

大学生创造力对创新行为的影响： 自我创新期待与创新氛围的作用

何雨阳 杨雅琴 韩思敏 汪洪艳

(湖北理工学院, 湖北 黄石 435000)

摘要: 为揭示中国情境下大学生创造力与创新行为之间的内在影响机理, 文章考察了大学生创造力对创新行为的影响, 以及自我创新期待的中介作用、创新氛围的调节效应。结果表明: 大学生创造力与创新行为成正相关关系, 自我创新期待在两者之间起部分中介作用, 但创新氛围并没有在创造力与创新行为之间起到调节效应。研究结果对于创造力如何影响创新行为的内在机理提供新的解释视角, 同时对激发大学生创新行为提供了有价值的参考。

关键词: 创造力; 大学生创新行为; 自我创新期待; 创新氛围

大学生创新行为作为创新管理的研究热点, 备受众多学者和实践者的广泛关注。创造力是指按照特定的目的和条件, 进行动态思考活动, 以形成新观念, 并开创出新事情的才能。大量研究表明创造力对创业意愿、员工创新、创新绩效等都有显著的预测作用, 但是有关创造力对创新行为的影响及其内在机制的研究却相对较少, 即便已有的研究也多是个体、环境, 或是文化等单一层次考察, 缺乏从多个层次的综合考量。在大学生创新行为中, 自我创新期待是内在的根本驱动力, 它能够在一定程度上调节和引导人的行为, 在促使大学生产生创新行为的过程中有着至关重要的作用。当然, 在探讨创造力与创新行为的关系时, 考虑创新氛围环境的外在影响也是必要的。部分研究证实, 创新氛围对创新行为有直接的正向影响, 但这些研究都是直接探讨高校创新氛围对创新行为的影响作用, 很少有研究将创新氛围放进创造力对创新行为影响过程, 考虑其调节作用。为此本研究从个体、环境两个层次探讨大学生创造力对创新行为的影响, 考察了个体自我创新期待的中介作用和创新氛围的调节效应, 这将有助于丰富创造力影响创新行为的研究视角。

一、理论分析与研究假设

(一) 创造力与创新行为的关系

创造力是人类独特的, 产生新思维、发明和创造出新事物的综合能力, 是促使创新行为产生必不可少的因素之一。创新行为指的是个人在组织中产生并实施创新思想的行为。创造力作为重要的内在驱动力, 是个体产生创新思想和实现创新行为的基础, 创造力较强的个体更易发挥主观能动性, 创新行为也更易于实现。基于以上分析, 本文提出以下假设。

H1: 创造力与创新行为呈正相关关系。

(二) 自我创新期待的中介作用

自我创新期待是指个体通过对自己的高期待来激励自己产生高绩效的现象, 又称为盖拉提娅效应。它能调动个体的认知资源来识别潜在问题, 创造性地利用各种信息、知识和资源等。作为一种心理影响变量, 自我创新期待来自于个人对工作环境的深刻认识以及工作目标特征, 对企业创新活动的内在需求。当个体把这些认知转变为自身需要时, 会促使自身形成一定的创新行为。因此, 自我创新期待高的大学生更易产生内在动机、激发创新意愿, 而这种意愿也会转化为自我需求, 推动大学生创新行为的产生。基于以上分析, 本文提出以下假设。

H2 自我创新期待在大学生创造力和创新行为之间起中介作用。

(三) 高校创新氛围的调节作用

创新氛围是创新行动的前提, 决定着创新行动的开展可能和进行质量。当人们处于较高的创新氛围, 其创新行为的收益将更加可观。Cohen (2019) 等认为组织创造氛围能直接或间接地影响员工的创造力和创新行为, 是组织支持员工创新能力发展的重要情感知觉。毛义华等 (2021)、訾振朝 (2021) 等也实证得出, 创新氛围对企业员工的创新行为具有显著的正向影响。当大学生处在浓厚的高校创新气氛中时, 也会表现出更多的创新行为。综上, 本研究将高校创新氛围作为情境因素纳入大学生创造力对创新行为的影响过程, 并提出以下假设。

H3: 高校创新氛围在大学生创造力和创新行为之间起调节作用。

二、研究设计与方法

(一) 研究对象

本研究通过发放回收、筛选, 共获得有效问卷 504 份。其中, 男性占总数的 27.38%; 女性占总数的 72.62%, 大学本科生占 76.39%, 硕博研究生占 12.5%。对有效问卷分别进行了信效度检验、描述性分析频率统计和多元线性回归分析。

(二) 研究工具

为保证问卷的信度和效度, 本研究采用的所有测试量表均为国外成熟的测试量表。其中, 关于创造力测量, 本文借鉴了 AWilliams (1990) 创造力倾向表, 共计五个维度 26 个题项, 分别是冒险性、好奇心、想象力、挑战性。关于创新行为的测量, 本文借鉴了 Scott (1994) 的量表, 共计 6 个题项。关于创新期待的测量, 本文借鉴了 Farmer (2003)、Carmeli (2007) 等人的量表, 共计 9 个题项。关于创新氛围的测量, 本文借鉴了 Amabile (1996) 等人的量表, 共计 13 个题项, 问卷共 54 个题项。

三、数据分析与研究结果

(一) 信效度检验

信度分析。本研究采用克朗巴赫系数来探讨问卷的信度。结果显示, 创造力、创新行为、创新期待、创新氛围量表的 cronbach α 系数分别为 0.913、0.845、0.781、0.916 均在 0.7 以上, 证明该问卷存在着良好的内部一致性信度。效度检验。研究对有效样品数据结果采用 KMO 抽样适当性试验和 Bartlett 球形试验, 结果显示创造力、创新行为、创新期待、创新氛围 KMO 值分别为 0.933、0.852、0.692、0.928, 均大于 0.6, 并在 0.001 的置信水平下结果显著, 表明问卷调查的数据适合进行因素分析。

(二) 各变量的相关性分析

创造力、自我创新期待、创新氛围与创新行为的相关系数分别达到 0.612、0.496、0.474, 创造力与自我创新期待的相关系数为 0.61, 创造力与创新氛围的相关系数为 0.55, 自我创新期待与创新氛围的相关系数为 0.555, 四者均在 0.01 级别上显著, 可见, 创造力、创新行为、自我创新期待、创新氛围四者之间具有显著的相关关系, 这些相关性均为后续假设检验提供了初步支持。

(三) 直接效应与中介效应检验

采用温忠麟和叶宝娟 (2014) 总结的检验中介效应方法, 并运用 SPSS26.0 进行线性层级回归分析开展中介效应检验, 具体分

析见表 1。三步中介回归检验法描述。首先，将创新行为设定为因变量，引入性别、所在学校等 7 个控制变量，将创造力设为自变量。M1 表明，创造力对大学生创新行为 ($\beta=0.185, p<0.001$) 有显著的正向影响，假设 H1 成立。然后验证中介效应。M2 表明，创造力对自我创新期待 ($\beta=0.231, p<0.001$) 有显著的正向影响；M3 表明自我创新期待对大学生创新行为 ($\beta=0.536, p<0.001$) 有显著的正向影响。当把创造力、自我创新期待全部归入方程时 (见 M4)，自我创新期待对创新行为的影响显著 ($\beta=0.365, p<0.001$)，虽然创造力对大学生创新行为的正向影响变小，但是仍然显著 ($\beta=0.101, p<0.001$)，这说明自我创新期待在创造力对大学生创新行为的作用机理中起到部分中介的作用，假设 H2 成立。

表 1 创造力与创新行为关系及自我创新期待的中介效应检验

变量	创新行为			
	M1	M2	M3	M4
性别	-0.841	-0.371	-0.378	-0.706
学校	-0.202	-0.01	-0.126	-0.198
年级	8.18E-05	-0.193	0.092	0.07
学历	0.359	0.248	0.179	0.268
专业	-0.293	-0.141	-0.27	-0.241
年龄	0.109	0.301	-0.021	-0.001
所在城市	-0.277	-0.073	-0.313	-0.25
创造力	0.185***	0.231***		0.101***
自我创新期待			0.536***	0.365***
R ²	0.39	0.4	0.442	0.507
ΔR ²	0.39	0.4	0.411	0.476
F	39.618	41.24	48.994	56.396

注：*** 表示 $p<0.001$ ，** 表示 $p<0.01$ ，* 表示 $p<0.1$ ，M 代表各模型。

(四) 调节作用检验

首先将创造力、创新氛围和大学生创新行为三个变量分别中心化，把中心化后的大学生创造行为设定为因变量，然后加入控制变量得到 M5，在此基础上分别引入中心化后的自变量 (见 M6)、调节变量 (见 M7) 以及创造力与创新氛围的交互项 (见 M8)，再测试自变量和调节变量之间的关系，以及交互项和因变量之间的关系，具体分析见表 2。从 M6 可以看出，创造力对大学生创新行为具有显著的正向影响 ($\beta=0.185, p<0.001$)；从 M7 可以看出，创新氛围对大学生创新行为具有显著的正向影响 ($\beta=0.356, p<0.001$)；从 M8 可以看出，当加入创造力 × 创新氛围的交互项之后，创造力、创新氛围对创新行为的正向影响仍然显著 ($\beta=0.153, p<0.001$ ； $\beta=0.162, p<0.001$)，但是交互项与创新行为之间为不显著的正相关关系 ($\beta=0.002$)，这表明创新氛围在创造力与创新行为之间不能起到调节作用，即高校的创新氛围越浓，大学生的创造力对创新行为不一定会起到更加显著的积极性影响。假设 H3 不成立。

表 2 创新氛围的调节作用检验

变量	创新行为			
	M5	M6	M7	M8
性别	-0.044	-0.841	-0.734	-0.938
学校	0.012	-0.202	-0.045	-0.147
年级	-0.034	8.18E-05	0.092	0.063
学历	0.218	0.359	0.096	0.269
专业	-0.452	-0.293	-0.2	-0.205
年龄	0.203	0.109	-0.072	0.02
所在城市	-0.505	-0.277	-0.423	-0.286
创造力		0.185***		0.153***
创新氛围			0.356***	0.162***
创造力 × 创新氛围				0.002
R ²	0.031	0.39	0.25	0.423
ΔR ²	0.031	0.359	0.219	0.392

注：*** 表示 $p<0.001$ ，** 表示 $p<0.01$ ，* 表示 $p<0.1$

四、研究结论与讨论

(一) 研究结论

研究表明，创造力对大学生创新行为有显著正向影响，自我创新期待在其中发挥部分中介作用。自我创新期待是影响渐进性和根本性创新成果形成的一种重要自我认识机制。大学生创新行为是因拥有个体创造力而诱发自我创新期待及行为反应的结果，个人对目标的把握性越大，对自己的期望期待越高，从而创新行为输出的可能性也就越大。但是研究表明，创新氛围在其中的调节效应并不显著，这与赵云鹏等学者研究的结论存在差异，导致这一差异可能是由于问卷测量方向不同造成的，本问卷重在测量大学生个体所感知到的高校环境对创造力激励和阻碍态度，没有直接衡量高校为大学生创新所提供的物质条件，得出交互项与创新行为的相关系数较小，说明创新氛围在心理激励方面并未产生明显的作用效果。黄钟仪 (2021) 认为创新者的个人特质不同，创新氛围对其创新产出的影响效果就不同，因此未来在营造创新氛围以及培育大学生创新行为的过程中，应加强创新氛围培育的针对性，提高有效性，减少负面效应。

(二) 建议

高校应深入了解学生的创造力水平，推动大学生自主创新。在创新创业教育实践中，要求高校要善于甄别具有高创造力水平的大学生，并给予他们发挥创造力的平台和展示机会；大学生的自我创新期待影响了创新的实现，当感知到更多效能，其创新的积极性和挑战自我的信心会加以强化，因此高校及教师要注重创新思维和自我创新期待的共同培育。同时大学生应增强自我创新意识和创新能力，重视自身基础知识的学习和基本技能的培养，利用学校及社会所提供的创新资源，把知识技能运用到创新实践中去，敢于突破创新。

(三) 研究局限

创造力影响创新行为是一个相当复杂的过程，涉及多个层面因素的影响，本研究从个体和环境两个层次构建了理论模型，缺乏对文化层面的相关变量的探讨，未来可将文化层面的影响因素纳入模型中，完善研究框架。另外，本文使用的均是国外开发的成熟量表，未来可以从中国的实际情况出发开发新的量表。

参考文献：

[1] 胡瑞, 王丽. 大学生创业激情和创造力对创业意向的影响机制——基于风险倾向调节效应的实证研究 [J]. 创新与创业教育, 2019, 10 (03): 43-48.
 [2] 单标安, 李扬, 马婧, 李佳宾. 基于共享愿景调节效应的高管创造力与商业模式创新的关系研究 [J]. 管理学报, 2020, 17 (05): 697-703.
 [3] 丁琳, 耿紫珍, 单春霞. 创造力与员工创新: 上下级关系与目标导向的调节作用 [J]. 科技进步与对策, 2020, 37 (02): 143-152.

基金项目：国家级，湖北理工学院 2021 年国家级大学生创新创业训练计划项目资助 (项目编号：202110920015)

作者简介：

何雨阳 (2001-)，女，汉，四川绵阳人，本科，研究方向：创新与创业管理
 杨雅琴，湖北理工学院，本科，研究方向：创新与创业管理；
 韩思敏，湖北理工学院，本科，研究方向：创新与创业管理；
 汪洪艳，湖北理工学院，副教授，博士，研究方向：创新与创业管理。