

高校组织创新氛围与创造力的关系研究

郑 洁

湖南工商大学学生工作处心理健康教育中心, 湖南 长沙

收稿日期: 2025年10月9日; 录用日期: 2025年10月22日; 发布日期: 2025年11月3日

摘 要

本研究以某高校大学生为研究对象, 系统探讨了创造力、创意自我效能感、高校创新氛围三者之间的相互作用机制。研究结果得出, 高校创新氛围对大学生创造力的发展具有显著的正向促进作用。高校创新氛围显著正向影响大学生创意自我效能感。创意自我效能感对大学生创造力具有显著的正向影响。创意自我效能作为核心中介变量, 在高校创新氛围与大学生创造力之间发挥关键作用。为此, 本研究提出应从高校应着力构建多层次、多维度支持的创新氛围环境, 重点加强学生创意自我效能感的培养, 实施差异化、精准化的支持策略, 推动形成“环境-心理-行为”的良性循环, 最终系统性地提升大学生人才的创新素养与能力。

关键词

大学生, 创造力, 高校创新氛围, 创意自我效能

Research on the Relationship between University Organizational Innovation Climate and Creativity

Jie Zheng

Mental Health Education Center, Department of Student Affairs, Hunan University of Technology and Business, Changsha Hunan

Received: October 9, 2025; accepted: October 22, 2025; published: November 3, 2025

Abstract

This study examines the interaction mechanisms among creativity, creative self-efficacy, and the university innovation climate, with a sample of undergraduate students from a specific university.

文章引用: 郑洁(2025). 高校组织创新氛围与创造力的关系研究. *心理学进展*, 15(11), 57-63.
DOI: 10.12677/ap.2025.1511579

The findings indicate that the university innovation climate significantly and positively promotes the development of students' creativity. It also has a notable positive impact on students' creative self-efficacy. In turn, creative self-efficacy exerts a significant positive influence on student creativity. As a core mediating variable, creative self-efficacy plays a key role in the relationship between the university innovation climate and student creativity. Based on these results, this study proposes that universities should strive to build a multi-level and multi-dimensionally supportive innovation climate, with emphasis on strengthening the cultivation of students' creative self-efficacy and implementing differentiated and targeted support strategies. These efforts can help foster a virtuous cycle of "environment-psychology-behavior", ultimately enhancing the innovative competence and capabilities of university students in a systematic manner.

Keywords

University Students, Creativity, University Innovation Climate, Creative Self-Efficacy

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

人类文明的发展与创造力密切相关，正如 Csikszentmihalyi 所言：创造力是我们生活意义的主要来源 (Csikszentmihalyi, 1988)。创新是国家兴旺发达的动力，也是民族进步的灵魂。当前，我国已进入新发展阶段，加快构建新发展格局、实现科技自立自强，迫切需要高水平创新型大学推动技术进步与产业升级，也对培养创新型、复合型人才提出了更高要求。在这一背景下，如何通过高校环境激发大学生创造力，已成为重要议题。

教育领域对创造力研究主要集中在如何激发学生的信息素养、创新和批判思维和创新意识和创新能力，推进学生创新素养培育。同时，注重探索项目式学习、跨学科课程及数字化环境对学生创造力发展的影响。管理与组织行为学领域进一步拓展了创造力研究。员工创造力、团队创造力、组织创造力与组织创新机制成为组织行为研究的热点议题。同时现有文献探讨和分析社会支持、领导力、领导风格、组织氛围对创造力的作用机制。

本研究紧扣当前国家对创新人才培养的战略需求，将组织创新氛围引入学校教育领域，拓展了该概念的适用边界。以往关于组织创新氛围的研究多集中于企业情境，在学校组织中的相关探讨较为缺乏。本研究创新地将这一概念应用于中国高校环境，深入考察学校是否具备以及如何构建创新氛围，进而检验“创新环境营造”是否如企业环境一样，对学生的创造力产生显著影响，探讨了如何从高校环境层面激发创造力。

同时，本研究在中国学校情境中，引入创意自我效能作为中介变量，建立了“学校组织创新氛围 - 创意自我效能 - 大学生创造表现”的理论模型。探讨了如何从学生心理层面激发创造力。

它为高校教育改革，特别是创新创业教育的实践，提供了基于实证数据的理论参考，指出了“环境营造”和“心理赋能”两个关键着力点，该发现为推动高校形成“创新环境营造 - 心理效能 - 创造行为”的良性循环激发学生创造力提供了实证支持。

2. 问卷发放与回收

本研究选取高校大学生作为调研对象，共发放问卷 300 份，总计有效回收 234 份，有效回收率 78%。

被试基本信息如下：从性别来看，女生 132 人，占 56.4%；男生 102 人，占 43.6%。从年级来看，大一 68 人，大二 60 人，大三 56 人，大四 50 人；从专业来看，文科 128 人，理工科 106 人(见表 1)。

Table 1. Distribution of subjects in the research using the questionnaire survey method

表 1. 问卷调查法研究被试分布情况

变量	分类	频数	百分比
性别	男	102	43.6%
	女	132	56.4%
年级	大一	68	29.1%
	大二	60	25.6%
	大三	56	23.9%
	大四	50	21.4%
专业	文科	128	54.7%
	理工科	106	45.2%

3. 研究结果分析与讨论

3.1. 高校组织创新氛围、大学生创意自我效能与创造力之间的关系

Pearson 相关系数法分析得出：自变量(高校创新氛围)、中介变量(创意自我效能)和因变量(创造力)之间的相关性。从下表 2 结果表明：(1) 高校创新氛围显著正向影响创造力($r = 0.5, p < 0.01$)；(2) 高校创新氛围显著正向影响大学生创意自我效能($r = 0.37, p < 0.01$)；(3) 大学生创意自我效能与创造力呈现显著正相关($r = 0.55, p < 0.01$)。

Table 2. Results of correlation analysis showing means, standard deviations, and relationships among university organizational innovation climate, creative self-efficacy, and creativity

表 2. 高校组织创新氛围、创意自我效能与创造力的平均、标准差相关分析结果

变量								
A 自变量 高校创新氛围	1							
A1 同学支持	0.93**	1						
A2 导师支持	0.93**	0.87**	1					
A3 高校理念	0.92**	0.81**	0.83**	1				
A4 资源供应性	0.91**	0.77**	0.77**	0.85**	1			
A5 学习自主性	0.91**	0.77**	0.78**	0.79**	0.85**	1		
B 中介变量 创意自我效能	0.37**	0.37**	0.34**	0.37**	0.32**	0.31**	1	
C 创造力	0.50**	0.46**	0.48**	0.50**	0.47**	0.37**	0.55**	1
M	3.82	3.84	3.81	3.90	3.78	3.75	4.32	0.54
SD	0.84	0.95	0.90	0.83	0.90	0.96	3.89	0.78

注：*代表小于 0.05，即为显著相关，**代表小于 0.01，即为十分显著相关；***代表小于 0.001，即为非常显著相关。下同。

3.2. 创意自我效能的高校组织创新氛围与大学生创造力之间的中介作用

参考前面的相关性分析，可以看出，本次研究的三大变量(高校创新氛围、创意自我效能与大学生创造力)两两均显著相关，满足中介检验的前提条件；结合温忠麟等人提出的中介效应验证方法(温忠麟，张雷，侯杰泰，2004)，通过回归分析研究大学生创意自我效能的高校创新氛围和大学生创造力之间的中介作用。由表 3 可知，M2 研究结果显示高校创新氛围对大学生创造力具有显著的正向影响($\beta = 0.50, p < 0.001$)。M3 结果表明，在加入中介变量创意自我效能后，创意自我效能对创造力具有显著的正向影响($\beta = 0.43, p < 0.001$)，且高校创新氛围对大学生创造力仍具有显著的正向影响($\beta = 0.34, p < 0.001$)。加入中介变量创意自我效能之后，模型的解释度增加了 16%，同时高校创新氛围考核的系数由 0.50 变为 0.34，显著变小，模型的解释度增加了 16%，表明创意自我效能的高校创新氛围与大学生创造力之间起到显著的部分中介作用。基于此，在高校创新氛围影响大学生创造力的机制中，创意自我效能发挥了部分中介作用，得到了支持。

Table 3. Examination of creative self-efficacy as a mediator between organizational innovation climate and undergraduate creativity

表 3. 创意自我效能的高校创新氛围与大学生创造力间的中介作用分析

		模型 M1	模型 M2	模型 M3
控制变量	性别	-0.08	-0.02	-0.03
	专业	0.07	-0.02	-0.01
	年级	0.09	0.20*	0.17*
自变量	高校创新氛围		0.50***	0.34***
中介变量	创意自我效能			0.43***
模型拟合优度	R ²	0.31	0.27	0.43
	调整 R ²	0.10	0.25	0.41
	ΔR^2	0.31	0.04	0.16
	F	1.47	14.10***	24.03***

3.3. 高校组织创新氛围、创意自我效能与创造力之间的关系讨论

3.3.1. 高校创新氛围对大学生创造力的直接影响

本研究结果表明，高校创新氛围对大学生创造力具有显著的正向促进作用。高校创新氛围与大学生创造力行为之间存在显著正相关关系，创新氛围能够有效正向预测大学生的创造力水平。与较低的创新氛围相比，高校具备越高的创新氛围，学生表现出更为频繁和更高层次的创造行为。Bandura 的三元交互决定论强调环境因素作为个体行为的重要外部条件，影响个体行为的强度与频率。高校营造浓厚的创新氛围，如鼓励探索、包容多元、支持冒险和提供资源等要素，构成了激发学生创造性思维和创造性行为的重要物理与社会情境，是推动创新型人才培养的有效路径。进而检验了“高校创新环境营造”如企业环境一样，对学生的创造力产生显著影响，为高校教育改革，特别是创新创业教育的实践，提供了基于实证数据的理论参考。

3.3.2. 高校创新氛围显著正向影响大学生创意自我效能感

本研究结果表明，高校创新氛围对大学生创意自我效能感具有显著的正向预测作用。高校中鼓励创新、包容多元、支持探索和提供资源的环境氛围，能够有效增强学生对于自身产生创造性成果的信心与

信念。这种环境不仅为学生提供了心理安全感，也通过多样化的学习机会、榜样示范和正向反馈，帮助学生建立起“我能创新”的自我认知(郭露遥, 2022)。构建高校浓厚的创新氛围，对提升学生的创意自我效能感、激发其创新行为具有重要的实践意义。

3.3.3. 创意自我效能感对大学生创造力的影响

本研究结果表明，创意自我效能感对大学生创造力具有显著的正向影响。大学生的创意自我效能感越高，越倾向于表现出更高水平的创造性思维与创新能力。高创意自我效能感的学生更敢于尝试挑战性任务、更持久地从事创造性活动，并且在面对困难时表现出更强的韧性。相关研究指出，创意效能对个体的创造行为有显著的影响。Ford 认为自我效能是影响创造行为的主要因素，通过影响动机从而影响个体未来的创造表现(Ford, 1996)。Tierney 和 Farmer 研究发现创意效能感对个体的创造表现有显著的正向影响，同时它可以有效地预测创造绩效(Tierney & Farmer, 2004)。当员工对自己所具备的创新能力和创新意识评价越高时，员工就更有自信更愿意去大胆地尝试新的思维和新方法，从而在工作过程中表现出更强的创造力。高校中高创意自我效能感的学生往往对自己产生创新成果的能力充满信心，这种信念会推动他们更多地参与创新实践、运用知识，有效地调动认知资源进行创造性思考。验证了“心理赋能”作为另一个关键着力点，从学生心理层面激发了创造力，具有较强的现实意义。

3.3.4. 创意自我效能在高校创新氛围与大学生创造力之间的中介作用

本研究结果表明，高校创新氛围不仅能够直接促进大学生创造力的发展，还可通过创意自我效能感的中介作用产生间接影响。这一发现初步揭示了高校环境因素与个体创造性产出之间的心理机制“黑箱”，表明创意自我效能感在两者之间承担了关键桥梁角色。根据杨晶照与杨东涛对创意自我效能的研究综述得出，现有很多创造力研究者将创意效能作为一个独立的变量，研究其在创造过程中作为中间变量的作用(杨晶照, 杨东涛, 赵顺娣, 姜林, 2011)。实证研究支持创意效能在创造力的很多影响因素中起到中介作用，同时还有很多研究关注其调节作用。如 Tierney 与 Farmer 通过对员工创造力过程中的皮格马利翁效应进行研究，得出在主管人员的期望、行为，以及员工对创造行为的观念中创意效能起着重要的调节作用(Tierney & Farmer, 2004)。杨付和张丽华研究得出，创意效能感调节工作不安全氛围、团队沟通与团队成员创新行为之间的关系：员工的创意效能感越高，工作不安全氛围和团队沟通对团队成员创新行为的倒 U 形影响越小(杨付, 张丽华, 2012)。Abraham 和 John 研究得出创意效能将会中介创造力自我期望和创造力工作卷入度的关系(Abraham & John, 2007)。创造力自我期望和创造力工作卷入度的正向关系将会在那些报告出更高水平的创意效能的被试中更强烈。本研究结果也进一步支持了在人文社科类高校及非“双一流”建设高校的学生群体中，创意自我效能感对创造力的解释力和贡献度更为突出(莫晓兰, 2023)。这表明，在资源相对有限或传统上被认为“创新氛围不足”的高校环境中，激发学生内在的创造性自我信念可能尤为关键。因此，高校在推动创新教育过程中，除营造宏观环境氛围外，也应重视对学生创意自信心的培养，尤其应关注不同学科和院校类型背景下学生的心理动机差异，实施更具针对性的支持策略。

4. 教育建议

4.1. 高校应着力构建多层次、多维度支持的创新氛围环境

高校可以从高校创新氛围的四个维度(同学支持、导师支持、高校理念、资源供应性、学习自主性)，对大学生创造行为提供支持，着力打造一个融合同学支持、导师支持、先进高校理念、丰富资源供应以及学习自主性等多维度的支持体系，全面激发和支撑大学生的创造行为。同学支持上，强调同伴学习和合作文化，鼓励大学生多组建跨学科项目小组、读书会、研讨沙龙互相学习和互相激励；导师支持上，

由专任教师队伍、行政教师团队组成教师团队，在学生学术指导、资源链接、心理支持、榜样示范上提供帮助；高校理念上，高校应着力培养创新型、创业型、应用型、复合型人才，勇担科技创新使命，以创新为第一动力，不断提升科研创新能力，科学配置科技资源，提升科技原始创新能力和创新体系整体效能。

4.2. 重点加强学生创意自我效能感的培养

鉴于创意自我效能感的关键中介作用(李金德, 2011; 阳莉华, 2007), 高校应有意识地设计干预措施, 提升学生“我能创新”的信念。“鼓励创新”、“鼓励容错”, 让学生在完成小目标中积累成功经验; 邀请校内外创新专家、优秀校友及高年级学生分享经验, 提供可观察、可学习的榜样, 强化榜样示范; 建立过程性评价体系, 教师应及时认可学生的努力与创意, 提供具体、建设性的反馈, 增强其信心; 开设与创造力、创新思维、创意策略相关课程。

4.3. 实施差异化、精准化的支持策略

以往的研究(张敏, 2013; 曾剑雄, 张国栋, 2022)发现在不同类型高校的大学生在创造力和创新行为上存在差异。理工科与“双一流”建设高校大学生的创新行为更多地由高校创新氛围的五个因素解释, 人文社科与非“双一流”建设高校大学生创新行为更依赖于其内部力量的支持(Ford, 1996), 提高创意自我效能感和成就动机所发挥的重要作用。因此, 提示高校需关注群体差异: 对于资源相对薄弱或传统非优势学科的高校: 应将提升学生内在动机和自信心作为创新教育的突破口, 避免简单模仿研究型大学或理工科的模式。可通过突出学科特色创新(如人文社科的实践调研、创意写作、社会设计等)来建立学生的独特优势认同。

4.4. 推动形成“环境 - 心理 - 行为”的良性循环

高校应认识到创新氛围、创意自我效能和创造行为是一个动态交互的系统: 协同推进: 环境营造与心理赋能应双管齐下, 不可偏废。良好的创新氛围为效能感提升提供土壤, 而高效的个体又反过来活跃和创造更好的氛围, 通过构建支持性的环境、精准赋能学生的创新自信, 最终系统性地提升人才创新素养与能力。

5. 结语

在数字经济时代不断深入的背景下, 提升大学生的创新能力和发散性思维能力已成为高校创新发展的核心任务。高校应系统构建多层次、多维度协同的支持型创新环境, 高度重视学生创意自我效能的激发与培育, 并制定差异化、精准化的引导策略。从而充分激发大学生在数字经济领域的价值创造潜力, 系统培养兼具深厚人文素养与卓越创新能力的高素质复合型人才。

基金项目

湖南省教育厅 2022 年度高校思想政治教育研究项目“高校创新氛围对大学生创造力的影响研究”(项目编号: 22SZ07, 主持人: 郑洁)。

参考文献

- 曾剑雄, 张国栋(2022). 自由探索型导师指导风格对博士生创新行为的影响机制研究. *东北大学学报(社会科学版)*, 24(6), 117-125.
- 郭露遥(2022). *教师创新支持行为、创新自我效能感和初中生创造力的关系及干预研究*. 硕士学位论文, 南宁: 广西民族大学.

- 李金德(2011). 创新自我效能感及其对创造性思维的中介和调节作用. 硕士学位论文, 南京: 南京师范大学.
- 莫晓兰(2023). 高校创新氛围对研究生科研行为的影响机制研究. 硕士学位论文, 杭州: 杭州师范大学.
- 温忠麟, 张雷, 侯杰泰, 等(2004). 中介效应检验程序及其应用. *心理学报*, (5), 614-620.
- 阳莉华(2007). 大学生创新效能感量表的初步编制. *中国健康心理学杂志*, (4), 297-299.
- 杨付, 张丽华(2012). 团队沟通、工作不安全氛围对创新行为的影响: 创造力自我效能感的调节作用. *心理学报*, 44(10), 1383-1401.
- 杨晶照, 杨东涛, 赵顺娣, 姜林(2011). 工作场所中员工创新的内驱力: 员工创造力自我效能感. *心理科学进展*, 19(9), 1363-1370.
- 张敏(2013). 大学生创新行为的影响因素实证研究——基于建设性争辩和创新氛围视角. *武汉理工大学学报(社会科学版)*, 26(5), 824-829.
- Abraham, C. & John, S. (2007). The Influence of Leaders' and Other Referents' Normative Expectation on Individual Involvement in Creative Work. *The Leadership Quarterly*, 18, 35-48. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2006.11.001>
- Csikszentmihalyi, M. (1988). Society, Culture, and Person: A System View of Creativity. In M. Csikszentmihalyi (Ed.), *The Nature of Creativity* (pp. 325-339). Cambridge University Press.
- Ford, C. M. (1996). A Theory of Individual Creative Action in Multiple Social Domains. *The Academy of Management Review*, 21, 1112-1142. <https://doi.org/10.2307/259166>
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2004). The Pygmalion Process and Employee Creativity. *Journal of Management*, 30, 413-432. <https://doi.org/10.1016/j.jm.2002.12.001>