان شبکه‌ای پویا از الگوهای ذهنی، هیجانی، و تعاملی تحلیل می‌کند.

در نهایت، نتایج این پژوهش مؤید آن است که خلاقیت در کارآفرینان موفق نه یک وضعیت ثابت، بلکه فرآیندی پویا، بیناذهنی و بسترساز است. خلاقیت در این معنا، شکلی از تعامل ذهنی با تجربه، محیط و آینده است؛ تعاملی که در آن فرد به بازسازی مستمر خود و ایده‌هایش می‌پردازد. این دیدگاه با تحلیل (Bereznitsky, 2021) در مورد ارتباط ذهنیت، فرهنگ و فناوری‌های بومی سازگار است؛ تحلیلی که نشان می‌دهد خلاقیت اغلب در دل زمینه‌های فرهنگی و بوم‌زیستی ویژه معنا پیدا می‌کند.

اگرچه پژوهش حاضر با بهره‌گیری از رویکرد پدیدارشناختی توانسته است به لایه‌های عمیق ذهنیت خلاق کارآفرینان نفوذ کند، اما دارای محدودیت‌هایی نیز می‌باشد. نخست آن‌که نمونه پژوهش تنها شامل کارآفرینان موفق ساکن تهران بوده است که ممکن است یافته‌ها را از نظر تعمیم‌پذیری به سایر مناطق یا فرهنگ‌های بومی محدود کند. دوم، مصاحبه‌ها به دلیل ماهیت موضوع و بار هیجانی برخی تجربه‌ها، ممکن است تحت تأثیر سوگیری بازتابی یا حافظه مشارکت‌کنندگان قرار گرفته باشد. همچنین، تحلیل داده‌ها با وجود بهره‌گیری از نرم‌افزار تخصصی و بازبینی دوگانه، همچنان وابسته به تفسیر پژوهشگران است که ماهیت ذهنی دارد.

با توجه به ماهیت کیفی و پدیدارشناختی پژوهش حاضر، انجام مطالعات مشابه در بافت‌های فرهنگی و جغرافیایی دیگر پیشنهاد می‌شود تا زمینه برای مقایسه بین‌فرهنگی فراهم گردد. همچنین، ترکیب رویکرد کیفی با روش‌های کمی مانند سنجش عملکرد خلاقانه،

می‌تواند غنای داده‌ها و دقت نتایج را افزایش دهد. علاوه بر این، بررسی الگوهای ذهنی خلاقیت در مراحل مختلف رشد کارآفرینی (از آغاز تا تثبیت) نیز می‌تواند به شناخت پویایی این فرآیند کمک نماید.

یافته‌های این پژوهش می‌تواند به طراحی برنامه‌های آموزشی، مشاوره‌ای و کارگاه‌های ارتقاء خلاقیت در کارآفرینان کمک کند. مربیان کارآفرینی، مشاوران سازمانی و سیاست‌گذاران می‌توانند از این الگوهای ذهنی برای تدوین محتوای آموزشی مبتنی بر تجربه زیسته و خودشناسی استفاده نمایند. همچنین، طراحی محیط‌های کاری با قابلیت تسهیل یادگیری اجتماعی، بازخورد سازنده، و تمرکز بر چشم‌اندازهای روشن می‌تواند زمینه‌ساز بروز خلاقیت پایدار در کارآفرینان و تیم‌های نوآور باشد.

تقدیر و تشکر

از تمامی کسانی که در انجام این مطالعه همراهی نمودند تشکر و قدردانی می‌گردد.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاقی

در پژوهش حاضر تمامی موازین اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Baheel, J. K. (2021). Design Thinking and Its Creative Strategies in Industrial Design. *Rimak International Journal of Humanities and Social Sciences*, 03(07), 35-47. <https://doi.org/10.47832/2717-8293.7-3.4>
- Bereznitsky, S. V. (2021). Correlation of Mentality With Cults and Life-Supporting Technologies of Indigenous Peoples of the Amur-Sakhalin Region. *Study of Religion*(3), 61-69. <https://doi.org/10.22250/2072-8662.2021.3.61-69>
- Fearn, M. (2025). The Creative Attachment Interview: Using Sandtray to Reflect on Relational Dynamics in Creative Supervision. *World Journal for Sand Therapy Practice*®, 3(2). <https://doi.org/10.58997/wjstp.v3i2.115>
- Ferreria, M. H. (2024). Distinguishing the Roles of Mental Imagery and Relational Reasoning in Creativity: A Review and Methodological Proposal. <https://doi.org/10.31234/osf.io/wynx5>
- Hamzah, S. M., Katie, S., & Hammood, A. A. H. (2023). Creative Thinking Patterns and Their Relationship to the Most Important Motor Abilities and Some Offensive Handball Skills for Students. *International Journal of Physiology Nutrition and Physical Education*, 8(2), 01-06. <https://doi.org/10.22271/journalofsport.2023.v8.i2a.2762>

- Jaboob, M., Awain, A. M. S. B., & Al-Ansi, A. M. (2023). Sustaining employees' creativity through the organizational justice: The mediating role of leadership styles. *Social Sciences & Humanities Open*, 8(1), 100693. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100693>
- Kagaba, G. A. (2024). The Relationship Between Creativity and Mental Illness: An Artistic Perspective. *Roje*, 4(3), 34-37. <https://doi.org/10.59298/roje/2024/433437>
- Liu, J., Spagna, A., & Bartolomeo, P. (2021). Hemispheric Asymmetries in Visual Mental Imagery. *Brain Structure and Function*, 227(2), 697-708. <https://doi.org/10.1007/s00429-021-02277-w>
- Mizal, M. S., & Al-Noori, B. S. M. (2020). Development of Creative Thinking Skills in the English Language Teaching Profession. *International Journal of Research in Science and Technology*, 10(03), 23-37. <https://doi.org/10.37648/ijrst.v10i03.004>
- Oktaviani, S. (2022). Meningkatkan Kreativitas Pasien ODGJ (Orang Dengan Gangguan Jiwa) Di Yayasan Satu Hati Membangun. *Abdisoshum Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 85-90. <https://doi.org/10.55123/abdisoshum.v1i1.502>
- Pereira, A., & Aguiar, V. J. d. (2022). Sentiomics: The Identification and Analysis of Dynamical Patterns That Characterize Sentience. *J. Multiscale Neurosci.*, 1(1), 1-10. <https://doi.org/10.56280/1531632254>
- Salehi Nia, M., Bashghareh, V., Karimi, E., & Ahmadi, M. (2023). Investigating the role of leadership and educational management in creativity and innovation. *New Research Approaches in Management Sciences*(39), 45-68.
- Saxena, A. K. (2021). Innovation, Creativity, Entrepreneurship Management. 313-330. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8327-2.ch019>
- Smith, A., Mangelsdorf, S. N., Baker, S., Jafari, S. J., Álvarez-Jiménez, M., Hitchcock, C., & Cross, S. (2025). User Character Strengths Predict Engagement on a Digital Mental Health Platform for Young People (Preprint). <https://doi.org/10.2196/preprints.73793>
- Xiaoxia, L. (2020). Creativity in the System of Professional Training of Future Specialists in Decorative and Applied Arts. *Bulletin of Luhansk Taras Shevchenko National University*(5 (336)), 117-125. [https://doi.org/10.12958/2227-2844-2020-5\(336\)-117-125](https://doi.org/10.12958/2227-2844-2020-5(336)-117-125)
- Yela Aránega, A., Gonzalo Montesinos, C., & del Val Núñez, M. T. (2023). Towards an entrepreneurial leadership based on kindness in a digital age. *Journal of Business Research*, 159, 113747. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113747>
- Yi, X., Hong, P., Chen, P., Bai, X., Li, S., Qi, S., & Runco, M. A. (2023). Creative Achievement of Eminent Scientists in Tang and Song Dynasties of China: A Historiometric Study. *The Journal of Creative Behavior*, 57(4), 650-660. <https://doi.org/10.1002/jocb.607>