



文化智力对员工创造力的影响
——以心理资本为中介变量

RESEARCH ON THE INFLUENCE OF
CULTURAL INTELLIGENCE ON EMPLOYEE
CREATIVITY
——BASED ON THE MEDIATING ROLE OF
PSYCHOLOGICAL CAPITAL

龙腾飞

TENGFEI LONG

本博士论文提交正大管理学院中国研究生院
属正大管理学院工商管理哲学博士学位
工商管理专业（中文体系）课程学习的一部分
二〇一八年八月

สันปก 书脊

文化智力对员工创造力的影响
——以心理资本为中介变量

龙腾飞
二〇一八年



文化智力对员工创造力的影响
——以心理资本为中介变量

RESEARCH ON THE INFLUENCE OF
CULTURAL INTELLIGENCE ON EMPLOYEE
CREATIVITY
——BASED ON THE MEDIATING ROLE OF
PSYCHOLOGICAL CAPITAL

龙腾飞

TENGFEI LONG

本博士学位论文提交正大管理学院中国研究生院
属正大管理学院工商管理哲学博士学位
工商管理专业（中文体系）课程学习的一部分

二〇一八年八月

版权归正大管理学院所有

本博士论文题目：文化智力对员工创造力的影响—以心理资本为中介变量，作者：龙腾飞，已通过博士论文答辩委员会审核。本博士论文为正和管理学院工商管理哲学博士学位工商管理专业（中文体系）课程学习的一部分。

博士论文答辩委员会签名：

答辩委员会主席-----
(Doctor)

主导师/答辩委员-----
(Doctor)

副导师/答辩委员-----
(Doctor)

答辩委员 -----
(Doctor)

答辩委员 -----
(Doctor)

中国研究生院院长签名：

(Associate Professor Doctor Ruengsak Kawtummachai)

批准日期：二〇一八年

摘要

论文题目：文化智力对员工创造力的影响
——以心理资本为中介变量

作者姓名：龙腾飞

主导师姓名：宋继文教授

学位名称：工商管理哲学博士学位

专业名称：工商管理专业（中文体系）

学 年：二〇一八年

在创新驱动型社会经济发展情景下，创造力作为创新过程的理念源泉与核心要素，逐步引起了学界与业界的关注。影响创造力的因素有很多，学者们将研究视角逐渐从单一层次拓展至多层次。本研究在梳理现有文献的基础上，根据员工创造力理论和心理资本理论，从心理资本视角，探讨文化智力对员工创造力的影响机制。以文化智力→心理资本→员工创造力为思路，提出概念模型和研究假设。使用得到广泛认可的成熟量表设计调查问卷，运用上司下属配对的方法进行问卷调查，将调查数据使用 SPSS 和 AMOS 软件进行分析，对假设进行检验。

在控制了人口统计学变量后，实证结果表明：（1）文化智力与员工创造力正相关；（2）文化智力与心理资本正相关；（3）心理资本与员工创造力正相关；（4）心理资本在文化智力与员工创造力之间起部分中介作用；（5）创新动机在文化智力和员工创造力之间起调节作用。

本研究基于前人，又有所创新。（1）发现文化智力对员工创造力的正向影响，丰富了员工创造力的前因变量。这是一个较新的研究问题，是对文化智力研究领域的拓展。（2）发现了心理资本在文化智力与员工创造力之间的中介作用，这是一种新的尝试。对心理资本中介效应的研究打开了文化智力对员工创造力影响机制的黑匣子，补充了影响过程的内在细节，为心理资本的前因变量研究以及心理资本开发研究提供了直接文献来源与模型构建启示。（3）发现了创新动机对心理资本的整体和三个维度（自信、乐观和坚韧）与员工创造力关系的调节作用，扩展了心理资本与创新动机之间交互效应的研究。

研究最后总结了研究结论对人力资源管理实践的一些启示。管理学研究的对象是人，具体来说是人的行为。文化智力是人的心理及人格表现，员工创造力是人的行为表现。组织可以通过提高文化智力来促进员工创造力的提升。研究结果

显示，文化智力的整体及各维度均正向影响员工创造力。因此，组织可以通过改善文化智力来促进员工的创造力。文化智力受到年龄及相关跨文化经历等因素的影响，因此组织可以针对不同年龄段的员工制定不同的跨文化培训及工作安排，比如派送员工到不同地区、不同类型的企业进行交流学习，外出公干，甚至是定期组织员工外出旅游等，让员工有更多的机会接触不同的文化环境，感受跨文化交流的快乐，从而激发员工的创造力。

并且，指出本研究存在的不足和未来的研究展望。由于时间、精力及社会资源的限制，研究取样均在中国的广西壮族自治区，且以百色市为主要取样地，若考虑到广西地处中国西南边陲，经济较为落后，特别是百色地区，具有老少边山穷（革命老区、少数民族地区、边疆地区、山区、贫困地区）的特点，员工主动性稍差，但与沿海地区而言，民风则较为淳朴，而广西的企业及其员工必然受到前述环境的影响，因此，本研究的结果是基于广西数据而得到，结论是否能在其他地区使用尚需验证。同时，本研究采用的是横截面研究方法，所有数据的收集均在一个时间段，数据可以很好地解释变量之间的相关关系，但是在因果关系上解释力较弱。由于受到时间、人力和物力等条件的限制，本研究均引用的是现有学者对相关概念的定义及量表，对前人的研究缺乏批判性的思维，本研究缺乏对概念的定义及量表开发方面的突破进展。

考虑到研究的局限，未来可以一下两方面开展后续研究：（1）依据本研究的设计，在有明显特色的不同地域分别进行抽样，以观察结果是否显著并分析特定区域情景对心理资本与员工创造力关系的影响。（2）今后的同类研究可以考虑采取纵向研究，对相关研究对象进行跟踪研究，收集纵向数据对研究问题的因果关系做出更加严格的检验。（3）在未来的研究中，尝试带着批判性的思维来重新定义相关概念和开发更加切合中国情境的研究量表，进一步的加深研究。

关键词： 员工创造力 心理资本 文化智力

ABSTRACT

Title: Research on the Influence of Cultural Intelligence on Employee Creativity—Based on the mediating role of Psychological Capital

Author: Tengfei Long

Advisor: Dr. Jiwen Song

Degree: Doctor of Philosophy(Business Administration)

Major: Business Administration(Chinese Program)

Academic Year: 2018

Holding the key to the course of innovation as the source of ideas, creativity draws gradually the attention of academic community and industry within the context of the innovation-driven social and economic development. Since numerous factors influence creativity, scholars extend progressively their perspectives of study from a single level to multiple levels. After the analysis of previous literature, and based on employee creativity and psychological capital theory, this research explores the mechanism of Cultural Intelligence's effects on Employee Creativity from the perspective of Psychological Capital, and build the conceptual model and research hypotheses following the logical line of“Cultural Intelligence →Psychological Capital → Employee Creativity” .Using the widely recognized maturity scale design of the questionnaire, and using the boss subordinates matching method, analysis the survey data by using SPSS and AMOS.

On the basis of controlling the demographic variables, the empirical study shows:(1)Cultural Intelligence is positively related to Employee Creativity; (2) Cultural Intelligence is positively related to Psychological Capital; (3)Psychological Capital is positively related to Employee Creativity; (4) Psychological Capital plays the mediating role between Cultural Intelligence and Employee Creativity; (5)Creative Motivation plays the moderating role between Psychological Capital and Employee Creativity.

This research is based on predecessors and has some innovations. (1) It is found that cultural intelligence has a positive influence on employees' creativity, which

enriches the former dependent variables of employees' creativity. This is a relatively new research problem and an expansion of the research field of cultural intelligence.

(2) It is a new attempt to discover the intermediary role of psychological capital between cultural intelligence and employee creativity. The research on the intermediary effect of psychological capital opens the black box of the influence mechanism of cultural intelligence on employee creativity, complements the internal details of the influencing process, and provides direct literature sources and model construction inspiration for the research on the pre-dependent variables of psychological capital and the development of psychological capital. (3) The moderating effect of innovation motivation on the overall psychological capital and the relationship between the three dimensions (confidence, optimism and toughness) and employee creativity is found, which extends the research on the interaction effect between psychological capital and innovation motivation.

The dissertation concludes with the discussion of future research. Management science studies human being, more specifically human behaviors. Cultural intelligence reflects human psychology and personality while employee creativity mirrors human behaviors. Organizations may enhance their employees' creativity by improving cultural intelligence. The results indicated that, cultural intelligence has positive impact on employee creativity in both an overall and multiple dimensions. Therefore, organizations may enhance their employees' creativity by improving cultural intelligence. In view of the fact that cultural intelligence is affected by a number of factors such as age, cross-cultural experience, etc., organizations may provide cross-cultural trainings for and assign tasks to employees in different groups of age. For instance, employees may be dispatched to visit various enterprises in different areas for learning, exchange of ideas, or for business trip, or even organized for travel on a regular basis. All these create more opportunities for employees to get in touch with different cultural environment, obtain joyful experience from cross-cultural exchange, and ultimately inspire their own creativity.

And the implication of the research findings on human resource management practice. For the purpose of the study, we collected samples from the Guangxi Zhuang Autonomous Region, China, primarily from Baise City, due to limited time, energy, and social resources. Guangxi is a province located in the Southwest border area of China which is economically backward. Particularly Baise is an area with identical

features to old revolutionary base areas, regions inhabited by ethnic groups, border areas, mountainous regions, and poverty-stricken areas. For this reason, employees here are less initiative. However, Baise boasts its simpler folkway than coastal areas. Enterprises in Guangxi and their employees must have been influenced by the aforesaid environment. Therefore, the applicability of this conclusion to other areas of China needs to be proved since the results of this study were obtained based on the data collected in Guangxi. Moreover, the study employed cross-section analyzing approach, which means that all the data is collected within a specific time frame. Such data has less interpretability for causal relationship than they do for correlation among variables. Due to the limitations of time, manpower and material resources, this study refers to existing scholars' definitions and scales of relevant concepts, lacks critical thinking on previous studies, and this study lacks the definition of concepts and breakthroughs in scale development.

In consideration of the limitation of this study, further studies may be conducted in the following aspects: (1) Sampling may be conducted in different areas with their own distinct characteristics based on the design of this study, to observe if the results are significant and to analyze the impact of a particular regional scenario on the relationship between capital and employee creativity. (2) Longitudinal approach may be considered in similar studies in the future. Longitudinal study tracks the objects to collect longitudinal data, allowing that the causal relationship of the objects of study is tested in a more rigorous manner. (3) In future study, I will try to redefine relevant concepts and develop research scales more relevant to the Chinese situation with critical thinking, so as to further deepen the research.

Keywords: Employee Creativity Psychological Capital Cultural Intelligence

目 录

摘 要.....	I
ABSTRACT.....	II
目 录.....	III
表格目录.....	IV
图片目录.....	IX
第一章 引言.....	1
1.1 选题背景和意义.....	1
1.2 研究目标和研究范畴.....	2
1.2.1 研究目标.....	2
1.2.2 具体研究问题.....	2
1.2.3 研究范畴.....	3
1.3 研究方法及技术路线.....	3
1.3.1 研究方法.....	3
1.3.2 技术路线.....	3
1.4 本章小结.....	4
第二章 文献综述.....	5
2.1 文化智力.....	5
2.1.1 个体文化智力的概念.....	5
2.1.2 文化智力的研究现状.....	6
2.1.3 文化智力的测量.....	7
2.1.4 界定文化智力.....	7
2.2 员工创造力.....	7

目 录 (续)

2.2.1 员工创造力的概念.....	7
2.2.2 员工创造力的研究现状.....	8
2.2.3 员工创造力的测量.....	10
2.2.4 界定员工创造力.....	11
2.3 心理资本.....	11
2.3.1 心理资本的概念.....	11
2.3.2 心理资本的研究现状.....	12
2.3.3 心理资本的测量.....	15
2.3.4 界定心理资本.....	15
2.4 文献述评.....	15
2.5 本章小结.....	17
第三章 理论基础及研究假设.....	18
3.1 理论基础.....	18
3.1.1 员工创造力的相关理论基础.....	18
3.1.2 心理资本的相关理论基础.....	20
3.2 研究假设.....	22
3.2.1 文化智力对员工创造力的影响.....	23
3.2.2 心理资本的中介作用.....	23
3.2.3 创新动机的调节作用.....	24
3.3 实证模型和假设汇总.....	26
3.4 本章小结.....	26
第四章 研究设计与研究方法.....	27
4.1 量表选择.....	27

目 录 (续)

4.1.1 文化智力量表.....	27
4.1.2 员工创造力量表.....	28
4.1.3 心理资本量表.....	29
4.1.4 创新动机量表.....	30
4.1.5 人口学变量选择.....	30
4.2 数据分析方法.....	31
4.2.1 描述性统计分析.....	31
4.2.2 信度分析.....	31
4.2.3 效度分析.....	31
4.2.4 相关分析.....	32
4.2.5 回归分析.....	32
4.3 预研结果.....	33
4.3.1 试测样本描述.....	33
4.3.2 文化智力量表检验.....	34
4.3.3 心理资本量表检验.....	37
4.3.4 员工创造力量表检验.....	40
4.3.5 创新动机量表检验.....	42
4.4 本章小结.....	43
第五章 数据分析与假设检验.....	44
5.1 样本描述与初步检验.....	44
5.1.1 样本的基本情况.....	44
5.1.2 量表数据的描述性统计分析.....	45
5.1.3 正态分布检验.....	45

目 录 (续)

5.1.4 相关性分析.....	46
5.2 信度和效度分析.....	46
5.2.1 量表的信度分析.....	46
5.2.2 量表的效度分析.....	47
5.3 假设检验.....	49
5.3.1 文化智力与员工创造力关系的假设检验.....	49
5.3.2 文化智力与心理资本关系的假设检验.....	53
5.3.3 心理资本与员工创造力关系的假设检验.....	69
5.3.4 心理资本中介作用的假设检验.....	73
5.3.5 创新动机的调节作用的假设检验.....	78
5.3.6 假设检验结果汇总.....	85
5.4 讨论与发现.....	85
5.5 本章小结.....	87
第六章 结论和展望.....	88
6.1 研究结论.....	88
6.2 研究的理论贡献.....	90
6.3 研究的管理学启示.....	92
6.4 研究的局限性和展望.....	93
6.4.1 研究的局限性.....	93
6.4.2 未来研究的展望.....	93
参考文献.....	94
附录 A 初步访谈提纲.....	109

目 录 (续)

附录 B 上司调查问卷.....	110
附录 C 下属调查问卷.....	111
致 谢.....	114
声 明.....	116
个人简历.....	117

表格目录

表 2.1	心理资本的定义.....	11
表 3.1	本研究的假设汇总表.....	26
表 4.1	文化智力初始测量量表.....	27
表 4.2	员工创造力初始测量量表.....	28
表 4.3	心理资本初始测量量表.....	29
表 4.4	创新动机初始测量量表.....	30
表 4.5	试测样本人口统计学情况.....	34
表 4.6	文化智力量表的信度分析.....	34
表 4.7	文化智力量表 KMO Bartlett 的检验	35
表 4.8	文化智力量表的效度分析.....	35
表 4.9	删除题项 WH5 前后的 Cronbach's Alpha 值对比分析图	37
表 4.10	心理资本量表的信度分析.....	37
表 4.11	删除题项 XL13、XL20、XL23 后的 Cronbach's Alpha 值	38
表 4.12	心理资本量表的 KMO Bartlett 的检验.....	38
表 4.13	心理资本量表的效度分析.....	38
表 4.14	删除题项前后的 Cronbach's Alpha 值对比分析	39
表 4.15	员工创造力量表的信度分析	40
表 4.16	员工创造力量表的 KMO Bartlett 的检验.....	41
表 4.17	员工创造力量表的效度分析	41
表 4.18	创新动机量表的信度分析.....	42
表 4.19	创新动机量表的 KMO Bartlett 的检验	42
表 4.20	创新动机量表的效度分析.....	43
表 5.1	样本基本情况.....	4

表格目录（续）

表 5.2	各变量描述性统计信息	45
表 5.3	各主要变量的描述性统计量	45
表 5.4	各变量的均值、标准差以及相关系数矩阵	46
表 5.5	量表的信度分析结果	47
表 5.6	各量表的验证性因子分析结果	47
表 5.7	文化智力对员工创造力的影响	50
表 5.8	元认知文化智力对员工创造力的影响	51
表 5.8	元认知文化智力对员工创造力的影响	51
表 5.9	认知文化智力对员工创造力的影响	51
表 5.10	动机文化智力对员工创造力的影响	52
表 5.11	行为文化智力对员工创造力的影响	53
表 5.12	文化智力对心理资本的影响	54
表 5.13	元认知文化智力对心理资本的影响	54
表 5.14	认知文化智力对心理资本的影响	54
表 5.15	动机文化智力对心理资本的影响	56
表 5.16	行为文化智力对心理资本的影响	57
表 5.17	元认知文化智力对自信的影响	58

表格目录（续）

表 5.18 元认知文化智力对希望的影响.....	58
表 5.19 元认知文化智力对乐观的影响.....	59
表 5.20 元认知文化智力对坚韧的影响.....	60
表 5.21 认知文化智力对自信的影响.....	61
表 5.22 认知文化智力对希望的影响.....	61
表 5.23 认知文化智力对乐观的影响.....	62
表 5.24 认知文化智力对坚韧的影响.....	63
表 5.25 动机文化智力对自信的影响.....	64
表 5.26 动机文化智力对希望的影响.....	64
表 5.27 动机文化智力对乐观的影响.....	65
表 5.28 动机文化智力对坚韧的影响.....	66
表 5.29 行为文化智力对自信的影响.....	67
表 5.30 行为文化智力对希望的影响.....	67
表 5.31 行为文化智力对乐观的影响.....	68
表 5.32 行为文化智力对坚韧的影响.....	69
表 5.33 心理资本对员工创造力的影响研究.....	70
表 5.34 自信对员工创造力的影响.....	71
表 5.35 希望对员工创造力的影响.....	71
表 5.36 乐观对员工创造力的影响.....	72
表 5.37 坚韧对员工创造力的影响.....	73
表 5.38 心理资本的中介效应模型.....	74
表 5.39 心理资本在元认知文化智力促进员工创造力关系中起中介作用.....	75

表格目录（续）

表 5.40 心理资本在认知文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用	76
表 5.41 心理资本在行为动机智力促进员工创造力的关系中起中介作用	76
表 5.42 心理资本在行为文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用	77
表 5.43 创新动机的调节作用	78
表 5.44 创新动机在自信与员工创造力关系间起调节作用	80
表 5.45 创新动机在希望与员工创造力关系间起调节作用	81
表 5.46 创新动机在乐观维度与员工创造力关系间起调节作用	82
表 5.47 创新动机在坚韧与员工创造力关系间起调节作用	83
表 5.48 研究假设检验结果汇总表	85

图片目录

图 1.1 研究流程图	4
图 2.1 心理资本维度及内涵	12
图 3.1 超越传统经济资本、人力资本和社会资本的心理资本.....	20
图 3.2 本研究的综合模型图	26
图 5.1 创新动机对心理资本与员工创造力关系的调节效应趋势图	79
图 5.2 创新动机对自信与员工创造力关系的调节效应趋势图.....	81
图 5.3 创新动机对乐观与员工创造力关系的调节效应趋势图.....	83
图 5.4 创新动机对坚韧与员工创造力关系的调节效应趋势图.....	84

第一章 引言

1.1 选题背景和意义

如今的世界是一个开放和多元化的世界，不同国家、不同地区、不同民族之间的交往越来越密切，使得越来越多的人有机会与来自不同文化背景的人进行接触。然而，在交往的过程中，我们发现每个人对于不同文化的接受和适应能力是不同的，这直接影响了我们与不同文化背景的人交往的质量。2003年，Earley和Ang两位学者首次提出文化智力的概念，明确提出，文化智力是指个体积极调整应对新文化的能力。2006年，Earley和Ang(2006)提出文化智力概念的四个维度：元认知文化智力(Metacognitive CQ)、认知文化智力(Cognitive CQ)、动机文化智力(Motivational CQ)和行为文化智力(Behavioral CQ)。具体可以对应到人们认知不同文化的能力，所受教育和经验，接受跨文化的意愿和集中注意的能力，以及应付不同文化的行为能力等。他们认为，一般情况下，人们的文化智力越高，其适应不同文化环境以及与不同文化背景的人进行沟通的能力就越强。此后，学术界开始关注文化智力这一研究话题。在组织领域中，影响员工创造力的因素有很多，文化智力是否是其中的一个因素？如何通过提高文化智力来影响和促进员工的创造力？这些都是学者们试图要解决的问题。已有的研究表明，文化智力的四个维度也许可以作为影响员工创造力的前因变量。比如，认知对员工创造力具有影响，Scott(1994)等的研究发现，不同的认知风格对个体创造力具有不同的影响；Sagiv(1995)等的研究进一步发现，在不同程度的结构化任务执行过程中，不同类型的认知风格的个体创造力不同。并且，个体的基本属性也会对个体创造力水平产生显著影响。此外，个体的行为，尤其是特定行为亦会对创造力产生影响。比如，M De Stobbeleir(2013)等的研究发现，员工反馈寻求行为的频率和广度正向影响个体创造力绩效；Cerne(2015)等的研究表明，员工的知识隐藏行为负向影响员工创造力。

因此，本文就文化智力对员工创造力的影响进行进一步的研究，这是有前人的研究作为基础的。本研究关注文化智力与员工创造力这两个构念之间的关系，试图构建理论模型。

本研究可能的创新之处主要从以下三个方面体现：

①本次研究以文化智力为自变量，员工创造力为因变量，采用跨文化的研究方法来探寻文化智力与员工创造力之间的关系。这是一个较新的研究问题，是对文化智力研究领域的拓展，以及对创造力相关理论的补充，具有一定的理论创新

性。

②本次研究以心理资本作为中介变量，关注心理资本在文化智力与员工创造力之间的中介效应。这是一种新的尝试，具有一定的理论创新性及实证研究意义。

③本研究关注文化智力与员工创造力这一构念之间的关系，试图寻找通过提高文化智力来影响和促进员工的创造力的有效途径，以达到为提高企业的跨文化人力资源管理水平提供参考和借鉴的目的，具有一定的管理实践意义。

因此，本研究不仅是对员工创造力研究理论的拓展，具有一定的理论意义；并且，试图找出提高文化智力来影响和激发员工创造力的因素，对企业的跨文化人力资源管理具有一定的实践作用。

1.2 研究目标和研究范畴

1.2.1 研究目标

本研究拟采用深度访谈(interview)、焦点小组访谈(focus group discussion)、问卷调研(survey research)等方法，研究文化智力对员工创造力影响，以心理资本作为中介变量，创新动机为调节变量，试图构建理论模型。深度访谈与焦点小组访谈可以就文化智力对员工创造力的影响机理进行质化的分析，问卷调研有助于我们检验假设与模型。

1.2.2 具体研究问题

本研究将对相关文献进行梳理，拟定访谈提纲，对员工进行访谈，收集数据，使用主题分析方法，对访谈材料进行编码和分析，构建研究的理论模型。本研究具体研究问题是文化智力对员工创造力的影响研究，在文献回顾的基础上，本文拟将心理资本作为中介变量，并且通过访谈了解企业员工，将一些可能的因素作为控制变量，来探讨文化智力和员工创造力的关系，构建一个文化智力对员工创造力影响的解释框架。拟解决的关键问题包括以下几个部分：

①文化智力与员工创造力的基本关系；

厘清文化智力与员工创造力的研究脉络和理论基础，在现有量表的基础上，设计访谈及问卷，检验文化智力及员工创造力是否存在相关关系，并构建两者之间的关系模型。

②心理资本的中介作用；

分析心理资本对文化智力与员工创造力关系的中介作用，进而完善模型。

③创新动机的调节作用；

在文化智力与员工创造力的关系模型的研究基础上，分析创新动机的调节作用，进而完善模型。

④分析控制变量，构建文化智力与员工创造力关系的理论模型

我们的研究模型需要包括一些控制变量。我们将通过访谈了解一些可能影响因素，例如，出国经历、受教育程度、年龄、性别等，试图将最具有代表性的控制变量包括进去，使得我们的模型能够更为全面。

1.2.3 研究范畴

本研究是就文化智力与员工创造力的关系进行研究，主要是集中在个体层面的创造力（即员工创造力）的研究，研究范畴界定清晰。在个体层面的范畴内，以心理资本作为中介，创造动机作为调节变量，研究文化智力与员工创造力的相关关系。

1.3 研究方法及技术路线

1.3.1 研究方法

本研究的研究方法是理论与实证相结合。

第一步，通过文献阅读，对相关理论进行梳理，确定研究主题；

第二步，结合访谈调研的结果，提炼相关因素作为变量，构建假设模型；

第三步，设计问卷，采用问卷调查的方法，收集相关数据，并采用相关分析软件来检验假设模型。

1.3.2 技术路线

为确保本研究的顺利进行，在开展研究的初始阶段，设计严格的研究流程，具体包括引出问题、文献综述、研究研究假设的提出及模型的构建、研究方法设计、数据分析与假设检验，结论与展望等诸多环节，具体研究流程见图 1.1 所示。

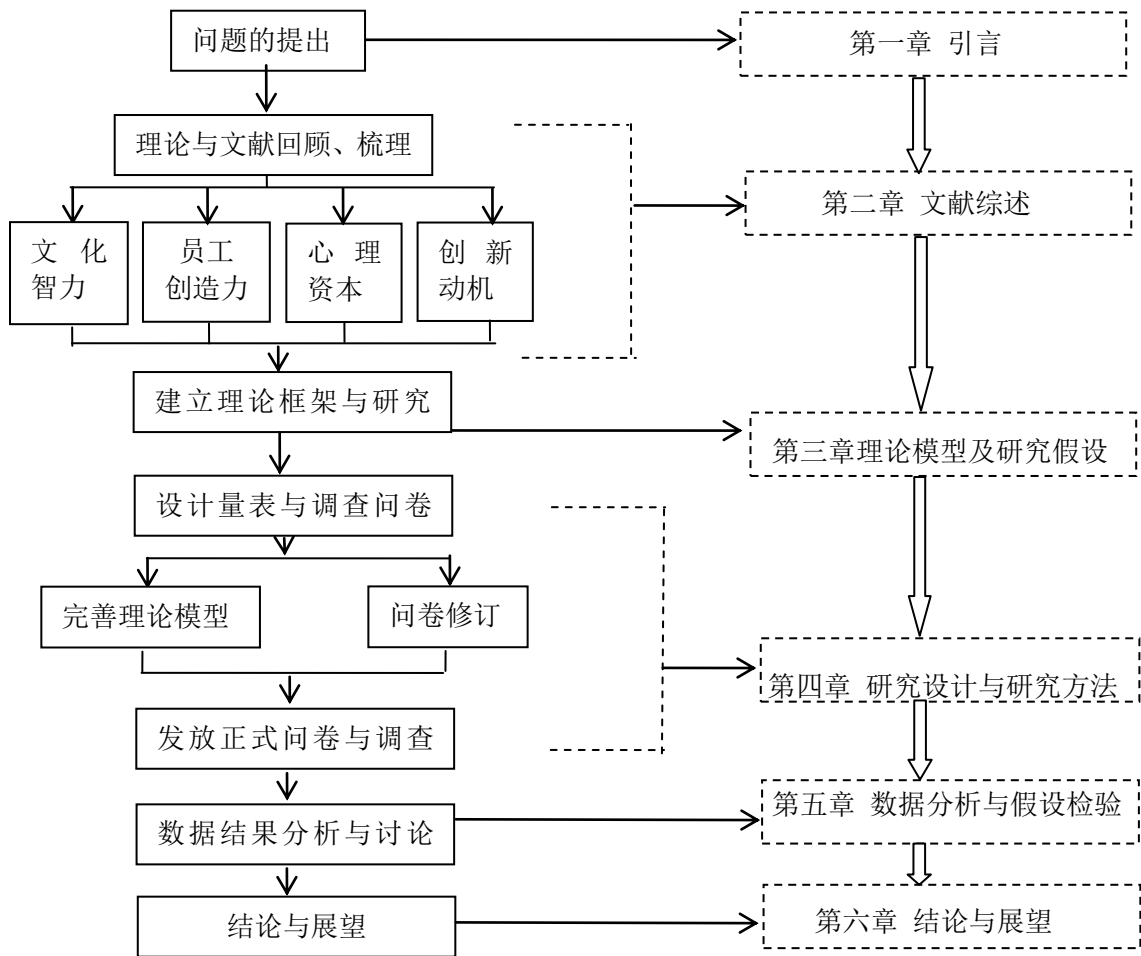


图 1.1 研究流程图

1.4 本章小结

本章是论文的引言部分，主要内容包括介绍研究背景，提出了研究问题，阐述研究的意义，并且指出研究方法，技术路线和各章节的内容安排。

第二章 文献综述

2.1 文化智力

文化智力包括三个层面，分别为个体、组织和团队等层面。本研究是从个体层面切入，研究文化智力对员工创造力的影响机制。因此，本文就个体文化智力的相关文献进行了回顾和梳理。

2.1.1 个体文化智力的概念

文化智力包括个体、组织和团队等三个层面。本文是研究文化智力对员工创造力的影响机制，主要是从个体层面来切入的，因此本文就个体文化智力的相关文献进行了回顾和梳理。

关于文化智力概念的明确界定，最早是在 2003 年，由 Earley 和 Ang 提出的。他们将文化智力定义为“反映人们在新的文化背景下，收集处理信息，做出判断并采取相应的有效措施以适应新文化的能力”。之后，Earley 和 Ang（2006），又进一步提出了文化智力概念的四个维度，即元认知文化智力（Metacognitive CQ）、认知文化智力（Cognitive CQ）、动机文化智力（Motivational CQ）和行为文化智力（Behavioral CQ）。这四个维度分别对应个体对于不同文化的“接受、理解的过程”、“有效加工的过程”、“接受意愿及能力”和“沟通交流的能力”。在与不同文化背景的人的交往过程中，元认知文化智力高的人接受和理解对方文化的能力较强，能够有效的调整自身的知识结构；认知文化智力较高的人，能够较快的辨识不同文化的差异，并且对其进行有效的加工，从而获得相关习惯、行为和规范等，这可以源于人们所受的教育及相关的跨文化经验；动机文化智力较高的人，接受及学习不同文化的意愿较强，为达到目标所愿意付出的努力也较多，从而在跨文化背景下处理问题的能力也比较强；而行为文化智力高的人，有效利用及改变口语及肢体语言的能力较强，能够在跨文化背景下进行良好的沟通。由此可以看出，Earley 和 Ang 所指的文化智力主要集中在个体层面，后续学者们的研究也大多集中在这个层面。

另外，与 Earley 和 Ang（2003）的四维度文化智力结构比较类似的，还有 Thomas（2006）的三维文化智力结构。三个维度是指知识（knowledge）、心智（mindfulness）、和行为（behavior），论述了文化智力在跨文化情境下的关系结构及其作用。

但是，总体来说，学术界对于文化智力概念的界定，以 Earley 和 Ang（2007）

的四个维度的文化智力结构为主流，对其认可的程度更高，在后续者的研究中引用得也最多。

2.1.2 文化智力的研究现状

通过阅读近些年的文献，发现对于文化智力的研究，从内容上看主要是对文化智力的影响因素及作用进行分析，即前因后果分析。从研究的层面上看，学者们较多集中于个体层面的研究。关于文化智力的相关影响因素的研究较多，比如刘畅（2012）、鲁雁申（2012）等，分别从个体层面和跨文化环境等多个方面来分析影响文化智力的因素。同时，学术界也非常关注文化智力与相关构念关系的研究，比如文化智力与大五人格，文化智力与一般智力、情绪智力，文化智力与跨文化适应性、文化胜任力、文化认同等相关关系的研究。相关的代表有付佳（2008）、杨万芹（2013）、余赛文（2015）、王泽宇等（2013）、李晓艳等（2012）、唐宁玉等（2015）。关于文化智力的研究主要涉及硕士论文及期刊论文，博士论文较少，近几年在《管理世界》、《人力资源开发》等核心期刊上都有相关论文发表。以此，我们可以看到研究的一大趋势，即关注研究文化智力与其他相关构念间的关系及作用机制。

对于个体文化智力的研究主要集中在对它的前因变量和结果变量的研究上。目前，国内外学者对于个体文化智力影响因素的研究，已取得了一定的成果。国外方面，Ang 等人(2007)将性别、年龄和跨文化经历等作为影响文化智力的因素，并且以此作为控制变量，分析文化智力与文化适应、决策和工作绩效之间的关系。Crowne(2008)的研究将文化暴露作为变量，研究其与文化智力的影响，他指出人们通过出国留学和出国工作等特定的方式接触不同的文化，在此过程中的暴露程度会提高人们的文化智力。国内方面，付佳(2007)的研究在结合了 Ang（2007）以性别、年龄和跨文化经历作为影响因素的基础上，加入了语言水平这一因素，并且发现外语水平与其他因素一样，显著影响文化智力。在近几年的研究中，刘畅（2012）、鲁雁申（2012）等，也分别从个体层面及跨文化背景入手，分析文化智力的影响因素。

对文化智力的影响作用的研究，国外学者主要集中在工作绩效、工作适应等方面。例如，Templer(2006)将文化智力的动机维度和现实预览两个变量放在一起，研究其与工作适应之间的关系，结果表明，文化智力的高低能够影响人们在不同文化情境下的工作适应能力。Ang 等人(2007)则是侧重于研究文化智力与工作绩效的关系，研究发现文化智力的四个维度结构都与工作绩效呈显著的正相关关系。

中国学者的研究，主要是就文化智力与跨文化的适应性、文化胜任力、文化认同等相关关系的研究。例如，(唐宁玉, 郑兴山等, 2010)选取有海外经历企业管理人员及从事海外业务的专业人士作为样本, 采用文化智力的量表对特定对象的测量, 结果表明, 文化智力对工作绩效和跨文化适应性等都有显著影响。杨万芹(2003)指出在华外资企业中方经理的文化智力是影响跨文化胜任力的关键因素。

2.1.3 文化智力的测量

目前, 测量个体文化智力, 运用得最多的是 Ang 等学者(2004, 2007)的文化智力量表(Culture Intelligence Scale)。这一量表是基于文化智力的四维度理论模型开发出的 20 道题目, 并且已经在各个国家的有相关跨文化背景的人之间进行检验, 证明该量表具有较好的信效度。2007 年, 我国学者唐宁玉将其翻译成中文, 并选取国内企业的相关特定对象进行检查, 结果表明中文版量表同样适用于中国情景, 信效度较理想。由此说明, Ang 等学者(2004, 2007)的文化智力量表是目前来说, 测量文化智力比较权威且有效的量表。

2.1.4 界定文化智力

作为本文所研究的重要对象, 本文采用 Earley 和 Ang(2006)对文化智力的定义, 将文化智力分为四个维度进行研究, 即元认知文化智力(Metacognitive CQ)、认知文化智力(Cognitive CQ)、动机文化智力(Motivational CQ)和行为文化智力(Behavioral CQ)。

2.2 员工创造力

2.2.1 员工创造力的概念

1950 年, 美国心理学家吉尔福德在美国心理学会上的演说中, 提到创造力这一研究议题, 提醒学者们关注对创造力的研究。在随后的研究中, 学者们对于创造力的定义看法不一, 分歧较大。人们对创造力的理解经历了从单一维度到多因素汇合的一个过程。其中, 比较具有代表性的是 Cropley, A.J.(2000)对创造力的定义, 他指出创造力是个体产生新颖的、具有实用价值的观点或产品的能力。

并且, 不同的理论依据、不同的研究范式、不同的侧重方面使得对于创造力的研究各有千秋。比如, 早期学者 Rhodes(1961)提出创造力的 4P 因素, 即个人(person)、过程(process)、产品(product)和环境(place)。王国保(2011)

在 4P 因素的基础上,指出创造力是一个整体的概念,包括创造者的人格特质、创造的过程、创造的产品、创造者与环境的互动等。Stein (1967)认为创造力应该包括一系列的相关活动,并且这些活动的总和,即假设的形成、检验假设和结果沟通等;Parnes 等 (1977)则将创造力解构为五个阶段,分别为发现事实、定义问题、产生创意、发现方案和采纳方案;Amabile (1983)的创造力模型认为创造力可划分为五个方面,分别为任务陈述、活动准备、产生创意、验证创意和结果评估;Anderson N,Potocnick K,Zhou J (2014)指出如果把创造力当做一种结果,那么可将其定义为新颖且实用的理念、想法、程序或事物。

近些年来,学者们较为认可基于结果观的对创造力的定义,并且广泛使用。同时,需要了解的是,创新过程的重要组成部分就是创造力,创新过程包括创造过程和创造力实施过程,创造力属于创造力范畴。此外,也有学者认为创造力是知识、能力的发展过程与运作结果,应该从综合的角度来予以界定。比如 Amabile(1996)认为个人创造力大多来自知识和能力之和,受技术、动机和技能的共同影响;Simontion(1995)还认为教育、训练与员工创造力显著相关;Amabile T M,Conti R,Coon H,etal. (1996)提出在创新能够驱动社会经济的发展,因此,创新过程的理念源泉与核心要素是创造力;Amabile T M,Barsade S G,Mueller J S,etal, (2005)认为创造力是基于特定主体,为达成任务提出的新颖且实用的思路、理念或想法。

2.2.2 员工创造力的研究现状

通过对近些年关于员工创造力的文献进行查阅和整理,发现目前对员工创造力的研究主要集中在其前因后果及相关机制的研究。比如段联合 (2011)、杨洁 (2011)、张勇 (2014)、王国保 (2010)、周浩 (2011)等,分别从诚信领导、组织创新气氛,组织创新鼓励,绩效薪酬,中国文化因素,工作不安全感、创造力自我效能等方面分析其对员工创造力的影响。而王端旭,洪雁 (2010)、黄爱华,黎子森 (2016)等分别就领导支持行为促进员工创造力的机理,工作不安全感与员工创造力等方面进行相关机制的研究。关于文化智力的研究主要涉及博士论文及期刊论文,近几年,武汉大学、南京大学、华中科技大学、浙江大学等,都有与此相关的博士论文。而且,在《管理世界》、《心理学报》、《人力资源开发》、《南开管理评论》等核心期刊上都有相关论文发表。

其中,对于员工创造力的前因变量研究,学者们主要从个人、工作特征、团队和环境等四个方面因素展开。本论文是就文化智力与员工创造力的关系进行研究,是个体层面的研究。因此,我们在进行文献回顾时,主要是就个人层面来分析影响创造力的因素。研究发现,个体的认知、情绪、动机以及相关的员工基本

属性都会对员工创造力产生影响。

(1) 认知对创造力的影响。学者们研究认知对员工创造力的影响，主要是从主观的认知判断和客观的认知风格两方面来关注。其中，主观的认知判断主要包括两个方面，即自我效能感和创造力角色认同。自我效能感，即自信，它是个体对自身能够完成特定任务的信心及自我能力的肯定评价，显著正向的影响员工创造力，自我效能感对员工创造力绩效有预测作用(Tiernry,2002)。并且，在跨层次研究中，情境因素（比如团队高水平的知识分享和异质性的功能背景）会强化自我效能感和创造力绩效间的正向影响关系（Richter，2012）；而创造力角色认同是指员工对于自身角色的理解和认可，即员工自己认识到自己是组织中的成员，并且应该参与组织中创造性的相关活动。创造力角色认同受到同事对预期创造力的认知、创新行为的自我看法的正向影响，并且影响员工的创造力。影响创造力角色认同与个体创造力之间关系的关键因素是组织对创造力的重视程度，当组织高度重视创造力时，角色认同与创造力之间呈显著的正相关关系，反之，当组织重视创造的程度低时，角色认同和创造力之间呈显著的负相关关系 Farmer(2003)。客观的认知风格主要是从系统型认知风格和直觉型认知风格两方面进行研究的。系统型认知风格负向影响个体创造力，而直觉型认知风格与个体创造力的作用不显著（Scott，1994）。低结构化的任务正向影响直觉型认知风格的个体创造力，却负向影响系统型认知风格的个体创造力（Sagive，1995）。

(2) 情绪对创造力的影响。对情绪与个体创造力关系的探索一直都是学者们比较关注的。Amabile 等（1983）和 Zhou 等(2001)的研究均发现情绪与个体的创造力呈正相关关系。George 等（2007）研究发现,积极的情绪可以提高员工创新思维的能力。Gong、Huang 和的 Farth(2009)研究显示，支持和鼓励是消除员工焦虑的有效方法，通过这个方法可以提高员工的自我效能，从而激发员工的创造力。学者们不仅对情绪属性有了一定的研究，而且还要很关注对情绪唤醒的研究。To 等(2012)的研究发现，唤醒的正负面情绪正向影响同时发生的创造力过程参与，反之未唤醒的正负面情绪负向影响同时发生的创造力过程参与，并且，唤醒的负面情绪正向影响滞后的创造力过程参与，唤醒的正面情绪与滞后的创造力过程参与不相关。Bledow(2013)的研究还对动态变化的情绪对创造力产生作用的机理做了解释，指出正负情绪是动态相互作用的，当正面情绪逐渐上升时，负面情绪不断下降，在这个情绪转移过程中，员工的创造力水平较高。他的研究打破了以往静态情绪的研究视角，将关注点放在动态情绪研究上。此外，Parke 等(2015)还发现，调节和促进情绪的能力能够帮助员工保持较好的正面情绪，进而提升员

工创造力水平。

(3) 动机对创造力的影响。Shin SJ&Zhou J(2003)指出动机(尤其是内部动机)是个体内部的一股力量,它驱动个体创造力,促使个体在创造性过程中主动自愿的扩大自身可利用的资源范围,激发各种潜能以寻求帮助,努力尝试解决问题的不同方式,并愿意承担相应的风险。并且,在多种情绪因素(例如领导风格、心理授权等)作用与个体创造力的关系中,内部动机是一个重要的媒介。外部动机和价值取向对内部动机影响个体创造力的过程中起到调节作用(Grant A M &Berry J W,2011)。学者们的研究还显示,目标导向对个体创造力起到有效的牵引作用。员工创造力水平受到创造型目标导向的影响,在个体独立工作且存在预期评估的情况下,创造型目标导向能够有效提升员工创造力水平(Shalley, 1995);如果员工具有创造型目标导向,则其创造力水平也较高,当员工具有权衡切换不同目标导向的权力时,这种结果尤为明显(Madjar, 2008);在目标导向的侧重点有差异的情况下,目标导向对个体创造力有不同的影响结果。学习型目标导向对个体创造力有显著的促进作用,团队学习行为在他们的关系中起到调节作用。而当团队具有较高的学习水平时,绩效趋近型目标导向正向影响个体创造力 Hirst (2009)。

(4) 对创造力有影响的其他因素。根据研究显示,教育情况、工作经历、经验技能等员工的基本属性对个体创造力具有明显的影响作用(Shalley C E 等, 2009)。此外, M De Stobbeleir 等(2011)的研究显示,特定的行为也会对员工创造力产生作用,员工反馈寻求行为的频率和广度正向影响个体创造力绩效;员工的知识隐藏行为会使同事间不愿意进行知识分享活动,形成员工间越来越互不信任的氛围,这与员工创造力间呈负相关关系 Cerne(2013);员工向同伴寻求帮助的行为对员工创造力的影响是两面的,在激发员工创造力的过程中,员工向同伴寻求帮助能够正向影响自身的创造力,并且,在员工活动同伴的帮助后,员工需要回报同伴更高水平的帮助,这样的回报行为对员工自身的创造力水平的影响是显著的且负向的。

2.2.3 员工创造力的测量

目前,测量员工创造力的量表比较多。个体创造力使用较多的有 Oldham&Cummings(1996)的创造绩效量表、Tierney,Farmer&Graen(1999)和 Zhou&George(2001)的创造力量表等。这些量表均采用主管评定法,主要是由上司评价下属,或是专家评定特定主体的创造力水平,结果显示,这些量表均具有较好的信度和效度。其中,以 Zhou&George(2001)的创造力量表使用的最多,本

文研究即是采用了其量表来测量员工创造力。

2.2.4 界定员工创造力

本文研究中参考 Zhou&George 等（2001）对员工创造力的定义，认为企业的创新能力主要来源于内部员工的创造力（Creativity），即员工针对企业的产品、服务、管理进程等提出新颖且具有使用价值的想法。

2.3 心理资本

通过文献整理及预调研，我们发现心理资本的相关维度有可能与文化智力及员工创造力产生相关联系，因此研究拟定以心理资本作为中介变量。现就心理资本的研究情况进行梳理及回顾。

2.3.1 心理资本的概念

心理学界和管理学界长期以来一直在研究人类心理发展和心理素质等问题。直到 20 世纪初，学者和实践者们提出可以将积极的心理发展状态和良好的心理素质视为组织或职场上的一种资本，提出心理资本的概念并系统地进行分析。对于心理资本概念的理解，经过了一段长期的发展历程，以下通过列表的方式进行归纳，见表 2.1。

表 2.1 心理资本的定义

时间	研究者	心理资本的定义
1997 年 1998 年	Goldsmith, Veum, Darity	个体在早年生活中形成的相对稳定的心理倾向或特征，包括个体的自我知觉、工作疲惫、伦理取向和对生活的一般看法。
2003 年	Hosen	个体通过学习等途径进行投资后获得的一种具有耐久性和相对稳定性的心理内的基础构架。
2004 年	Avolio 等	那些有助于预测个体高绩效工作和快乐工作指数的积极心理状态的综合。
2005 年	Luthans F, Avolio BJ, Walumbwa FO, Li W	个体一般积极性的核心心理要素，具体表现为符合积极组织行为与产出的人格特质。
2006 年	Cole	一种影响个体行为与产出的人格特质。
2007 年	Luthans F, Youssef C M, Avolio BJ.	个体的积极心理发展状态，即拥有表现和付出必要努力、成功完成具有挑战性任务的自信（自我效能感）；对当前和将来的成功做积极归因（乐观）；坚持目标，为了取得成功，在必要时能够重新选择实现目标的路线（希望）；当遇到问题和困难时，能够坚持、很快恢复和采取迂回途径取得成功（坚韧）。

根据以上分析，本研究将心理资本定义为个体所拥有的积极心理资源或状态。心理资本与人力资本和社会资本一起构成了人力资源，人力资源是个体所拥有的，可以客观地衡量、投资开发和有效管理。人力资本就个人而言，具有一定的“外显性”，易于发现，衡量和掌握，而心理资本相对难以观察，测量和发展，具有更多的“潜在性”，。

值得一提的是，Luthans, Avolio, Walumbwa 和 Li (2005) 认为，心理资本应该是个体的心理因素，它是个体积极性的核心，这种心理状态符合积极组织行为标准(POB)，诸如希望和乐观。此后，Luthans, Youssef 和 Avolio (2007) 提出心理资本需要满足的 POB 标准包括：①积极构念；②具备理论基础；③相对固定；④具有开发性；⑤可测量；⑥与工作绩效相关；⑦和其他积极结果相关。Luthans F, Youssef C M, Avolio B J. (2007) 认为自信、希望、乐观和韧性是最符合 POB 标准的，并且得到了实证验证。心理资本是一种积极心理状态，是在个体成长和发展过程中表现出来的。现将心理资本各要素内涵进行总结，见图 2.1。

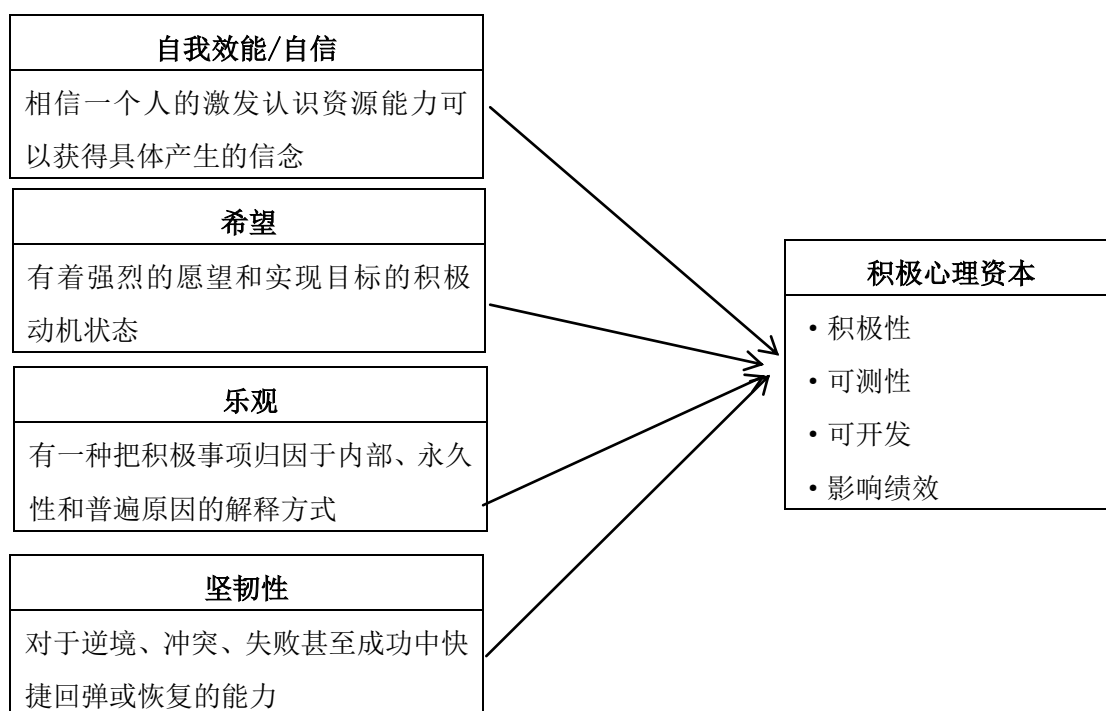


图 2.1 心理资本维度及内涵

2.3.2 心理资本的研究现状

2004 年，Luthans 等首次将心理资本的概念从经济学引入积极组织行为学，

从此心理资本逐渐成为组织行为学的主流议题，相关研究成果不断涌现。目前，对于心理资本的研究可大体分为三大板块，包括理论建构、实证研究和开发研究。其中，最为突出的是对心理资本的实证研究，它既检验了建构的心理资本理论模型，又为心理资本的开发研究提供合法性基础和经验根据。

Avey (2011) 等的元分析是首次对心理资本效应进行的实证研究，研究中采用了定量分析的方式，但仅限于对心理资本主效应的研究，文献来源也仅限于英文文献，缺乏中文文献。此后，在实证研究的过程中，心理资本主要是以三种不同的变量类型（自变量、中介变量和调节变量）出现于效应的实证研究之中。在实证研究中，当心理资本作为自变量时，用于分析自变量与因变量（结果变量）之间的主效应；当心理资本作为中介变量时，用于分析其在自变量和因变量之间的中介效应；当心理资本作为调节变量时，分析的是其对变量之间的调节效应。可见，本文研究拟定以心理资本作为中介变量，用于分析其在文化智力（自变量）和员工创造力（因变量）之间的中介效应，这是一种较为常见的实证研究的方法。

为何要将心理资本作为中介变量放入到效应研究中呢？主要是由于学者们对当前相关领域研究现状的不满。具体的表现为，前因变量对“如何”影响结果变量难以说明，或是前因变量对结果变量的影响机制尚未找到更适合的中介变量来解释，因此需要在效应研究中将心理资本作为中介变量引入，从而自变量和因变量之间的作用机制得以被接受。目前，对于心理资本的中介效应的研究，仍然处于初始阶段。研究心理资本的中介效应，主要是把领导、组织、工作等内容作为前因变量，而把态度、行为和绩效等内容作为结果变量。下面以前因变量为线索就心理资本的中介效应研究展开论述。

(1) 组织相关变量为前因变量的中介效应研究

组织相关变量被部分学者作为前因变量应用到心理资本的中介效应研究中，这些组织相关变量包括组织公平感、组织文化、组织支持氛围/组织支持感和组织内社会交换关系等。

Luthans 等 (2008) 的实证研究发现，在组织支持性氛围对员工绩效的影响机制中，心理资本起到了中介作用。该研究的样本选取了管理专业的学生 404 名、保险业企业雇员 163 名和高科技制造企业的工程师和技术人员 170 名，分析不同的组织支持氛围对员工绩效的影响，将心理资本作为一个影响因素用于解释两者之间的关系。

田喜洲和谢晋宇 (2012) 选取 721 份来自中国不同地区的样本，研究组织支持感对员工角色内行为和缺勤行为的影响。研究发现，心理资本在组织支持感对员工角色内行为和缺勤行为的影响关系中起部分中介作用，在组织支持感对员工

组织公民行为的影响中起完全中介作用。

与此同时，一些学者也采用实证研究的方法，研究了员工或下属心理资本在组织文化与员工绩效、组织内社会交换关系与工作投入、安全氛围与员工安全行为等关系之间的中介作用。

（2）个体相关变量为前因变量的中介效应研究

个体相关变量也被学者们作为前因变量应用到心理资本的中介效应研究中。一些学者就下属(或员工)心理资本在变革型领导与下属(或员工)态度、行为和绩效之间的中介作用进行了研究，并且取得了一定的研究成果。2009年，Gooty以来自美国中西部一所大学军乐队的158名成员为样本，验证了下属的心理资本在下属对变革型领导的感知与下属的角色内绩效、组织公民行为之间的关系中起中介作用。并且，李磊等(2012)、仲理峰等(2013)的实证研究结果也表明，心理资本在变革型领导与员工工作绩效之间的关系机制中起中介作用。但是要注意的是，心理资本的中介作用会受到其他因素的调节，它是有边界的。与此同时，隋杨等(2012)以785位来自一家物流公司配送部门的员工及其直接主管为样本的研究发现，变革型领导对下属工作绩效的正向影响被心理资本部分中介，并受到了程序公平的调节。

并且，学者们也探讨了心理资本在领导与员工或团队态度、行为和绩效关系间的中介作用。Walumbwa(2011)研究群体层次心理资本的作用，以146个来自美国中西部的一家大型银行的工作团队为样本，研究发现，真实型领导与合意的团队结果之间的关系模型中，集体心理资本和信任起到了中介作用。韩翼、杨百寅(2011)的研究结果表明，以中国297份电力企业领导者及员工作为样本，真实型领导对员工创新行为的影响关系受到心理资本完全中介。

（3）其他变量为前因变量的中介效应研究

除了上述两类前因变量的心理资本中介效应研究外，一些学者还检验了心理资本在其他变量为前因变量的中介效应。例如：族群身份与工作归因偏好中的胜任力及成长归因、新员工搭档的满意度与工作投入、农民工人力资本与农民工工资收入、员工心理契约与绩效以及领导能力关系之间的中介作用，研究假设都获得了实证研究结果的支持。

可见，对心理资本中介效应的研究不仅逐渐打开了一些自变量对结果变量影响机制的黑匣子，而且补充了影响过程的内部细节，而且为心理资本的前因变量研究以及心理资本开发研究提供了直接文献来源与模型构建启示。

2.3.3 心理资本的测量

目前,心理资本的测量方式主要有三种:自我报告法、观察法或专家评价法、结果变量的测量。常用的量表包括: Judge(2001)、Cole(2006)核心自我评价构念量表、Letcher(2004)五大人格(心理资本)评价量表、Luthans (2007)心理资本问卷(PCQ-24)、Page 等(2004)积极心理资本评价量表和 Avey (2006)心理资本状态量表等。其中,有一组专家组根据内容效度与表面效度,从 Fred Luthans et al., (2007)借鉴自我效能问卷(Parker,1998)、希望问卷(Snyder,1996)、乐观问卷(Scheier&Carver,1985)和韧性问卷(Wagnild&Young,1993)等四个测量问卷中各选取 6 道题,最终形成包括 24 道题的心理资本问卷。此问卷是统一采用李克特 6 分等级的量表,经过学者们的反复测试,证实其具有较好的信效度,并且并广泛使用。

2.3.4 界定心理资本

本文对心理资本概念的界定参考的是 Luthans,Youssef 和 Avolio (2007)的定义,认为心理资本是个体积极性的核心心理要素,包括自我效能、希望、乐观和韧性等四个维度

2.4 文献述评

本文以文化智力作为自变量,员工创造力作为因变量,采用跨文化的研究方法来分析文化智力与员工创造力之间的关系。从个体层面,用跨文化的研究方法来揭示创造力发生的心理机制,重视环境和文化因素对创造力发生发展的影响。不同的地域文化深深地影响着每一个人,因此,不同的地域文化也会对每个人创造力的发生发展带来冲击。价值判断的不同隐藏与不同的文化之中,文化对于个体的心理建构也存在差异,例如,西方的个人主义文化鼓励个人独立探索和创造,而东方的集体主义文化强调顺从,形成一种更依赖的方式,不能更好地激发个人的创造力。因此,这种个人主义文化似乎更有利于创造力的发展。创造性的跨文化研究基于不同文化背景下创造性行为的特征,有助于从文化角度理解创造力。

对创造力的研究,早期的学者们多主要关注某个方面,主要关注创造性人格特征,创造性认知过程,创造力的激发和创造性社会心理学研究等。当然,随着对创造力研究的不断深入,这种单一维度的研究显然不足以解释创造力的发生发展这一复杂的问题。因此,学者们开始冲破原来单一维度研究的限制,综合考虑创造力的影响因素,并且将文化环境、社会因素等逐渐引入到研究中。可以发现,

近年来关于创造力研究的假设强调了多种因素的综合影响。多层次、多学科、多方法、多技术的研究方向正成为创造力研究的主流。

与此同时，本文研究心理资本在自变量与结果变量关系之间的中介效应。这种研究方式目前已有学者应用于相关的实证研究，相关的文献材料可以佐证。因此，本文的研究是有迹可循的，前人的研究可以为本研究提供相关的参考和借鉴。

未来心理资本的研究呈现三大趋势：第一，为避免效应研究的“木桶效应”，要重视研究心理资本的中介效应和调节作用以及心理资本主效应的发生机制和边界条件。不但要检验心理资本在某些现存因果关系中的中介作用，而且还要重视对心理资本的前因变量的研究，以此来丰富心理资本的中介效应研究。然而，目前对于心理资本的前因变量还没有形成一套系统的方法。所以，对于心理资本前因变量的研究，是一个较新的尝试，它将对心理资本中介效应理解的极大地丰富。并且，在心理资本调整效应的研究中，为了确定现有因果关系的发生条件，可以测试心理资本与其他变量之间的相互作用，当然这些其他变量可以是同一水平或不同水平的变量。第二，为了避免方法同质化，可以采用多元化的研究方法。多元化方法是要探索和形成在特点研究情境下互补的研究方法和替代方案，而不是对主流的横断面研究和问卷调查的放弃。比如说，纵向研究方法的使用，可以更好的弥补横断面研究的不足，揭示变量之间的因果关系。研究表明，在心理资本的实证研究中，将潜变量增长模型应用到纵向研究中，心理资本与绩效之间的因果关系能够得到清晰的呈现及证实。第三，为了避免研究水平和文化背景的单一化，可以引入多层次和跨文化的研究方法。在心理资本的效应研究中，由于不同层次的变量、特定的文化和制度背景对心理资本的效应发生机制和边界条件带来影响，因此相关变量并不是总处于同一水平的。在这种情况下，多层次、跨文化的研究既能够进一步的对心理资本效应进行系统性的分析，又能够从新的视角加深对心理资本效应研究的认识，从而为奠定更高层次现象的微观基础。例如，在对影响企业家心理资本制度环境的内部机制进行研究时，可以采用跨层次的方法，对个体层面的创业心理资本与宏观层面的制度环境之间的关系进行研究。再如，为了检验心理资本效应的文化差异和文化边界条件，可以将文化维度框架引入心理资本的效应研究（Hofstede, 1980）。

另外，在未来的研究中，研究人员可以进一步的探索通过心理资本的结构来影响心理资本效应的研究。作为类状态、延展性的积极心理能力，心理资本的内部结构将根据主体的特殊性和文化背景以及主体中嵌入的活动过程的差异而变化。虽然一些学者已经注意到心理资本结构的文化差异和主体特征，典型代表有柯江林等（2009）、吴伟炯等（2012）。但是却较少有对反映特定活动过程的差

异的心理资本内部结构的探索。随着对心理资本效应的进一步研究，多层次、跨文化的研究方法越来越受到人们的欢迎。未来的研究，可以对群体/团队心理资本结构、组织心理资本结构以及不同文化背景下特定主体的心理资本结构及其在特定活动阶段的表现形式等进行更深层次的探索。

综上所述，本文研究中以心理资本作为中介变量来研究文化智力与员工创造力之间的关系，正是受到了前人的研究启示，采用跨文化的研究方法，多层次、多学科的方式来探寻影响员工创造力的前因变量。并且，通过引入心理资本中介变量，能够更好的解释文化智力“如何”影响员工创造力，这也符合心理资本多层次、跨文化实证研究的发展趋势。因此，本研究具有一定的实证研究意义。

2.5 本章小结

本章是文献综述，首先，对现有的相关文献进行综述。综述遵循以下逻辑：对文化智力、员工创造力和心理资本的概念、维度、影响因素、影响结果、测量等进行综述。最后，对文化智力、员工创造力和心理资本关系进行评述，为下一步提出的研究假设和研究模型奠定理论基础。

第三章 理论基础及研究假设

本章主要介绍研究所采用的理论基础，基于员工创造力理论、人力资本与社会资本理论以及积极心理学与积极组织行为学理论，构建本研究的概念框架模型，提出本研究的理论假设。

3.1 理论基础

3.1.1 员工创造力的相关理论基础

(1) 创造力成分理论和创造力交互理论

员工创造力的理论基础是研究组织行为的一个重要领域，它形成于上世纪80年末期和90年代中期，历时比较短。其中，创造力成分理论和创造力交互理论是两个较有影响力的关于工作场所创造力的理论模型，两者相辅相成，互为补充，形成了员工创造力研究的基础框架。

1988年，Amabile在其发表的文章中，部分引用其创造力社会心理方面的有关研究和理论，提出了工作场所创造力成分理论，这是最早的关于员工创造力的理论之一，比较全面的阐述了创造力的含义。该理论认为员工创造力包括三个关键的部分，分别为领域相关技能（domain-relevant skills）、创造力相关过程（creativity-relevant processes）和任务动机（task motivation）。其中，领域相关技能会受到多种因素的影响，比如正式和非正式教育，个人知觉、认知和运动能力等。领域相关技能是指特定领域的实际知识和专业技能。创造力相关过程，包括认知风格和工作风格，以及产生创造性观点所需的显性或隐性知识。另外，可能对创造力相关过程产生积极影响的因素还包括接受创造力技能和策略有关的培训，具有创造性事务方面的经历，或有特定的人格特征等。任务动机既可以理解为个人对于工作的态度，也可以表示为一种对于工作任务动机的知觉。动机包括内在动机和外在动机。兴趣、参与、好奇、满意、积极挑战等相关反应都属于内在动机，它是个体对工作本身产生的积极反应；而外在动机是指来自工作本身以外的动机。该理论指出无论是内在动机，还是外在动机都非常的重要。尤其强调了对于创造力的形成，内在动机比外在动机更重要。

1993年，组织创造力交互理论由Woodman, Sawyer和Griffin等人提出，该理论以创造力是个体水平现象为前提，认为个人特征和情境变量会对组织创造力造成影响，并且特征和情境变量的交互可以更全面的对创造力行为进行预测。虽然Amabile（1988）和Woodman（1993）的模型都强调了情境变量对个体、

团队和组织层次所起的作用，但是 Woodman（1993）的模型较之 Amabile（1988）的模型，强调其理论基础是互动心理理论，更明确地强调了个体和环境间互动的重要性。同时，建议关注跨层次分析的影响，这是该模型的另一重要观点。Woodman 等（1993）认为，组织中的创造力是指新颖而有用的新产品、服务、构想、程序的产生。Amabile（1996），Zhou & Shalley（2003）将创造力定义为关于组织的产品、服务和程序的新颖而有用的构想。新颖性是创造力的一个显著特征，这种独特性是对目前组织内其他的构想而言的，在未来的研究中，对于组织而言，这种对构想的描化具有潜在的直接或间接的价值。根据这一定义，Mumford & Gustafson（1988）指出既可以是关于新产品的重大的巧破性构想，又可以是程序的细微改变。基于以上观点，本研究认为创造力是指员工对组织的产品、服务或管理流程提出的新颖且有价值的创意。

（2）创造力内隐理论（Implicit Theory）

创造力内隐理论认为创造力以某种形式存在于人们的头脑之中，因此只需去个体发现即可。它是关于人类创造力的概念、结构和发展的观点，是日常生活和工作中形成的，并以某种形式保留在个体的头脑中。由创造力内隐理论引伸出三侧面模型（Three-Facet Model of Creativity）和投资理论（Investment Theory）。

①三侧面模型

Sternberg（2003）提出创造力的三侧面模型，该模型从三个侧面（智力、智力风格与人格）来解释产生创造力的心理过程。三侧面模型的每一侧面各自包含着很多的子因素，它们对创造力的产生有重要影响。三个侧面可以任意形式组合在一起，形成无穷尽的创造力。但是三侧面模型所着重强调的是创造行为的内在心理品质，没考虑到创造力的环境变量。

三面模型的每一面都包含许多对创造力创造产生重大影响的子因素。三个侧面可以任意形式组合，创造无限的创造力。但是，三面模型不考虑创造力的环境变量，仅强调创造性行为的内在心理品质。

②投资理论

Sternberg 和 Lubart（2003）的投资理论认为，创造力只有在智力、知识、思维风格、人格、动机和环境等心理资源协同出现时才能产生力。投资理论个体的心理资源投入到那些新颖的、高质量的想法上。投资理论认为，创造力是将个体心理资源投入到新颖的、高质量的想法中。然而，创造力绝非各种成分简单的累加，不同成分间的互补是可能的，但各种成分间也可以通过相互作用而增强创造力，同时，其薄弱成分必须满足其应具备的最低标准。

3.1.2 心理资本的相关理论基础

本文中心理资本的理论基础主要包括两个方面：一是人力资本与社会资本理论；二是积极心理学与积极组织行为学理论。

(1) 人力资本和社会资本理论

人力资本理论和社会资本理论是建立心理资本理论的基础。人力资本是指员工自身所蕴含的知识和技能，它是可以通过各种手段来得以提升的，例如积累经验、培训技能和接受教育等。社会资本是一种通过各种关系、网络和朋友而建立起来的关系资源，它包含在员工群体和员工网络的知识中。

心理资本是一种心理要素，它超越了人力资本和社会资本，它所带来的影响比人力资本和社会资本更大，尤其值得一提的是，心理资本的整体影响比其各个构成部分（人力资本和社会资本）之和的影响力更大，发挥心理资本的整体作用更有利于获得持续性的竞争优势。

下面，就传统经济资本、人力资本、社会资本与心理资本的核心内容进行比较，通过他们对竞争优势的提升作用分析，发现心理资本对于竞争优势的提升作用更具本质性和持久性。如下图 3.1 所示：

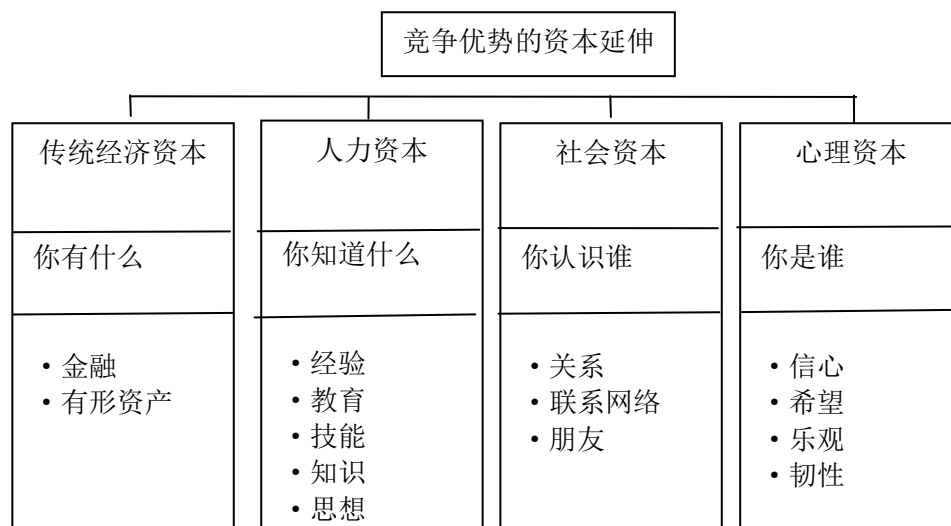


图 3.1 超越传统经济资本、人力资本和社会资本的心理资本

(2) 积极心理学(positive psychology)与积极组织行为学(Positive Organizational Behavior,POB)理论

关于积极心理学的研究最早可追溯至 20 世纪 30 年代，Terman 的关于天才和婚姻幸福感的研究，以及荣格的关于生活意义的研究被认为是积极心理学的研究渊源。马斯洛是与 Terman 和荣格处于同一时期的代表人物，他倡导积极心理

学的研究，他的这一观点在他的《动机与人格》一书中得到了阐述。人类的潜能运动受到了人文主义思潮的启发，并对积极心理学的产生了深远的影响。全球科技和经济的快速发展，使得人们的物质生活得到了极大的改善，然而于此并存的是人们不断涌现的消极心理，这是精神追求较之物质生活的相对落后造成的。传统心理学理论似乎只是把人视为动物或机器，而忽视了人内在的潜力和主观能动性。因此，在人本主义思潮的影响、客观社会环境的呼唤以及传统心理学研究的片面化等情况下，积极心理学应运而生。

2000 年的《美国心理学家》和 2001 年的《人本主义心理学》杂志分别发表了关于积极心理学的专辑。第一次积极心理学高峰会议于 1998 年 11 月在美国召开，会议上确定今后的发展方向为“成为世界性的心理运动”。这次高峰会议之后，积极心理学的研究短短几年间在全世界范围内成为一股热潮，影响的区域不断扩大，由美国扩展到加拿大、欧洲、澳大利亚和日本等地，心理学家们越来越关注对积极心理学的研究。

20 世纪 90 年代，Seligman 作为美国心理学会的前任主席，发起了积极心理学运动，这一举动一反学术界过去对消极心理研究的过分重视，呼吁学者们关注对积极心理的研究。Seligman 教授认为导致个人积极行为的心理因素应该属于并被纳入资本范畴，还提出了“心理资本”的概念。他的观点引发了学术界关于心理资本的讨论，这也是对学者们研究思路的极大扩展。

20 世纪末，一股积极心理学的研究思潮在西方心理学界兴起。美国著名的心理学家塞里格曼·谢尔顿(Kennon M. Sheldon) 和劳拉·金(Lawra King) 是这股思潮的创始人。他们的观点主张研究人类积极的品质，认为积极的品质能够促进个人和社会朝好的方向发展。消极心理学是他们研究的矛头，倡导人们应该摒弃消极思想，拥抱积极的品质，使人类走向幸福。积极心理学的研究倡导研究人类的积极品质（力量 and 美德等），这一倡导成为一股新思潮。在此背景下，当时心理学界较为完善和有效的实验方法与测量手段也为积极心理学研究的开展提供了条件。

目前，学术界对积极心理学的理论研究，主要从以下三个方面展开：

①积极的情绪和体验

积极的情绪和体验是积极心理学研究的重心。对于积极情绪，B. L. Fredrick (1998) 提出了拓延构建理论，该理论认为某些离散的积极情绪能够拓延人们瞬间的知行能力，这些离散的积极情绪包括爱高兴、兴趣、满足和自豪等。同时，个人资源（如体力，智力，社会协调）的建立和增强可以通过积极情绪来获得。研究显示，人们知行的个人资源受到情绪的影响，积极情绪能够扩展人们知行的

个人资源，反之，消极情绪却会收缩和建设人们知行的个人资源，并且积极情绪对消极情绪具有消除作用。目前，出现许多了积极情绪研究的新热点，比如幸福感(subjective well being)、快乐(happiness)、爱(love)等的研究等。

②积极的人格特征

积极的人格特性(positive personality)在积极心理学研究中,也逐渐引起了相关学者的兴趣。Hillson 和 Marie(1999)认为积极的人格特征中存在两个独立维度,即正性的利己特征(PI:positive individualism)和与他人的积极关系(PR:positive relations with others),并且,通过展开的问卷研究,在此基础上区分了积极的人格特征与消极的人格特征。具体来说,正性的利己特征强调个体要接受自己,对自己有积极心态的认可,个体应该具有独立的人格和正确的价值观,能够感受到生命的意义,具有生活的目标,具有能够面对各种环境挑战的信心和勇气;与他人的积极关系则是指自身与他人的关系,当自身需要帮助时,能够获得他人的支持,同样当他人需要帮助时,自身也愿意为他们提供援助。强调要重视自身在与他人的关系,并且在于他人的关系中获得满足感。

③积极社会环境

积极社会环境的研究是基于群体层面展开的,主要研究是就人类幸福的环境条件(家庭,学校,社会)和影响天才发展的社会环境因素进行研究。Kasser 等人对 18 岁青少年的研究表明,“母亲是冷酷、挑剔、爱控制人、不民主”的青少年更可能关注外部、实利的价值;而“母亲是温和、易接受人、民主”的个体则更有可能发展内在的价值。环境对孩子的心理健康和成长具有显著的影响,当孩子处于一个具有较好的支持、同情和选择的环境时,他们拥有良好的健康心理和人际关系的可能性较大;反之,当孩子处于封闭、冷漠和抗拒的环境时,他们的感受和方式不健康的可能性就更大。

积极心理学应用于组织管理领域,从而导致了积极组织行为学的出现。积极组织行为学的侧重于对各种心理资源或要素的研究和应用,这些资源或要素一般都是可以有效的被测量、开发和管理的,并且他们对绩效具有影响。可以说,心理资本研究中最重要、最直接的驱动因素是积极组织行为学研究。

3.2 研究假设

本研究的研究内容是文化智力对员工创造力的影响机制,在文献回顾的基础上,本文拟将心理资本作为中介变量,并且通过访谈了解企业员工,将一些可能的因素作为控制变量,来探讨文化智力和员工创造力的关系,构建一个文化智力

对员工创造力的影响机理的解释框架。

3.2.1 文化智力对员工创造力的影响

2006年, Earley 和 Ang (2006) 提出文化智力概念的四个维度: 元认知文化智力 (Metacognitive CQ)、认知文化智力 (Cognitive CQ)、动机文化智力 (Motivational CQ) 和行为文化智力 (Behavioral CQ)。具体可以对应到人们认知不同文化的能力, 所受教育和经验, 接受跨文化的意愿和集中注意的能力, 以及应付不同文化的行为能力等。已有的研究表明, 这些要素也恰恰可以作为影响员工创造力的前因变量。比如, Scott (1994) 等的研究表明认知风格对员工创造力具有影响作用, 具体表现为系统型认知风格负向影响个体创造力, 而直觉型认知风格对个体创造力的影响作用不显著; Sagive (1995) 等的研究进一步的表明, 认知风格会受到结构化任务的制约, 当任务执行过程处于低结构化时, 直觉型认知风格的个体创造力更高; 当任务执行过程处于高结构化时, 系统型认知风格的个体创造力则更高。并且, 员工的基本属性 (如教育情况、工作经历、经验技能、成长需要等) 也会对个体创造力水平带来显著影响。除此之外, 员工的特定行为也会影响创造力水平。员工反馈寻求行为 (反馈询问和反馈监视) 的频率和广度对个体创造力绩效具有显著的正向影响 (M De Stobbelir, 2013); 员工的知识隐藏行为对员工的创造力具有负向影响, 因为员工的知识隐藏行为会对同事间的知识分享造成障碍, 进而使员工之间进入互不信任的恶性循环 (Cerne, 2015)。

因此, 我们发现文化智力的某些要素有可能成为员工创造力的前因变量, 文化智力与员工创造力之间可能存在关联性, 于是提出以下假设:

H1: 文化智力与员工创造力正相关;

3.2.2 心理资本的中介作用

将心理资本作为中介变量引入我们的研究主题, 主要是就前人研究的补充, 原因是为了说明文化智力 (前因变量) 是如何影响员工创造力 (结果变量) 的, 以此来构建文化智力对员工创造力作用机制的解释模型。

Luthans, Avolio, Walumbwa & Li (2005) 将心理资本定义为个体积极性的核心心理要素, 包括: (1) 积极构念; (2) 具备理论基础; (3) 相对固定; (4) 具有开发性; (5) 可测量; (6) 与工作绩效相关; (7) 和其他积极结果相关。在后来的研究中, Luthans (2004) 与 Li 等 (2007) 将心理资本的核心要素进一步具体化, 认为心理资本由自信或自我效能感、希望、乐观和坚韧性四种积极心理状态构成。

Earley 和 Ang (2003) 四维度的文化智力概念, 指出人们的跨文化经历与文

化智力呈正相关关系，文化智力高的人在跨文化交往中，更容易理解和接受对方的喜恶，并且调节自己的知识模型及行为来适应新的跨文化情境。因此，我们认为文化智力高的人往往更能适应新的文化环境，进而更容易获得积极的心理状态，较为自信，情绪也较为稳定，对未来充满希望、性格乐观和具有坚韧性。这些与心理资本的核心要素相契合。

同时，在影响员工创造力的认知因素中，提及到自我效能感、创造力角色认同对员工创造力的关系。Tierney（2002）和 Richter 等（2007）的研究都发现员工的自我效能感对员工创造力具有积极的影响。

因此，我们推测，心理资本对文化智力及员工创造力存在中介作用。在本研究中，心理资本中介效应研究的前因变量为文化智力，而结果变量为员工创造力。于是提出以下假设：

H2：文化智力与心理资本正相关；

H3：心理资本与员工创造力正相关；

H4：心理资本在文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用；

3.2.3 创新动机的调节作用

1958年，Torrance提出了创造动机的概念，将创造动机定义为一种将个体潜在创造力转化为现实创造性行为和结果的动力，它包含知和情感成分。随后，Amabile(1996)指出创造力的构成理论将动机视为创造力不可或缺的组成部分之一，内在动机是指由工作本身（而非工作之外）引起的刺激。动机因素作为人格的动力组织，对创造活动起着重要的作用，它不仅能够通过人格的其它特征对创造力造成影响，而且有可以作为一种及时动力，在特定的情境中成为推动创造活动活动的直接动力。早期学者的理论关注个体进行创造活动时的主要动力，他们提出的理论具有思辨性，典型的代表有弗洛伊德的里比多升华说、马斯洛的自我实现理论与任务卷入理论。如今，学者们对于创造动机的研究有了突破性进展，对于创造动机的研究集中在产生动机的根源方面。研究显示，创造力的内部动机和外部动机对创造力具有不同的作用。动机从本质上来说，它是一种内部心理过程，但这并不代表，个体内部就是引发动机的因素。个体行为受到多种因素的影响，往往这些因素还会产生相互作用，这些因素有些来自于个体的内部，有些则来自于个体的外部。因此，动机的诱发因素可以分为内部动机和外部动机。内部动机或内源性动机（intrinsic motivation）是指动机的诱发因素产生于内在需求；外部动机或外源性动机（extrinsic motivation）则是指诱发因素产生于外部环境的影响。关于内部动机，较为典型的原理有“内部动机原则”，即对于某类刺激的

自然倾向会导致创造活动，从而成为高创造性者。而关于外部动机，可以表现为某种奖励或逃避惩罚行为等。

Torrance (1958) 提出的创造性结构将创造动机与创造能力、创造技巧放在同等重要的位置。Torrance (1958) 认为，创造动机是将创造力从潜在状态转变为现实状态的驱动力，并且开发了创造性动机量表 (TMS)。他的一些研究表明，创造动机与创造力的绩效、创新思维正相关。换句话说，如果他们的创作动机被激发，那么具有高创造力的人可以成为有创造力的成就者。Torrance (1958) 认为好奇、求知欲、发现能力、问题敏感性等是构成创新动机的主要要素，重视对创造动机的内部动机的研究，并且在此基础上编制了创造动机问卷；Amabile (1993) 则认为，创造过程中的动机因素包括任务、愉悦性、挑战性、社会性、报酬等，关注对创造过程中的工作动机的研究，以此为基础，同样编制了工作倾向问卷 (The Work Preference Inventory, WPI)。并且，很多国内的学者也对内外在动机进行了研究，典型代表人物有罗玲玲、郭德俊等，学者们在前人研究的基础上对修订了创造动机问卷；也有一些学者认为影响创造的内在动力的因素包括好奇心、兴趣、需要、理想与信念等，而影响创造外在动因因素则包括社会需求、团体内部的竞争机制、科技奖励制度、专利制度等。其中，在学者们的这些量表中，影响较大，并被广泛使用的问卷是工作倾向问卷 (WPI)，该问卷以创造性成分理论中任务动机理论为基础，认为内在动机和外在动机是都构成创造性动机的两大因素。愉快动机和挑战动机是构成内在动机的要素，关系动机和报酬动机则是构成外在动机的要素，两者相互影响，协调作用。Amabile 等 (1994) 的研究显示，内部一致性信度和重测信度都比较高，并且与其他关于动机、人格、态度及行为的问卷都存在显著的相关，结构效度良好。2004 年，李艾丽莎、张庆林对此量表进行了修订，将创造动机的四个维度确定为愉悦动机、挑战动机、关系动机和报酬动机。

总之，创造动机就是一股能够推动创造活动的顺利进行和创造力的发展的内在动力，它激发、引导、维持和强化创造活动趋向一定的目标。在当前的背景下，研究创造动机具有特殊的理论价值，它提倡创新意识的社会和个人发展和社会进步。从理论的角度而言，目前虽有研究证实了创造动机对创造力的影响，但尚未有提及创造动机在文化智力和员工创造力关系间的调节作用，因此探讨创造力的调节作用是对现有理论的补充。

因此，我们认为创造动机可能对员工的创造力起到一定的调节作用，提出以下假设：

H5：创新动机在心理资本与员工创造力的关系间起正向调节作用；

3.3 实证模型和假设汇总

综上所述，表 3.1 为本研究的假设汇总，图 3.5 为本研究的实证模型。

表 3.1 本研究的假设汇总

序号	内容
H1	文化智力与员工创造力正相关
H2	文化智力与心理资本正相关
H3	心理资本与员工创造力正相关
H4	心理资本在文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用
H5	创新动机在心理资本与员工创造力的关系间起正向调节作用

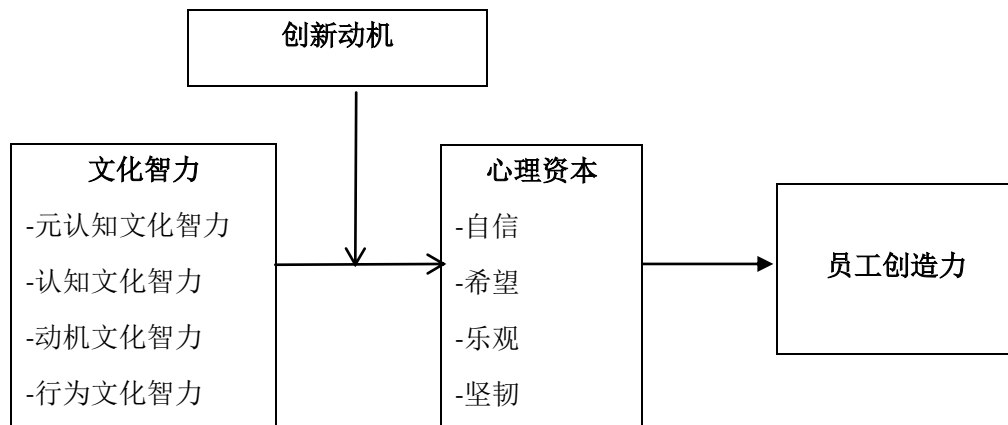


图 3.2 本研究的综合模型图

3.4 本章小结

在对相关文献进行回顾和梳理的基础上，本章提出了研究的模型和假设。提出五大研究假设为：文化智力与员工创造力正相关；文化智力与心理资本正相关；心理资本与员工创造力正相关；心理资本在文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用；创新动机在心理资本与员工创造力的关系间起正向调节作用。

第四章 研究设计与研究方法

本研究的数据收集由两段式组成。为谨慎起见，首先先进行预研数据收集，进行第一阶段为小样本试测，检验量表题项，根据结果反馈对量表进行调整；第二阶段则使用完善后的问卷在较大范围内进行调查，其数据用于研究假设检验。

问卷核心部分内容均以前述量表为准，控制变量部分参考相关研究问卷设计规则。为避免同源误差，采用上司、下属配对的方法收集数据，因此，问卷分为上司问卷和下属问卷。其中，上司问卷测量因变量即员工创造力，为实现更好的区分度，每份上司问卷同时测评 3 位下属，以填写分数的形式进行；下属问卷测量自变量、中介变量、调节变量和控制变量即文化智力、心理资本、创新动机、年龄、性别、教育程度和是否有出国经历等，以勾选分值的方式进行。问卷使用编码记录配对信息。为提高问卷填写质量并降低被试对题项理解的偏差，由研究人员到企业实地指导完成问卷填写和回收。

4.1 量表选择

4.1.1 文化智力量表

文化智力的测量使用 Ang 等（2004, 2007）文化智力量表为基础。Ang 等学者（2004, 2007）的文化智力量表（Culture Intelligence Scale）是基于文化智力的四维度理论模型开发出的 20 道题目。并且已经在各个国家的有相关跨文化背景的人之间进行检验，证明该量表具有较好的信效度。整个量表共包括四个核心维度，每个维度是 5 道题，共 20 个题项。量表的记分均采用李克特 5 点评分法，每个数字代表该题项描述与事实相符的程度，其中，“1”、“2”、“3”、“4”和“5”选项分别代表的意思是“完全不符合”、“有点不符合”、“不确定”、“比较符合”和“完全符合”。文化智力初始量表如表 4.1 所示。

表 4.1 文化智力初始测量量表

编号	题项内容	维度
WH1	当我与来自不同文化背景的人交往时，我知道要使用不同的文化知识。	元认知 文化智力
WH2	我意识到在不同文化交往中所使用的文化习惯。	
WH3	当我要和与我文化背景不同的人交往时，我会预先了解他们的文化。	
WH4	当我和来自不同文化背景的人交往时，我会检查我的行为是否符合他们的文化习惯。	
WH5	我知道其他文化中的法律和经济体系。	

续表 4.1 文化智力初始测量量表

编号	题项内容	维度
WH6	我知道其他文化中的宗教信仰。	认知 文化智力
WH7	我知道其他文化中的婚姻体系。	
WH8	我知道其他文化中的艺术。	
WH9	我知道其他语言的规则(比如语法)。	
WH10	我知道在其他文化中非语言行为(比如肢体语言)的规则。	
WH11	我享受和来自不同文化背景的人交往的乐趣。	动机 文化智力
WH12	我享受居住在不熟悉的文化环境中的乐趣。	
WH13	我相信我也可以和当地人交往,在我不熟悉的文化中。	
WH14	我相信我能适应不同文化下的购物条件。	
WH15	我确信自己能够承受因适应新文化而带来的压力。	
WH16	当跨文化交往需要时,我改变我的言语行为(比如,语调,口音等)。	行为 文化智力
WH17	当跨文化交往需要时,我改变我的非言语行为。	
WH18	为适应不同的文化,我在交流过程中使用停顿和沉默也会有所不同。	
WH19	为适应不同的文化,我调整我说话的速度。	
WH20	为适应不同的文化,我使用不同的面部表情。	

4.1.2 员工创造力量表

员工创造力的测量使用 Zhou&George(2001)的创造力评价量表为基础。量表的记分均采用李克特 5 点评分法,每个数字代表该题项描述与事实相符的程度,其中,“1”、“2”、“3”、“4”和“5”选项分别代表的意思是“完全不符合”、“有点不符合”、“不确定”、“比较符合”和“完全符合”。员工创造力初始量表如表 4.2 所示。

表 4.2 员工创造力初始测量量表

编号	题项内容
CZL1	提出新的方法来实现目标。
CZL2	想出新的且具有建设性的想法来提高绩效。
CZL3	寻找新技术、新流程、新工艺和产品理念。
CZL4	寻找新的方法来提高质量。
CZL5	有很多创新性的想法。
CZL6	不惧怕冒险。
CZL7	向别人推销并说服他人接受自己的想法。
CZL8	一有机会就会在工作中展现出创造力。
CZL9	制定合理的计划和日程安排来确保新想法的实现。
CZL10	经常会有新的、创新性的主意。
CZL11	提出创新性的解决问题的方案。
CZL12	经常会找到解决问题的新途径。
CZL13	13. 提出新的方法来完成任务。

来源：潘静州 et al. (2013). 领导创新性工作表现对下属创造力的影响. 心理学报, 45 (10), 429-433.

4.1.3 心理资本量表

心理资本的测量使用 Fred Luthans et al., (2007)心理资本问卷 (PCQ-24) 为基础。Fred Luthans et al., (2007)借鉴自我效能问卷 (Parker,1998)、希望问卷 (Snyder,1996)、乐观问卷 (Scheier&Carver,1985) 和韧性问卷 (Wagnild&Young,1993), 最终形成包括 24 道题的心理资本问卷。问卷的记分均采用李克特 5 点评分法, 每个数字代表该题项描述与事实相符的程度, 其中, “1”、“2”、“3”、“4”和“5”选项分别代表的意思是“完全不符合”、“有点不符合”、“不确定”、“比较符合”和“完全符合”。心理资本初始量表如表 4.3 所示。

表 4.3 心理资本初始测量量表

编号	题项内容	维度
XL1	我相信自己能分析长远的问题, 并找到解决的方案。	自信
XL2	开会时 (比如与管理层), 在陈述自己工作范围内事情方面我很自信。	
XL3	我相信自己对 (公司/社团/组织) 战略的讨论有贡献。	
XL4	在我的工作范围内, 我相信自己能够帮助设定目标/目的。	
XL5	我相信自己能够与 (公司/社团/组织) 外部的人 (如供应商、客户、商家) 联系, 并讨论问题。	
XL6	我相信自己能够向一群同事/干事陈述信息。	
XL7	如果我发现自己在工作中陷入困境, 我能想出很多办法来摆脱出来。	希望
XL8	目前, 我在精力饱满的完成工作目标。	
XL9	任何问题都有很多解决方法。	
XL10	眼前, 我认为自己在工作上相当成功。	
XL11	我能想出很多办法来实现目前的工作目标。	
XL12	目前, 我正在实现我为自己设定的工作目标。	
XL13	在工作中遇到挫折时, 我很难从中回复过来, 并继续前进。	乐观
XL14	在工作中, 无论如何都回去解决遇到的难题。	
XL15	在工作中如果不得不去做, 可以说, 我也能独立应战。	
XL16	我通常对工作中的压力能泰然处之。	
XL17	因为以前经历过很多的磨难, 所以我闲杂能够挺过工作中的困难时期。	
XL18	在我目前的工作中, 我觉得自己能同时处理很多事情。	
XL19	在工作中, 当遇到不确定的事情时, 我通常期盼最好的结果。	坚韧
XL20	如果某件事情会出错, 即使我明智的工作, 它也会出错。	
XL21	对自己的工作, 我总是看到事情光明的一面。	
XL22	对我的工作未来会发生什么, 我是乐观的。	
XL23	在我目前的工作中, 事情从来没有像我希望的那样发展。	
XL24	工作时, 我总相信“黑暗的背后就是光明, 不用悲观”。	

4.1.4 创新动机量表

创造动机的测量使用李艾丽莎、张庆林(2004)工作倾向问卷为基。Amabile (1993)工作倾向问卷(The Work Preference Inventory,WPI)被广泛使用。创造性成分理论中的任务动机理论是它的理论基础,该理论认为内在动机和外在动机是构成创造性动机的两大要素。其中,内在动机包括愉悦动机和挑战动机,外在动机包括关系动机和报酬动机,并且内在动机和外在动机有可能是相互影响,协调作用的。研究显示,内部一致性信度和重测信度都比较高,并且与其他关于动机、人格、态度及行为的问卷都存在显著的相关,具有良好的结构效度。量表的记分均采用李克特5点评分法,每个数字代表该题项描述与事实相符的程度,其中,“1”、“2”、“3”、“4”和“5”选项分别代表的意思是“完全不符合”、“有点不符合”、“不确定”、“比较符合”和“完全符合”。创新动机初始量表如表4.4所示。

表 4.4 创新动机初始测量量表

编号	题项内容
CX1	我喜欢寻求工作中负责问题的解决方案。
CX2	我喜欢提出工作的新思路。
CX3	我喜欢从事需要分析思考的工作。
CX4	我喜欢创新的工作程序。
CX5	我喜欢改进现有的产品或流程。

4.1.5 人口学变量选择

本研究将年龄段、性别、教育程度和是否有出国经历作为问卷的人口学变量。在已有的研究中发现,上述年龄段、性别、教育程度和是否有出国经历等变量经常在与文化智力、员工创造力有关的研究中被用做控制变量。比如,Ang等人(2007)将性别、年龄和跨文化经历等作为影响文化智力的因素;付佳(2007)的研究在结合了Ang(2007)以性别、年龄和跨文化经历作为影响因素的基础上,加入了语言水平这一因素,并且发现外语水平与其他因素一样,显著影响文化智力;员工的基本属性,如教育情况、工作经历、经验技能、成长需要等会显著影响个体创造力水平(Shalley C E等,2009)。

对于题项“年龄段”设置了“18岁以下”、“18-25岁”、“26-30”、“31-40”和“41以上”五个选项;对于“性别”设置“1”为“男”,“2”为“女”两个题项;对于“教育程度”设置“1”为“初中或以下”,“2”为“高中”,“3”为“大专”,“4”为“学士”和“5”为“硕士以上”等选项;对于“是否有出国经历”题项设置了“1”为“有”,“2”为“没有”两个选项。

4.2 数据分析方法

本研究主要是利用统计分析的相关软件对问卷数据进行分析，软件包括 SPSS19.0 和 AMOS7.0 统计分析软件。基本流程包括：第一步，筛选回收的问卷，去除无效问卷，将有效问卷数据输入；第二步，对样本进行描述性统计分析，以及检验量表的信度和效度；第三步，进行假设检验。其中涉及的数据分析方法包括：描述性统计分析、信度和效度分析、相关分析和回归分析等。

4.2.1 描述性统计分析

用来概括、表述事物整体状况以及事物间关联、类属关系的统计方法成为描述性统计。在描述性统计中，可以将数据通过统计处理形成几个简洁的统计值，这些统计值可以标准数据的波动性大小，即集中性和离散型。描述性统计分析描述了样本的基本情况。常用指标包括均值，频率，中位数，标准差，方差等。

4.2.2 信度分析

信度 (Reliability) 即可靠性，它是指采用同样的方法对同一对象重复测量时所得结果的一致性程度。信度指标多以相关系数表示，大致可分为三类：稳定系数 (跨时间的一致性)，等值系数 (跨形式的一致性) 和内在一致性系数 (跨项目的一致性)。信度分析的方法主要有以下四种：重测信度法、复本信度法、折半信度法、 α 信度系数法。

信度系数用以 Cronbach' s Alpha 系数表示，解释研究中可靠性的大小，其中最常用的的方法是内部一致性信度 (Sekaran, 2005)；信度的最小可接受值范围在 0.65~0.70 之间 (DeVellis, 1991)；Nunnally (1978) 指出在研究中，可将 0.65 作为可接受的 Cronbach' s Alpha 的临界值。并且，Ritter(2002) 认为除内部一致性指称外，题项—总体的相关系数 (item-to-total correlation) 也可用于检验变量的信度，其值应大于 0.35。借助 SPSS19.0 分析软件，同时计算变量的 Cronbach' s Alpha 系数和题项—总体的相关系数，采用双管齐下的方法来评估最终量表获得的数据是否足够可信。因此，对于研究使用的量表，本研究采用统一的标准，即信度系数 Cronbach' s Alpha 值要大于等于 0.65。

4.2.3 效度分析

效度 (Validity) 即有效性，它是指测量工具或手段能够准确测出所需测量的事物的程度。效度表明所测量到的结果反映所想要考察内容的程度，测量结果与要考察的内容的吻合程度越高，则效度越高；反之，则效度越低。效度分为三种类

型:内容效度、准则效度和结构效度。

效度分析是指测量工具或手段能够准确测出所需测量的事物的程度。效度分析有多种方法,其测量结果反映效度的不同方面。常用于调查问卷效度分析的方法主要有以三种,即单项与总和相关效度分析、准则效度分析和结构效度分析。本研究采用因子分析的方法进行结构效度分析。

结构效度是指测量结果体现出来的某种结构与测值之间的对应程度。结构效度分析所采用的方法是因子分析。有的学者认为,效度分析最理想的方法是利用因子分析测量量表或整个问卷的结构效度。因子分析的主要功能是从量表全部变量(题项)中提取一些公因子,各公因子分别与某一群特定变量高度关联,这些公因子即代表了量表的基本结构。通过因子分析可以考察问卷是否能够测量出研究者设计问卷时假设的某种结构。在因子分析的结果中,用于评价结构效度的主要指标有累积贡献率、共同度和因子负荷。一般认为,KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)值大于 0.7,说明问卷的结构效度良好。

4.2.4 相关分析

相关分析(correlation analysis)是研究现象之间是否存在某种依存关系,并对具体有依存关系的现象探讨其相关方向以及相关程度,是研究随机变量之间的相关关系的一种统计方法。相关分析表示变量之间的关系,常用一个统计值来表示,即相关系数。通常情况下,相关系数最常用的 Pearson 系数 r , r 值一般的取值范围在-1 和+1 之间,如果 r 的绝对值大于 0.75,则表示变量之间相关性偏高,此时需要检查变量个体是否有差异、测量工具效度等;如果 r 的绝对值小于 0.2,变量之间的相关性较低。回归分析的基础是进行相关分析。

本研究中将通过相关分析构建变量的相关系数矩阵,除了检验判别效度之外,还通过相关矩阵观察变量之间的关系。

4.2.5 回归分析

回归分析(regression analysis)是确定两种或两种以上变量间相互依赖的定量关系的一种统计分析方法,运用十分广泛。回归分析按照涉及的自变量的多少,分为回归和多重回归分析;按照自变量的多少,可分为一元回归分析和多元回归分析;按照自变量和因变量之间的关系类型,可分为线性回归分析和非线性回归分析。

在回归分析中,显著性检验是验证回归模型是否有效的重要依据,一般情况下用得最多的是 t 检验和 F 检验。在特定的显著性水平下成为 t 检验,它的作用

是检查回归系数是否具有显著性。检验回归方程的拟合度成为 F 检验，一般情况下是通过 F 值与调整后 R 方值 (Adj.R²) 两个指标来进行评估。在本研究中选择 $p < 0.05$ 来作为判断的标准。

4.3 预研结果

在进行正式调查之前，先小范围发放问卷以试测，依据试测结果对问卷进行信效度检验，以及对问卷题项进行调整。

首先，因子分析被应用于对预调研数据。一般情况下，人们把因子分析分为两种，分别为即探索性因子分析 EFA 和验证性因子分析 CFA。为确认量表因子结构，运用于量表编制的预测上的分析方法成为 EFA。CFA 的作用是检验某一特定的量表的因子结构是否与实际调研获得的数据契合。在本研究中，虽然研究的量表均来自于现有的较为成熟、已被学者们广泛使用并被验证其有效性的量表，但是为了进一步确保所有量表的有效性，参照已有研究的做法，在正式问卷发放前实施小范围内的预调研。因此，在本研究中，为检验各量表的题项，采用信度分析和 EFA 的分析方法，目的是确认因子结构和净化量表。

本研究选用的标准是马庆国 (2002) 的标准，认为适合做因子分析的前途条件是 KMO 值大于 0.7；在 Bartlett 球体检验中，可以做因子分析的前提条件是概率值小于显著性水平。在因子分析中，通过主成分分析法 (Principal Components Analysis) 选取特征值大于 1 的因素，利用最大方差旋转法 (Varimax) 得出主要因子。一般来说，0.3 是一个最低的接受值，无论在 EFA 还是 CFA 中，人们一般都不允许保留载荷值低于 0.3 的题目。但要注意，在 CFA 中，有时候一些题目低于 0.4，但达到显著性水平，我们也可以考虑保留，尤其是当这个题目在理论和内容上很有必要保留时。依照经验判断的方法，某因子的原始变量较多时，以 0.5 或 0.4 为标准取舍，能保留三个以上原始变量，就算比较成功。在本研究中，为了尽量保留原始变量，保证测量的有效性，因子载荷至少要大于 0.4，大于 0.5 以上较为理想。并且，一般认为当共同度大于 0.4 时，公因子就能很好解释该测量指标。

4.3.1 试测样本描述

本研究的试测选择了研究人员所在城市市区一家大型企业的员工及其直接上司。本次预调研采用发放纸质问卷，收回 128 份，其中有效问卷 122 份，有效率为 97.6%。其人口统计学情况如表 4.5 所示。

表 4.5 试测样本人口统计学情况

属性		人数	百分比 (%)
年龄段	18 岁以下	36	29.5
	18-25 岁	50	41.0
	26-30 岁	31	25.4
	31-40 岁	4	3.3
	41 岁以上	1	0.8
性别	男	57	46.7
	女	65	53.3
教育程度	初中或以下	2	1.6
	高中	15	12.3
	大专	32	26.2
	学士	62	50.8
	硕士以上	11	9.0
年龄段	有	26	21.3
	没有	96	78.7

4.3.2 文化智力量表检验

首先对文化智力量表进行信度检验，量表的 Cronbach's Alpha 值为 0.913，大于 0.65。结果如表 4.6 所示，来自于量表中的各题项的多元相关平方值 (Squared Multiple Correlation) 均大于 0.4，并且 CITC 值均大于 0.35，说明该量表的信度基本满足后续的分析。因此，文化智力量表具有较好的信度。

表 4.6 文化智力量表的信度分析

	项已删除的刻度均值	项已删除的刻度方差	校正的项总计相关性	多相关性的平方	项已删除的 Cronbach's Alpha 值
WH1	64.75	137.414	0.516	0.528	0.910
WH2	64.90	134.040	0.642	0.610	0.906
WH3	64.88	139.497	0.480	0.440	0.910
WH4	64.80	135.349	0.590	0.537	0.908
WH5	65.64	139.489	0.483	0.558	0.910
WH6	65.44	136.166	0.598	0.586	0.908
WH7	65.57	136.346	0.572	0.645	0.908
WH8	65.59	138.938	0.538	0.656	0.909
WH9	65.83	139.730	0.413	0.549	0.912

续表 4.6 文化智力量表的信度分析

	项已删除的刻度均值	项已删除的刻度方差	校正的项总计相关性	多相关性的平方	项已删除的 Cronbach's Alpha 值
WH10	65.42	138.510	0.469	0.497	0.911
WH11	64.89	137.501	0.573	0.586	0.908
WH12	65.07	137.094	0.465	0.551	0.911
WH13	64.96	136.023	0.582	0.537	0.908
WH14	65.02	137.859	0.588	0.530	0.908
WH15	65.02	136.975	0.605	0.551	0.908
WH16	65.08	134.803	0.636	0.562	0.907
WH17	65.02	134.107	0.681	0.658	0.906
WH18	65.11	134.906	0.621	0.701	0.907
WH19	64.92	137.349	0.548	0.627	0.909
WH20	65.14	135.179	0.610	0.607	0.907

首先，KMO 和 Bartlett 球体检验被应用于文化智力量表，用以判断量表中的各题项是否可以进行因子分析。根据 KMO 和 Bartlett 球体检验的结果所示，如表 4.7，KMO 系数为 0.860，大于 0.7，并且 Bartlett 球体检验显著性水平为 0.000，小于 0.05，说明量表的结构效度良好。因此，得出结论是可以进行下一步的因子分析。

表 4.7 文化智力量表 KMO Bartlett 的检验

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量。		0.860
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	1284.521
	df	190
	Sig.	0.000

采用主成分分析法和最大方差旋转法来进行分析，如表 4.8 所示为特征根大于 1 的标准提取的因子结构，可以观察到文化智力量表题项中特征根大于 1 的因子共有 4 个，并且累计解释方差变异的 64.182%。

表 4.8 文化智力量表的效度分析

	因子载荷				共同度
	1	2	3	4	
WH1	0.091	0.175	0.700	0.231	0.582

续表 4.8 文化智力量表的效度分析

	因子载荷				共同度
	1	2	3	4	
WH2	0.265	0.375	0.709	0.038	0.715
WH3	0.032	0.175	0.764	0.145	0.637
WH4	0.179	0.190	0.707	0.253	0.632
WH5	0.787	-0.009	0.161	0.132	0.663
WH6	0.665	0.189	0.373	0.075	0.622
WH7	0.728	0.078	0.269	0.184	0.642
WH8	0.812	0.174	0.081	0.082	0.703
WH9	0.794	0.034	-0.084	0.173	0.668
WH10	0.670	0.289	0.023	0.014	0.534
WH11	0.174	0.126	0.224	0.780	0.704
WH12	0.049	0.137	0.128	0.797	0.672
WH13	0.169	0.242	0.177	0.735	0.659
WH14	0.210	0.468	0.106	0.498	0.523
WH15	0.128	0.477	0.192	0.527	0.559
WH16	0.233	0.497	0.341	0.279	0.495
WH17	0.201	0.762	0.205	0.237	0.719
WH18	0.159	0.845	0.133	0.133	0.776
WH19	0.017	0.791	0.169	0.162	0.682
WH20	0.099	0.729	0.296	0.144	0.651
特征根	7.644	2.426	1.415	1.352	
累计解释百分比					64.182%

提取方法 :主成份分析。

旋转法 :具有 Kaiser 标准化的正交旋转法。

a. 旋转在 5 次迭代后收敛。

根据以上的因子载荷图分析,发现 WH5 题项在因子 3 (负荷值为 0.161) 和因子 4 (负荷值为 0.132) 分布均匀,并且它们的最大负荷 0.787,并没有出现在与其他大多数题项的最大负荷的同一个因子中。按照因子分析原理,将该题项从量表中剔除。经过测试,如表 4.9 所示,删除 WH5 题项后,该维度对应的 Cronbach's Alpha 值较之删除前升高,因此,文化智力量表删除 WH5 题项。

表 4.9 删除题项 WH5 前后的 Cronbach's Alpha 值对比分析图

删除题项前			删除题项后			
维度	题项	Cronbach's Alpha 值	删除的题项	Cronbach's Alpha 值	删除题项后 Cronbach's Alpha 值的变化	结论
元认知 文化智 力	WH1	0.772	删除 WH5	0.805	变大	删除 WH5
	WH2					
	WH3					
	WH4					
	WH5					

4.3.3 心理资本量表检验

首先对心理资本量表进行信度检验，量表的 Cronbach's Alpha 值为 0.886，大于 0.65。其结果如表 4.10 所示，在 24 个题项中，有 3 个题项（XL13、XL20 和 XL23）对应的 CITC 小于 0.35。删除这四个题项后，如图 4.11 所示，Cronbach's Alpha 值为 0.912，删除题项后 Cronbach's Alpha 值显著提高。因此，删除 XL13、XL20 和 XL23 这三个题项目后，该量表具有较好的信度。

表 4.10 心理资本量表的信度分析

	项已删除的 刻度均值	项已删除的刻 度方差	校正的项总 计相关性	多相关性的 平方	项已删除的 Cronbach's Alpha 值
XL1	84.39	122.951	0.532	0.587	0.880
XL2	84.39	123.561	0.495	0.565	0.881
XL3	84.50	123.525	0.503	0.534	0.880
XL4	84.21	121.756	0.655	0.635	0.877
XL5	84.29	123.925	0.563	0.476	0.879
XL6	84.15	122.441	0.603	0.646	0.878
XL7	84.33	122.668	0.597	0.621	0.878
XL8	84.31	120.101	0.643	0.553	0.877
XL9	84.17	121.962	0.546	0.498	0.879
XL10	84.92	122.621	0.465	0.454	0.881
XL11	84.42	121.832	0.645	0.611	0.877
XL12	84.39	122.786	0.556	0.523	0.879
XL13	85.53	135.094	-0.095	0.325	0.900
XL14	84.45	122.597	0.541	0.523	0.879
XL15	84.24	124.331	0.460	0.421	0.881
XL16	84.44	120.959	0.559	0.557	0.879
XL17	84.43	122.478	0.526	0.488	0.880
XL18	84.56	121.736	0.530	0.496	0.879
XL19	84.37	124.185	0.413	0.350	0.883

续表 4.10 心理资本量表的信度分析

	项已删除的 刻度均值	项已删除的刻 度方差	校正的项总 计相关性	多相关性 的平方	项已删除的 Cronbach's Alpha 值
XL20	84.94	127.807	0.196	0.440	0.890
XL21	84.46	120.482	0.646	0.655	0.877
XL22	84.23	120.806	0.612	0.630	0.877
XL23	85.37	132.020	0.018	0.336	0.896
XL24	84.10	123.081	0.568	0.551	0.879

表 4.11 删除题项 XL13、XL20、XL23 后的 Cronbach's Alpha 值

Cronbach's Alpha	基于标准化项的 Cronbach's Alpha	项数
0.912	0.916	21

同理，KMO 和 Bartlett 球体检验被应用于心理资本量表，用以判断题项是否可以进行分析。分析结果如表 4.12 所示，KMO 系数为 0.854，大于 0.7，并且 Bartlett 球体检验显著性水平为 0.000，小于 0.05，说明该量表具有较好的结构效度。因此，可以进行下一步的因子分析。

表 4.12 心理资本量表的 KMO Bartlett 的检验

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量	0.854	
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	1306.640
	df	276
	Sig.	0.000

采用主成分分析法和最大方差旋转法进行分析，如表 4.13 所示为特征根大于 1 的标准提取的因子结构，可以观察到文化智力量表题项中特征根大于 1 的因子共有 5 个，累计解释方差变异的 59.875%。

表 4.13 心理资本量表的效度分析

	因子载荷					共同度
	1	2	3	4	5	
XL1	0.457	0.151	0.122	0.605	-0.224	0.662
XL2	0.686	-0.003	0.090	0.445	-0.120	0.691
XL3	0.698	0.103	0.240	0.065	0.129	0.576
XL4	0.435	0.529	0.147	0.367	-0.085	0.632
XL5	0.567	0.268	0.208	0.185	0.100	0.481
XL6	0.483	0.494	0.174	0.298	-0.274	0.673
XL7	0.611	0.247	0.451	0.042	-0.101	0.650
XL8	0.454	0.387	0.478	0.060	0.049	0.590
XL9	0.462	0.313	0.384	0.090	-0.151	0.490

续表 4.13 心理资本量表的效度分析

	因子载荷					共同度
	1	2	3	4	5	
XL10	0.277	-0.118	0.678	0.202	0.141	0.611
XL11	0.332	0.321	0.600	0.146	0.017	0.595
XL12	0.109	0.208	0.530	0.450	-0.081	0.545
XL13	-0.412	-0.138	0.156	0.068	0.552	0.523
XL14	-0.037	0.390	0.581	0.256	0.018	0.556
XL15	0.166	0.253	0.602	0.034	-0.080	0.461
XL16	0.047	0.227	0.302	0.704	0.069	0.647
XL17	0.183	0.351	0.032	0.702	-0.060	0.654
XL18	0.146	0.079	0.383	0.495	0.386	0.569
XL19	0.378	0.444	-0.187	0.161	0.397	0.558
XL20	0.024	0.190	-0.008	-0.024	0.802	0.681
XL21	0.198	0.718	0.263	0.195	0.027	0.664
XL22	0.221	0.733	0.163	0.227	0.034	0.666
XL23	0.025	-0.039	-0.046	-0.097	0.740	0.562
XL24	0.050	0.723	0.281	0.125	0.122	0.636
特征根	8.342	2.182	1.389	1.283	1.175	
累计解释百分比						59.875

提取方法：主成份分析。

旋转法：具有 Kaiser 标准化的正交旋转法。

a. 旋转在 10 次迭代后收敛。

根据以上的因子载荷图分析，发现 XL9、XL13、XL14、XL15、XL20、XL23 等 6 个题项并没有出现在与其他大多数题项的最大负荷的同一个因子中。据因子分析原理，考虑对着 6 个题项进行逐一验证，检测是否应该从量表中剔除。经过验证，如表 4.14 所示：

表 4.14 删除题项前后的 Cronbach's Alpha 值对比分析

删除题项前			删除题项后			
维度	题项	Cronbach's Alpha 值	删除的题项	Cronbach's Alpha 值	删除题项后 Cronbach's Alpha 值的变化	结论
希望	XL7	0.825	删除 XL9	0.799	变小	XL9 不删除
	XL8					
	XL9					
	XL10					
	XL11					
	XL12					
乐观	XL13	0.606	删除 XL13	0.737	变大	单独删除 XL13 时，Cronbach's Alpha 值显著提升最大
	XL14		删除 XL14	0.501	变小	
	XL15		删除 XL15	0.584	变小	
	XL16		同时删除 XL13、14、15	0.693	变大	
	XL17					
	XL18					

续表 4.14 删除题项前后的 Cronbach's Alpha 值对比分析

删除题项前			删除题项后			
维度	题项	Cronbach's Alpha 值	删除的题项	Cronbach's Alpha 值	删除题项后 Cronbach's Alpha 值的变化	结论
坚韧	XL19	0.666	删除 XL20	0.622	变小	同时删除 XL20 和 XL23 时, Cronbach's Alpha 值显著提升最大
	XL20					
	XL21		删除 XL23	0.709	变大	
	XL22					
	XL23		同时删除 XL20 和 XL23	0.760	变大	
	XL24					

因此, 经过测试得出结论, 该量表应该删除 XL13、XL20 和 XL23 等 3 个题, 剔除这 3 个题项后, 该量表能够通过效度检验, 这个结论和信度检验的结论是一致的。

4.3.4 员工创造力量表检验

首先对员工创造力量表进行信度检验, 量表的 Cronbach's Alpha 值为 0.935, 大于 0.65。其结果如表 4.15 所示, 员工创造力量表共 13 个题项, 各题项的多元相关平方值 (Squared Multiple Correlation) 均大于 0.4, 并且各题项的 CITC 值均大于 0.35, 共同度均大于 0.4, 表明该量表具有的信度基本满足分析的要求。从 4-13 可以看出, 删除任何一个题项都不会增加量表的 Cronbach's Alpha 值。因此, 员工创造力量表无需删除任何题项。

表 4.15 员工创造力量表的信度分析

	项已删除的 刻度均值	项已删除的刻 度方差	校正的项总 计相关性	多相关性的 平方	项已删除的 Cronbach's Alpha 值
CZL1	44.25	67.030	0.620	0.561	0.933
CZL2	44.31	65.919	0.699	0.602	0.930
CZL3	44.47	64.400	0.707	0.580	0.930
CZL4	44.29	65.545	0.727	0.606	0.930
CZL5	44.36	65.621	0.717	0.632	0.930
CZL6	44.48	65.277	0.638	0.483	0.933
CZL7	44.35	65.585	0.680	0.544	0.931
CZL8	44.46	65.126	0.693	0.597	0.931
CZL9	44.33	64.983	0.714	0.614	0.930
CZL10	44.50	66.450	0.711	0.588	0.930
CZL11	44.40	65.135	0.763	0.661	0.928

续表 4.15 员工创造力量表的信度分析

	项已删除的 刻度均值	项已删除的刻 度方差	校正的项总 计相关性	多相关性 的平方	项已删除的 Cronbach's Alpha 值
CZL12	44.48	64.913	0.766	0.678	0.928
CZL13	44.51	65.806	0.695	0.649	0.931

KMO 和 Bartlett 球体检验被应用于员工创造力量表,用以判断题项是否可以
进行因子分析。如表 4.16 所示, KMO 和 Bartlett 球体检验的结果显示 KMO 系数
为 0.907, 大于 0.7, 并且 Bartlett 球体检验显著性水平为 0.000, 小于 0.05, 说
明该量表具有较好的结构效度。因此, 可以进行下一步的因子分析。

表 4.16 员工创造力量表的 KMO Bartlett 的检验

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量。		0.907
Bartlett 的球形 度检验	近似卡方	984.711
	df	78
	Sig.	0.000

采用主成分分析法进行分析, 如表 4.17 所示为特征根大于 1 的标准提取的
因子结构, 可以观察到员工创造力量表的题项中, 特征根大于 1 的因子共有 1 个,
累计解释方差变异的 56.73%, 各题项因子载荷大于 0.5, 因子载荷具有较好的聚
积性, 说明该量表具有较好的区分效度, 可以用于正式研究。

表 4.17 员工创造力量表的效度分析

	因子载荷	共同度
CZL1	0.677	0.458
CZL2	0.747	0.558
CZL3	0.757	0.574
CZL4	0.777	0.604
CZL5	0.766	0.587
CZL6	0.691	0.478
CZL7	0.732	0.536
CZL8	0.742	0.550
CZL9	0.762	0.580
CZL10	0.761	0.580
CZL11	0.809	0.655
CZL12	0.812	0.660

续表 4.17 员工创造力量表的效度分析

	因子载荷	共同度
CZL13	0.746	0.556
累计解释百分比	56.730	

提取方法 :主成份。
已提取了 1 个成份。

4.3.5 创新动机量表检验

首先,对创新动机量表进行信度检验,量表的 Cronbach's Alpha 值为 0.847,大于 0.65.其结果如表 4.18 所示。在 5 个题项的多元相关平方值(Squared Multiple Correlation)均小于于 0.4,结合每个题项的 CITC 值来看,CITC 值均大于 0.35,共同度均大于 0.4,表明该量表具有的信度基本满足分析的要求。从 4-18 可以看出,删除任何一个题项都不会增加量表的 Cronbach's Alpha 值。因此,创新动机量表无需删除任何题项。

表 4.18 创新动机量表的信度分析

	项已删除的 刻度均值	项已删除的刻 度方差	校正的项总 计相关性	多相关性 的平方	项已删除的 Cronbach's Alpha 值
CX1	14.44	8.497	0.679	0.521	0.809
CX2	14.60	8.854	0.650	0.502	0.817
CX3	14.74	7.848	0.764	0.602	0.784
CX4	14.61	9.067	0.610	0.442	0.827
CX5	14.70	8.957	0.576	0.352	0.836

对创新动机量表进行 KMO 和 Bartlett 球体检验,以判断题项是否可以进行因子分析。KMO 和 Bartlett 球体检验的结果如表 4.19 所示,KMO 系数为 0.813,大于 0.7,并且 Bartlett 球体检验显著性水平为 0.000,小于 0.05,因此可以进行下一步的因子分析。

表 4.19 创新动机量表的 KMO Bartlett 的检验

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量。	0.813	
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	251.781
	df	10
	Sig.	0.000

采用主成分分析法来进行分析，如表 4.20 所示为特征根大于 1 的标准提取的因子结构，可以观察到文化智力量表题项中特征根大于 1 的因子共有 1 个，累计解释方差变异的 62.135%，各题项因子载荷大于 0.5，因子载荷具有较好的累积性，表明该量表具有较好的区分效度，可以用于正式研究。

表 4.20 创新动机量表的效度分析

	因子载荷	共同度
CX1	0.809	0.654
CX2	0.787	0.619
CX3	0.869	0.756
CX4	0.748	0.559
CX5	0.720	0.518
特征根	3.107	
累计解释百分比		62.135

4.4 本章小结

本章对研究模型的各个变量设计出初始调查问卷进行预测试，进而对预测试收集到的数据进行统计分析。经过信度分析和效度分析，对初始问卷进行修正，为大样本正式试测打好基础。

第五章 数据分析与假设检验

5.1 样本描述与初步检验

关于结构方程模型的样本量的选取，不同的学者有不同的看法。根据 Lomax (1989) 和 Mueller (1997) 的观点，认为要想保证量表分析的有效性，样本数量至少要达到 100 个以上。相比之下，Kling (1998) 认为如果研究变量的分布符合正态分布规律，则每个观测变量满足 5 个样本就足够了；如果它不符合正态分布规律，那么每个观测变量至少需要 10 个样本（黄方明，2004）。人们普遍认为，大于 200 的样本可称为中等样本，但 Tabachnick 和 Fidell (2012) 的研究表明，当使用较新的数学统计检验方法进行相关的实证分析时，允许的样本量最多可以减少至 60 个观察值。并且，根据 Bentler(2006)的观点，认为样本量与题目的比例应大于 5。

参照以上标准，本研究研究的样本总量达到 300 会比较理想。因此，本研究共发出纸质问卷 328 份，其中有效问卷 311 份，有效率为 94.8%。符合样本容量的基本要求，因此，可以对样本数据进行结构方程模型分析。

5.1.1 样本的基本情况

样本的人口统计学情况如表 5.1 所示。

表 5.1 样本基本情况

	属性	人数	百分比 (%)
年龄段	18 岁以下	3	1.0
	18-25 岁	111	35.7
	26-30 岁	101	32.5
	31-40 岁	86	27.7
	41 岁以上	10	3.2
性别	男	148	47.6
	女	163	52.4
教育程度	初中或以下	10	3.2
	高中	29	9.3
	大专	99	31.8
	学士	151	48.6
	硕士以上	22	7.1
出国经历	有	218	70.1
	没有	93	29.9

5.1.2 量表数据的描述性统计分析

将相关题项分数进行统计，变量分别取对应题项分值的平均值。对各变量进行描述性统计，结果如表 5.2 所示。

表 5.2 各变量描述性统计

	N	极小值	极大值	均值	标准差	方差
元认知文化智力	311	1.25	5.00	3.8272	0.69769	0.487
认知文化智力	311	1.00	5.00	3.1601	0.75191	0.565
动机文化智力	311	1.60	5.00	3.6707	0.66090	0.437
行为文化智力	311	1.40	5.00	3.5974	0.69039	0.477
自信	311	2.00	5.00	4.0959	0.50089	0.251
希望	311	2.33	5.00	4.1206	0.50323	0.253
乐观	311	1.60	5.00	4.0354	0.50562	0.256
坚韧	311	2.25	5.00	4.0941	0.48214	0.232
员工创造力	311	1.00	5.00	3.5805	0.70746	0.500
创新动机	311	2.80	5.00	3.8572	0.45939	0.211

5.1.3 正态分布检验

各主要变量的描述性统计量如表 5.3 所示，包括最小值、最大值、均值、标准差、偏度和峰度等。从表中可以看出，所有变量的均值都大于 3，其中心理资本的均值最大，为 3.9286。在做回归分析时，要求数据要满足正态性分布。根据 Kline（1998）的观点，认为观察变量基本上服从正态分布的条件是偏度绝对值小于 3，并且峰度绝对值小于 10。从表 5.3 可以看出，各变量的偏度绝对值均小于 1，峰度绝对值也均小于 1。因此，本研究大样本调查数据可被认为基本上服从正态分布，适合做回归分析。

表 5.3 各主要变量的描述性统计量

	N	极小值	极大值	均值	标准差	方差	偏度	峰度
	统计量	统计量	统计量	统计量	统计量	统计量	标准误	标准误
文化智力	311	2.00	4.95	3.5500	0.55153	0.304	0.138	0.276
心理资本	311	2.43	4.86	4.0882	0.43497	0.189	0.138	0.276
员工创造力	311	1.00	5.00	3.5805	0.70746	0.500	0.138	0.276
创新动机	311	2.80	5.00	3.8572	0.45939	0.211	0.138	0.276

5.1.4 相关性分析

各变量的均值、标准差和相关系数矩阵表如表 5.4 所示。从表中可以发现，在 0.001 水平上，文化智力、员工创造力、心理资本和创新行为存在显著相关，这些相关系数可以作为检验假设的前提，要检验研究假设，还需要进行回归分析。并且，考虑到各变量进行回归分析时，变量间应避免共线性问题，参照吴明隆（2013）提出的变量相关系数小于 0.7 可认为不存在共线性问题。从表 5.4 可知，变量间相关性均小于 0.7，即不存在共线性问题，可以进行回归分析。

表 5.4 各变量的均值、标准差以及相关系数矩阵

	年龄段	性别	教育程度	是否有过出国经历	文化智力	心理资本	员工创造力
年龄段	1					.	
性别	-0.124*	1					
教育程度	0.066	0.128*	1				
是否有过出国经历	0.238**	-0.010	0.051	1			
文化智力	0.134*	-0.076	0.182**	0.144*	1	*	
心理资本	0.141*	-0.089	0.013	0.063	0.310**	1	
员工创造力	0.273**	-0.142*	0.111	0.237**	0.326**	0.250**	1
创新动机	0.038	-0.061	0.004	-0.033	0.228**	0.238**	0.255**

*. 在 0.05 水平（双侧）上显著相关。

** . 在 0.01 水平（双侧）上显著相关。

5.2 信度和效度分析

问卷质量的两个重要条件是信度和效度。在本文研究中，选取使用了文献中现有的量表。预测试后，删除了一些不符合要求的项目，以满足信度和效度的要求。为了保证研究的科学性和准确性，在大样本分析中，仍然需要测试本文所用量表的信效度。其中，测量的一致性和可靠性通过信度来反映，测量的正确性则由效度来反映。

5.2.1 量表的信度分析

在第 4 章中已经对信度分析进行了阐述，因此接下来检验本研究中的各量表及其维度的信度，结果如表 5.5 所示，根据分析结果可见文化智力、心理资本、

员工创造力和创新动机的 Cronbach's Alpha 值分别为 0.913、0.939、0.935 和 0.747，均大于 0.7，并且四个量表的各维度 Cronbach's Alpha 也均大于 0.7，因此，该量表具有较好的信度。

表 5.5 量表的信度分析结果

量表	维度	题量	各维度的 Cronbach's Alpha 值	变量的 Cronbach's Alpha 值
文化智力	元认知文化智力	4	0.819	0.913
	认知文化智力	5	0.847	
	动机文化智力	5	0.850	
	行为文化智力	5	0.852	
心理资本	自信	6	0.854	0.939
	希望	6	0.861	
	乐观	5	0.822	
	坚韧	4	0.806	
员工创造力		13		0.935
创新动机		5		0.747

5.2.2 量表的效度分析

在预测试探索性因子分析的基础上，大样本数据各量表的聚合效度和区分效度则采用验证性因子分析进行检验（吴明隆，2010），如果潜在变量的组合信度 CR（Composite Reliability）值在 0.60 以上，则表明该模型的内在质量理想；平均方差提取值（Average Variance Extracted, AVE）是潜在变量可以解释其指标变量变异量的比值，其数值越大，表明测量指标越能有效反映其共同因素构念的潜在特质，一般要大于 0.5；题项的标准化因子载荷值大于 0.6，综合考虑这些指标来判断量表聚合效度。其结果如表 5.6 所示，各维度的 CR 值均大于 0.5，AVE 值均大于 0.6，表明该量表的效度较好。

表 5.6 各量表的验证性因子分析结果

量表	维度	因子载荷	AVE	CR
文化智力	元认知文化智力	0.750	0.5407	0.8225
		0.870		
		0.670		
		0.628		
	认知文化智力	0.662	0.5344	0.8508
		0.75		
		0.814		
		0.756		
		0.661		

续表 5.6 各量表的验证性因子分析结果

量表	维度	因子载荷	AVE	CR
文化智力	动机文化智力	0.815	0.5298	0.8474
		0.827		
		0.707		
		0.614		
		0.651		
	行为文化智力	0.598	0.5418	0.8539
		0.704		
		0.800		
		0.811		
		0.747		
心理资本	自信	0.672	0.4948	0.8543
		0.680		
		0.764		
		0.715		
		0.726		
	希望	0.652	0.5092	、0.8613
		0.741		
		0.742		
		0.707		
		0.750		
		0.684		
	乐观	0.706	0.4828	0.8235
		0.687		
		0.689		
		0.703		
		0.681		
	坚韧	0.668	0.5183	0.8104
		0.649		
		0.771		
		0.782		
员工创造力		0.713		
		0.742		
		0.746		
		0.727		
		0.707		
		0.683		

续表 5.6 各量表的验证性因子分析结果

量表	维度	因子载荷	AVE	CR
员工创造力		0.644	0.5314	0.9363
		0.695		
		0.755		
		0.767		
		0.785		
		0.784		
		0.715		
创新动机		0.755	0.4558	0.8061
		0.767		
		0.785		
		0.784		
		0.715		

5.3 假设检验

根据第 3 章中所提出的假设, 本研究使用回归分析的方法来进行检验。检验的操作过程如下: 第一步, 对数据进行处理, 包括控制变量虚拟化设置、数据标准化和变量得分等。第二步, 模型的多重共线性 (Collinearity) 问题是进行多元线性回归分析时需要考虑的。马国庆 (2002) 对于多重共线性问题进行了界定, 认为如果自变量之间的相关性太高, 会干扰回归分析的结果。因此, 在本研究中, 使用方差膨胀因子 (Variance Inflation Factor, VIF) 来测量模型的多重线性问题, 认为不存在多重共线性的条件是 VIF 的取值范围在 0 到 10 之间。经过测试, 本研究的结果较为理想, 每个回归模型的 VIF 值范围均在 0-10 之间, 因此不存在多重共线性问题。

5.3.1 文化智力与员工创造力关系的假设检验

首先, 把性别、不同年龄段、教育程度及是否有出国经历作为控制变量, 文化智力作为自变量, 员工创造力作为因变量加入回归方程, 进行多元回归; 然后, 检测心理资本的各维度 (4 个维度) 对员工创造力的影响, 同样进行多元回归。

(1) 文化智力对员工创造力的影响

如表 5.7 所示, 在模型 M2 的基础上加入了自变量: 员工创造力, 进行多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对员工创造力的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.180, F 值为在 0.001 的水平下显著 (F=14.567***),

该回归模型整体的拟合效果较好，员工创造力整体 18.0%的变化能够得到解释，加入文化智力后，提升了模型的解释力度。文化智力回归系数为 0.261，p 值小于 0.001 (sig=0.000)，该结果表明，文化智力与员工创造力正相关。

表 5.7 文化智力对员工创造力的影响

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.128*	-0.105*
不同年龄段	0.207*	0.185*
教育程度	0.104	0.057
是否有出国经历	0.181*	0.152*
自变量		
文化智力	--	0.261***
R ²	0.129***	0.193***
Adj.R ²	0.118***	0.180***
F	11.378***	14.567***
ΔR ²		0.063***
ΔF		23.915***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

(2) 文化智力各维度对员工创造力的影响

为了探讨文化智力的四个维度对员工创造力具体的影响作用，将员工创造力作为因变量，文化智力的维度变量元认知文化智力、认知文化智力、动机文化智力、行为文化智力分别作为自变量，并把性别、不同的年龄段、教育程度及是否有出国经历作为控制变量，采用分层回归分析方法检验文化智力各维度对员工创造力的影响。结果如下表 5.8、5.9、5.10、5.11 所示：

① 元认知文化智力对员工创造力的影响

从表 5.8 可以看出，在模型 M2 的基础上加入了自变量：员工创造力，进行多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对员工创造力的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.168，F 值在 0.001 的水平下显著 (F=13.485***)，该回归模型整体的拟合效果较好，员工创造力整体 16.8%的变化能够得到解释，加入元认知文化智力后，提升了模型的解释力度。元认知文化智力回归系数为 0.239，p 值小于 0.001 (sig=0.000)，该结果表明，元认知文化智力与员工创造力正相关。结果如下表 5.8 所示：

表 5.8 元认知文化智力对员工创造力的影响

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.128**	-0.101
不同年龄段	0.207*	0.183*
教育程度	0.104	0.039
是否有出国经历	0.181**	0.176**
元认知文化智力	--	0.239***
R ²	0.129***	0.181***
Adj.R ²	0.118***	0.168***
F	11.378**	13.485***
ΔR ²		0.052***
ΔF		19.205***

注：*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

②认知文化智力对员工创造力的影响

从表 5.9 可以看出，在模型 M2 的基础上加入了自变量：员工创造力，进行多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对员工创造力的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.126，F 值在 0.05 的水平下显著 (F=9.974**)，该回归模型整体的拟合效果较好，员工创造力整体 12.6% 的变化能够得到解释，加入认知文化智力后，提升了模型的解释力度。认知文化智力回归系数为 0.108，p 值小于 0.05 (sig=0.049)，该结果表明，认知文化智力与员工创造力正相关。结果如下表 5.9 所示：

表 5.9 认知文化智力对员工创造力的影响

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.128*	-0.120*
不同年龄段	0.207***	0.206**
教育程度	0.104	0.091
是否有出国经历	0.181**	0.165**
自变量		
元认知文化智力	--	0.108*
R ²	0.129***	0.141*
Adj.R ²	0.118***	0.126*
F	11.378**	9.974*
ΔR ²		0.011*
ΔF		3.921*

注：*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

③动机文化智力对员工创造力的影响

从表 5.10 可以看出，在模型 M2 的基础上加入了自变量：员工创造力，进行多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对员工创造力的影响，调整后模型 M2 中 R² 的值为 0.165，F 值在 0.001 的水平下显著(F=19.758***)，该回归模型整体的拟合效果较好，员工创造力整体 16.5%的变化能够得到解释，加入动机文化智力后，提升了模型的解释力度。动机文化智力回归系数为 0.226，p 值小于 0.001 (sig=0.000)，该结果表明，动机文化智力与员工创造力正相关。结果如下表 5.10 所示：

表 5.10 动机文化智力对员工创造力的影响

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.128***	-0.120***
不同年龄段	0.207*	0.201*
教育程度	0.104	0.075
是否有出国经历	0.181**	0.159**
自变量		
动机文化智力	--	0.226 ***
R ²	0.129***	0.179***
Adj.R ²	0.118***	0.165***
F	11.378***	13.292***
ΔR ²		0.049***
ΔF		18.363***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

④行为文化智力对员工创造力的影响

从表 5.11 可以看出，在模型 M2 的基础上加入了自变量：员工创造力，进行多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对员工创造力的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.177，F 值在 0.001 的水平下显著(F=21.419***)，该回归模型整体的拟合效果较好，员工创造力整体 17.7%的变化能够得到解释，加入行为文化智力后，提升了模型的解释力度。行为文化智力回归系数为 0.252，p 值小于 0.001 (sig=0.000)，该结果表明，行为文化智力与员工创造力正相关。结果如表 5.11 所示：

表 5.11 行为文化智力对员工创造力的影响

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.128***	-0.114**
不同年龄段	0.207*	0.173*
控制变量		
教育程度	0.104	0.085
是否有出国经历	0.181**	0.165**
自变量		
行为文化智力	--	0.252***
R ²	0.129***	0.190***
Adj.R ²	0.118***	0.177***
F	11.378**	14.338***
ΔR ²		0.061***
ΔF		22.915***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

综合上述分析，文化智力的整体及各维度均与员工创造力正相关，假设 H1 得到验证。

5.3.2 文化智力与心理资本关系的假设检验

首先，把性别、不同年龄段、教育程度和是否有出国经历作为控制变量，文化智力作为自变量，心理资本作为因变量加入回归方程，进行多元回归；然后，检测文化智力的各维度（4 个维度）对心理资本的各维度（4 个维度）的影响，同样进行多元回归。

（1）文化智力对心理资本的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量文化智力，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对心理资本的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.096，F 值在 0.01 的水平下显著（F=7.591**），该回归模型整体的拟合效果较好，心理资本整体 9.6% 的变化能够得到解释，加入文化智力后，提升了模型的解释力度。文化智力回归系数为 0.301，p 值小于 0.01（sig=0.000），该结果表明，文化智力与心理资本正相关。结果如表 5.12 所示：

表 5.12 文化智力对心理资本的影响

	因变量：心理资本	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.075	-0.048
不同年龄段	0.124*	0.098
教育程度	0.012	-0.042
是否有出国经历	0.032	-0.002
自变量		
文化智力	--	0.301***
R ²	0.026	0.111***
Adj.R ²	0.014	0.096***
F	2.066	7.591***
ΔR ²		0.084***
ΔF		28.939***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

(2)文化智力各维度对心理资本的影响

为了探讨文化智力的四个维度对心理资本具体的影响作用，将心理资本作为因变量，文化智力的各维度变量元认知文化智力、认知文化智力、动机文化智力、行为文化智力分别作为自变量，并把性别、不同年龄段、教育程度和是否有出国经历作为控制变量，采用分层回归分析方法检验文化智力各维度对心理资本的影响。结果如下表 5.13、5.14、5.15 和 5.16 所示：

①元认知文化智力对心理资本的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量文化智力，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对心理资本的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.095，F 值在 0.01 的水平下显著（F=7.522**），该回归模型整体的拟合效果较好，心理资本整体 9.5%的变化能够得到解释，加入元认知文化智力后，提升了模型的解释力度。元认知文化智力回归系数为 0.304，p 值小于 0.01（sig=0.000），该结果表明，元认知文化智力与心理资本正相关。结果如表 5.13 所示：

表 5.13 元认知文化智力对心理资本的影响

	因变量：心理资本	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.075	-0.041

续表 5.13 元认知文化智力对心理资本的影响

	因变量：心理资本	
	M1	M2
不同年龄段	0.124*	0.092
教育程度	0.012	-0.070
是否有出国经历	0.032	0.026
自变量		
元认知文化智力	--	0.304***
R ²	0.026	0.110***
Adj.R ²	0.014	0.095***
F	2.066	7.522***
ΔR ²		0.083***
ΔF		28.601***

注：*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

②认知文化智力对心理资本的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量文化智力，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对心理资本的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.044，F 值在 0.01 的水平下显著（F=3.861**），该回归模型整体的拟合效果较好，心理资本整体 4.4% 的变化能够得到解释，加入认知文化智力后，提升了模型的解释力度。认知文化智力回归系数为 0.187，p 值小于 0.01（sig=0.000），该结果表明，认知文化智力与心理资本正相关。结果如表 5.14 所示：

表 5.14 认知文化智力对心理资本的影响

	因变量：心理资本	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.075	-0.060
不同年龄段	0.124*	0.122*
教育程度	0.012	-0.010
是否有出国经历	0.032	0.003
自变量		
认知文化智力	--	0.187**
R ²	0.026	0.060**
Adj.R ²	0.014	0.044**
F	2.066	3.861**
ΔR ²		0.033**

续表 5.14 认知文化智力对心理资本的影响

	因变量：心理资本	
	M1	M2
ΔF		10.779**

注：*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

③动机文化智力对心理资本的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量文化智力，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对心理资本的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.066，F 值在 0.01 的水平下显著（F=5.389***），该回归模型整体的拟合效果较好，心理资本整体 6.6% 的变化能够得到解释，加入动机文化智力后，提升了模型的解释力度。动机文化智力回归系数为 0.238，p 值小于 0.01（sig=0.000），该结果表明，动机文化智力与心理资本正相关。结果如表 5.15 所示：

表 5.15 动机文化智力对心理资本的影响

	因变量：心理资本	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.075	-0.066
不同年龄段	0.124*	0.117*
教育程度	0.012	-0.019
是否有出国经历	0.032	0.009
自变量		
动机文化智力	--	0.238***
R ²	0.026	0.081***
Adj.R ²	0.014	0.066***
F	2.066	5.389***
ΔR^2		.055***
ΔF		18.219***

注：*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

④行为文化智力对心理资本的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量文化智力，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对心理资本的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.059，F 值在 0.01 的水平下显著（F=4.901**），该回归模型整体的拟合效果较好，心理资本整体 5.9% 的变化能够得到解释，加入行为文化智力后，

提升了模型的解释力度。行为文化智力回归系数为 0.224，p 值小于 0.01 (sig=0.000)，该结果表明，行为文化智力与心理资本正相关。结果如表 5.16 所示：

表 5.16 行为文化智力对心理资本的影响

	因变量：心理资本	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.075	-0.062
不同年龄段	0.124*	0.093
教育程度	0.012	-0.005
是否有出国经历	0.032	0.018
自变量		
行为文化智力	--	0.224***
R ²	0.026	0.074***
Adj. R ²	0.014	0.059***
F	2.066*	4.901***
ΔR ²		0.048***
ΔF		15.841***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

综合上述分析，模型加了自变量调整后，F 值均显著，各回归模型整体拟合效果较好，模型解释力度均有所提升。结果表明文化智力各维度与心理资本正相关。

(3) 元认知文化智力对心理资本各维度的影响

为了探讨元认知文化智力对心理资本的四个维度的具体影响作用，将心理资本的各维度作为因变量，元认知文化智力作为自变量，并把性别、不同年龄段、教育程度和是否有出国经历作为控制变量，采用分层回归分析方法检验元认知文化智力对心理资本各维度的影响。结果如下表 5.17、5.18、5.19 和 5.20 所示：

①元认知文化智力对自信的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量元认知文化智力，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对自信的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.127，F 值在 0.01 的水平下显著 (F=8.843***)，该回归模型整体的拟合效果较好，自信整体 12.7% 的变化能够得到解释，加入元认知文化智力后，提升了模型的解释力度。元认知文化智力回归系数为 0.315，p 值小于 0.01 (sig=0.000)，该结果表明，元文化智力与自信正相关。结果如表 5.17 所示：

表 5.17 元认知文化智力对自信的影响

	因变量: 自信	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.079*	-0.044*
不同年龄段	0.161	0.128
教育程度	0.026	-0.060
是否有出国经历	0.012	0.005
自变量		
元认知文化智力	--	0.315***
R ²	0.037*	0.127***
Adj.R ²	0.025*	0.112***
F	2.955*	8.843***
ΔR ²		0.089***
ΔF		31.227***

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

②元认知文化智力对希望的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量元认知文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对希望的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.068, F 值在 0.01 的水平下显著 (F=5.512***), 该回归模型整体的拟合效果较好, 自信整体 6.8% 的变化能够得到解释, 加入元认知文化智力后, 提升了模型的解释力度。元认知文化智力回归系数为 0.242, p 值小于 0.01 (sig=0.000), 该结果表明, 元文化智力与希望正相关。结果如表 5.18 所示:

表 5.18 元认知文化智力对希望的影响

	因变量: 希望	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.069	-0.042
不同年龄段	0.112	0.087
教育程度	0.020	-0.046
是否有出国经历	0.078	0.073
自变量		
元认知文化智力	--	0.242***
R ²	0.030	0.083***
Adj.R ²	0.017	0.068***
F	2.377	5.512***
ΔR ²		0.053***

续表 5.18 元认知文化智力对希望的影响

	因变量:希望	
	M1	M2
ΔF		17.541***

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

③元认知文化智力对乐观的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量元认知文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对希望的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.080, F 值在 0.01 的水平下显著 (F=6.394***), 该回归模型整体的拟合效果较好, 乐观整体 8.0% 的变化能够得到解释, 加入元认知文化智力后, 提升了模型的解释力度。元认知文化智力回归系数为 0.293, p 值小于 0.01 (sig=0.000), 该结果表明, 元文化智力与乐观正相关。结果如表 5.19 所示:

表 5.19 元认知文化智力对乐观的影响

	因变量:乐观	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.078	-0.045
不同年龄段	0.062	0.032
控制变量		
教育程度	-0.020	-0.100
是否有出国经历	0.062	0.056
自变量		
元认知文化智力	--	0.293***
R ²	0.017	0.095***
Adj.R ²	0.005	0.080***
F	1.360	6.394***
ΔR^2		0.077***
ΔF		26.084***

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

④元认知文化智力对坚韧的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量元认知文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对希望的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.025, F 值在 0.01 的水平下显著 (F=2.610*), 该回归模型整体的拟合效果较好, 坚韧整体 2.5% 的变化能够得到解释, 加入元认知文化智力后,

提升了模型的解释力度。元认知文化智力回归系数为 0.188，p 值小于 0.01 (sig=0.000)，该结果表明，元文化智力与坚韧正相关。结果如表 5.20 所示：

表 5.20 元认知文化智力对坚韧的影响

	因变量:坚韧	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.021	0.000
不同年龄段	0.077	0.057
教育程度	0.015	-0.036
是否有出国经历	-0.070	-0.074
自变量		
元认知文化智力	--	0.188*
R ²	0.009	0.041*
Adj.R ²	-0.004	0.025*
F	0.716	2.610*
ΔR ²		0.032*
ΔF		10.100*

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

综合上述分析，模型加了自变量调整后，F 值均显著，各回归模型整体拟合效果较好，模型解释力度均有所提升。元认知文化智力与心理资本的各维度均正向相关。

(4) 认知文化智力对心理资本各维度的影响

为了探讨认知文化智力对心理资本的四个维度的具体影响作用，将心理资本的各维度作为因变量，认知文化智力作为自变量，并把性别、不同年龄段、教育程度和是否有出国经历作为控制变量，采用分层回归分析方法检验认知文化智力对心理资本各维度的影响。结果如下表 5.21、5.22、5.23 和 5.24 所示：

① 认知文化智力对自信的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量认知文化智力，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对自信的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.037，F 值在 0.01 的水平下显著 (F=3.363*)，该回归模型整体的拟合效果较好，自信整体 3.7% 的变化能够得到解释，加入认知文化智力后，提升了模型的解释力度有所。认知文化智力回归系数为 0.126，p 值小于 0.01 (sig=0.000)，该结果表明，认知文化智力与自信正相关。结果如表 5.21 所示：

表 5.21 认知文化智力对自信的影响

	因变量: 自信	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.079	-0.070
不同年龄段	0.161*	0.160*
教育程度	0.026	0.011
是否有出国经历	0.012	-0.007
自变量		
认知文化智力	--	0.126*
R ²	0.037*	0.052*
Adj.R ²	0.025*	0.037*
F	2.955*	3.363*
ΔR ²		0.015*
ΔF		4.847*

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

②认知文化智力对希望的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量认知文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对希望的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.039, F 值在 0.01 的水平下显著 (F=3.516*), 该回归模型整体的拟合效果较好, 希望整体 3.9% 的变化能够得到解释, 加入认知文化智力后, 提升了模型的解释力度。认知文化智力回归系数为 0.160, p 值小于 0.01 (sig=0.000), 该结果表明, 认知文化智力与希望正相关。结果如表 5.22 所示:

表 5.22 认知文化智力对希望的影响

	因变量: 希望	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.069	-0.057
不同年龄段	0.112	0.111
教育程度	0.020	0.001
是否有出国经历	0.078	0.053
自变量		
认知文化智力	--	0.160*
R ²	0.030	0.054*
Adj.R ²	0.017	0.039*
F	2.377	3.516*

续表 5.22 认知文化智力对希望的影响

	因变量:希望	
	M1	M2
ΔR^2		0.024*
ΔF		7.859*

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

③认知文化智力对乐观的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量认知文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对乐观的影响, 调整后模型 M2 中 R^2 的值为 0.042, F 值在 0.01 的水平下显著 ($F=3.735^*$), 该回归模型整体的拟合效果较好, 乐观整体 4.2% 的变化能够得到解释, 加入认知文化智力后, 提升了模型的解释力度。认知文化智力回归系数为 0.205, p 值小于 0.01 ($\text{sig}=0.000$), 该结果表明, 认知文化智力与乐观正相关。结果如表 5.23 所示:

表 5.23 认知文化智力对乐观的影响

	因变量:乐观	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.078	-0.062
不同年龄段	0.062	0.060
教育程度	-0.020	-0.045
是否有出国经历	0.062	0.030
自变量		
认知文化智力	--	0.205***
R^2	0.017	0.058***
Adj. R^2	0.005	0.042***
F	1.360	3.735*
ΔR^2		0.040***
ΔF		13.024***

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

④认知文化智力对坚韧的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量认知文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对坚韧的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.021, F 值在 0.01 的水平下显著 ($F=2.309^*$), 该回归模型整体的拟

合效果较好，坚韧整体 2.1%的变化能够得到解释，加入认知文化智力后，提升了模型的解释力度。认知文化智力回归系数为 0.169，p 值小于 0.01 (sig=0.000)，该结果表明，认知文化智力与坚韧正相关。结果如表 5.24 所示：

表 5.24 认知文化智力对坚韧的影响

	因变量:坚韧	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.021	-0.008
不同年龄段	0.077	0.075
教育程度	0.015	-0.006
是否有出国经历	-0.070	-0.096
自变量		
认知文化智力	--	0.169*
R ²	0.009	0.036*
Adj.R ²	-0.004	0.021*
F	0.716	2.309*
ΔR ²		0.027*
ΔF		8.609*

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

综合上述分析，模型加了自变量调整后，F 值均显著，各回归模型整体拟合效果较好，模型解释力度均有所提升。认知文化智力与心理资本的各维度均正相关。

(5) 动机文化智力对心理资本各维度的影响

为了探讨动机文化智力对心理资本的四个维度的具体影响作用，将心理资本的各维度作为因变量，动机文化智力作为自变量，并把性别、不同年龄段、教育程度和是否有出国经历作为控制变量，采用分层回归分析方法检验动机文化智力对心理资本各维度的影响。结果如下表 5.25、5.26、5.27 和 5.28 所示：

① 动机文化智力对自信的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量动机文化智力，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对自信的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.080，F 值在 0.01 的水平下显著 (F=6.368***)，该回归模型整体的拟合效果较好，自信整体 8.0%的变化能够得到解释，加入动机文化智力后，提升了模型的解释力度。动机文化智力回归系数为 0.243，p 值小于 0.01 (sig=0.000)，该结果表明，动机文化智力与自信正相关。从表结果如表 5.25 所

示:

表 5.25 动机文化智力对自信的影响

	因变量: 自信	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.079	-0.070
不同年龄段	0.161*	0.154*
教育程度	0.026	-0.006
是否有出国经历	0.012	-0.012
自变量		
动机文化智力	--	0.243***
R ²	0.037*	0.095***
Adj.R ²	0.025*	0.080***
F	2.955*	6.368***
ΔR ²		0.057***
ΔF		19.311***

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

②动机文化智力对希望的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量动机文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对自信的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.044, F 值在 0.01 的水平下显著 (F=3.840*), 该回归模型整体的拟合效果较好, 希望整体 4.4% 的变化能够得到解释, 加入动机文化智力后, 提升了模型的解释力度。动机文化智力回归系数为 0.173, p 值小于 0.01 (sig=0.000), 该结果表明, 动机文化智力与希望正相关。结果如表 5.26 所示:

表 5.26 动机文化智力对希望的影响

	因变量: 希望	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.069	-0.062
不同年龄段	0.112	0.108
教育程度	0.020	-0.003
是否有出国经历	0.078	0.061
自变量		
动机文化智力	--	0.173*

续表 5.26 动机文化智力对希望的影响

	因变量:希望	
	M1	M2
R ²	0.030	0.059*
Adj.R ²	0.017	0.044*
F	2.377	3.840*
ΔR ²		0.029*
ΔF		9.430*

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

③动机文化智力对乐观的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量动机文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对乐观的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.036, F 值在 0.01 的水平下显著 (F=3.304*), 该回归模型整体的拟合效果较好, 乐观整体 3.6% 的变化能够得到解释, 加入动机文化智力后, 提升了模型的解释力度。动机文化智力回归系数为 0.187, p 值小于 0.01 (sig=0.000), 该结果表明, 动机文化智力与乐观正相关。结果如表 5.27 所示:

表 5.27 动机文化智力对乐观的影响

	因变量:乐观	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.078	-0.071
不同年龄段	0.062	0.057
教育程度	-0.020	-0.045
是否有出国经历	0.062	0.044
自变量		
动机文化智力	--	0.187*
R ²	0.017	0.051**
Adj.R ²	0.005	0.036**
F	1.360	3.304*
ΔR ²		0.034**
ΔF		10.903**

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

④动机文化智力对坚韧的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量动机文化智力, 进行分层多元回归得到结

果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对乐观的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.046，F 值在 0.01 的水平下显著（F=3.982*），该回归模型整体的拟合效果较好，坚韧整体 4.6% 的变化能够得到解释，加入动机文化智力后，提升了模型的解释力度。动机文化智力回归系数为 0.232，p 值小于 0.01（sig=0.000），该结果表明，动机文化智力与坚韧正相关。结果如表 5.28 所示：

表 5.28 动机文化智力对坚韧的影响

	因变量:坚韧	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.021	-0.012
不同年龄段	0.077	0.071
教育程度	0.015	-0.016
是否有出国经历	-0.070	-0.093
自变量		
动机文化智力	--	0.232***
R ²	0.009	0.061***
Adj.R ²	-0.004	0.046***
F	0.716	3.982*
ΔR ₂		0.052***
ΔF		16.900***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

综合上述分析，模型加了自变量调整后，F 值均显著，各回归模型整体拟合效果较好，模型解释力度均有所提升。动机文化智力与心理资本的各维度均正相关。

（5）行为文化智力对心理资本各维度的影响

为了探讨行为文化智力对心理资本的四个维度的具体影响作用，将心理资本的各维度作为因变量，行为文化智力作为自变量，并把性别、不同年龄段、教育程度和是否有出国经历作为控制变量，采用分层回归分析方法检验行为文化智力对心理资本各维度的影响。结果如下表 5.29、5.30、5.31 和 5.32 所示：

①行为文化智力对自信的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量行为文化智力，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对自信的影响，调整后模型 M2 中 R 的值为 0.071，F 值在 0.01 的水平下显著（F=5.719***），该回归模型整体的拟合效果较好，自信整体 7.1% 的变化能够得到解释，加入行为文化智力后，提

升了模型的解释力度。行为文化智力回归系数为 0.225, p 值小于 0.01 (sig=0.000), 该结果表明, 行为文化智力与自信正相关。结果如表 5.29 所示:

表 5.29 行为文化智力对自信的影响

	因变量: 自信	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.079	-0.067
不同年龄段	0.161*	0.130*
教育程度	0.026	0.009
是否有出国经历	0.012	-0.003
自变量		
行为文化智力	--	0.225***
R ²	0.037*	0.086***
Adj.R ²	0.025*	0.071***
F	2.955*	5.719***
ΔR ²		0.049***
ΔF		16.191***

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

②行为文化智力对希望的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量行为文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对希望的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.037, F 值在 0.01 的水平下显著 (F=3.397*), 该回归模型整体的拟合效果较好, 希望整体 3.7% 的变化能够得到解释, 加入行为文化智力后, 提升了模型的解释力度。行为文化智力回归系数为 0.153, p 值小于 0.05 (sig=0.007), 该结果表明, 行为文化智力与希望正相关。结果如表 5.30 所示:

表 5.30 行为文化智力对希望的影响

	因变量: 希望	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.069	-0.060
不同年龄段	0.112	0.091
教育程度	0.020	0.008
是否有出国经历	0.078	0.068
自变量		
行为文化智力	--	0.153*

续表 5.30 行为文化智力对希望的影响

	因变量:希望	
	M1	M2
R ²	0.030	0.053*
Adj.R ²	0.017	0.037*
F	2.377	3.397*
ΔR ²		0.023*
ΔF		7.282*

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

③行为文化智力对乐观的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量行为文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对乐观的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.047, F 值在 0.01 的水平下显著 (F=4.047*), 该回归模型整体的拟合效果较好, 乐观整体 4.7% 的变化能够得到解释, 加入行为文化智力后, 提升了模型的解释力度。行为文化智力回归系数为 0.216, p 值小于 0.01 (sig=0.000), 该结果表明, 行为文化智力与乐观正相关。结果如表 5.31 所示:

表 5.31 行为文化智力对乐观的影响

	因变量:乐观	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.078	-0.066
不同年龄段	0.062	0.033
教育程度	-0.020	-0.037
是否有出国经历	0.062	0.048
自变量		
行为文化智力	--	0.216***
R ²	0.017	0.062***
Adj.R ²	0.005	0.047***
F	1.360	4.047*
ΔR ²		0.045***
ΔF		14.554***

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

④行为文化智力对坚韧的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量行为文化智力, 进行分层多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对坚韧的影响, 调整后模型 M2 中

R 的值为 0.027, F 值在 0.01 的水平下显著 (F=2.711*), 该回归模型整体的拟合效果较好, 坚韧整体 2.7% 的变化能够得到解释, 加入行为文化智力后, 提升了模型的解释力度。行为文化智力回归系数为 0.186, p 值小于 0.05 (sig=0.001), 该结果表明, 行为文化智力与坚韧正相关。结果如表 5.32 所示:

表 5.32 行为文化智力对坚韧的影响

	因变量:坚韧	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.021	-0.011
不同年龄段	0.077	0.052
教育程度	0.015	0.000
是否有出国经历	-0.070	-0.082
自变量		
行为文化智力	--	0.186*
R ²	0.009	0.043*
Adj.R ²	-0.004	0.027*
F	0.716	2.711*
ΔR ²		0.033*
ΔF		10.604*

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

综合上述分析, 模型加了自变量调整后, F 值均显著, 各回归模型整体拟合效果较好, 模型解释力度均有所提升。行为文化智力对心理资本的各维度均有显著的正向影响。因此, 可以证明文化智力的整体和各维度与心理资本的整体和各维度均正相关, 假设 H2 得到验证。

5.3.3 心理资本与员工创造力关系的假设检验

首先, 把性别、不同年龄段、教育程度和是否有出国经历作为控制变量, 心理资本作为自变量, 员工创造力作为因变量加入回归方程, 进行多元回归; 然后, 检测心理资本的各维度 (4 个维度) 对员工创造力的影响, 同样进行多元回归。

(1) 心理资本对员工创造力的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量: 员工创造力, 进行多元回归得到结果。从结果表明, 模型 M1 代表的是控制变量对员工创造力的影响, 调整后模型 M2 中 R 的值为 0.155, F 值在 0.01 的水平下显著 (F=12.407***), 该回归模型整体的拟合效果较好, 员工创造力整体 15.5% 的变化能够得到解释, 加入员工创造力

后，提升了模型的解释力度。心理资本回归系数为 0.201，p 值小于 0.01（sig=0.000），该结果表明，心理资本与员工创造力正相关。结果如表 5.33 所示：

表 5.33 心理资本对员工创造力的影响研究

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.128*	-0.113*
不同年龄段	0.207***	0.183**
教育程度	0.104	0.102
是否有出国经历	0.181**	0.175**
自变量		
心理资本	--	0.201***
R ²	0.129***	0.169***
Adj.R ²	0.118***	0.155***
F	11.378***	12.407***
ΔR ²		0.040***
ΔF		14.510***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

（2）心理资本各维度对员工创造力的影响

为了探讨心理资本的四个维度对员工创造力具体的影响作用，将员工创造力作为因变量，心理资本的维度变量自信、希望、乐观、坚韧分别作为自变量，并将不同年龄段和是否有出国经历作为控制变量，采用分层回归分析方法检验文化智力各维度对员工创造力的影响。结果如下表 5.34、5.35、5.36 和 5.37 所示：

①自信对员工创造力的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量自信，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对员工创造力的影响，调整后模型 M2 中 R² 的值为 0.162，F 值在 0.01 的水平下显著（F=12.946***），该回归模型整体的拟合效果较好，员工创造力整体 16.2% 的变化能够得到解释，加入自信后，提升了模型的解释力度。自信的回归系数为 0.218，p 值小于 0.01（sig=0.000），该结果表明，自信与员工创造力正相关。结果如表 5.34 所示：

表 5.34 自信对员工创造力的影响

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.128*	-0.111*
不同年龄段	0.207***	0.172*
继续教育程度	0.104	0.099
是否有出国经历	0.181**	0.179**
自变量		
自信	--	0.218***
R ²	0.129***	0.175***
Adj.R ²	0.118***	0.162***
F	11.378***	12.946***
ΔR ²		0.046***
ΔF		16.856***

注：*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

②希望对员工创造力的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量希望，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对员工创造力的影响，调整后模型 M2 中 R² 的值为 0.139，F 值在 0.01 的水平下显著 (F=10.988*)，该回归模型整体的拟合效果较好，员工创造力整体 13.9% 的变化能够得到解释，加入希望后，提升了模型的解释力度。希望的回归系数为 0.155，p 值小于 0.05 (sig=0.004)，该结果表明，希望与员工创造力正相关。结果如表 5.35 所示：

表 5.35 希望对员工创造力的影响

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.128*	-0.117*
不同年龄段	0.207***	0.190*
教育程度	0.104	0.101
是否有出国经历	0.181**	0.169*
自变量		
希望	--	0.155*
R ²	0.129***	0.153*
Adj.R ²	0.118***	0.139*
F	11.378***	10.988***

续表 5.35 希望对员工创造力的影响

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
ΔR^2		0.023*
ΔF		8.336*

注：* $P < 0.05$ ，** $P < 0.01$ ，*** $P < 0.001$

③乐观对员工创造力的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量乐观，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对员工创造力的影响，调整后模型 M2 中 R^2 的值为 0.134，F 值在 0.01 的水平下显著 ($F=17.028^{***}$)，该回归模型整体的拟合效果较好，员工创造力整体 13.4% 的变化能够得到解释，加入乐观后，提升了模型的解释力度。乐观的回归系数为 0.186，p 值小于 0.01 ($\text{sig}=0.000$)，该结果表明，乐观与员工创造力正相关。结果如表 5.36 所示：

表 5.36 乐观对员工创造力的影响

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.128*	-0.114*
不同年龄段	0.207***	0.196***
教育程度	0.104	0.108*
是否有出国经历	0.181**	0.170*
自变量		
乐观	--	0.186***
R^2	0.106***	0.143***
Adj. R^2	0.100***	0.134***
F	18.292***	17.028***
ΔR^2		0.036***
ΔF		13.067***

注：* $P < 0.05$ ，** $P < 0.01$ ，*** $P < 0.001$

④坚韧对员工创造力的影响

在模型 M1 的基础上加入了自变量坚韧，进行分层多元回归得到结果。从结果表明，模型 M1 代表的是控制变量对员工创造力的影响，调整后模型 M2 中 R^2 的值为 0.132，F 值在 0.01 的水平下显著 ($F=10.434^{**}$)，该回归模型整体的拟合效果较好，员工创造力整体 13.2% 的变化能够得到解释，加入坚韧后，提升了

模型的解释力度。坚韧的回归系数为 0.129, p 值小于 0.05 (sig=0.016), 该结果表明, 坚韧与员工创造力正相关。结果如表 5.37 所示:

表 5.37 坚韧对员工创造力的影响

	因变量: 员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.128*	-0.125*
不同年龄段	0.207***	0.198**
教育程度	0.104	0.102
是否有出国经历	0.181**	0.190*
自变量		
坚韧	--	0.129*
R ²	0.129***	0.146*
Adj.R ²	0.118***	0.132*
F	11.378***	10.434***
ΔR ²		0.017*
ΔF		5.924*

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

从上面的各模型可以看出, 模型加了自变量调整后, F 值在 0.01 的水平下均显著, 各回归模型整体拟合效果较好, 模型解释力度均有所提升。结果表明, 心理资本的整体和各维度与员工创造力正相关, 即假设 H3 得到验证。

5.3.4 心理资本中介作用的假设检验

根据 Baron 和 Kenny (1986) 的观点, 检验中介作用需要满足以下几个条件:

(1) 自变量对因变量有显著影响, 影响系数为 c; (2) 自变量对中介变量有显著影响, 影响系数为 a; (3) 将自变量、中介变量同时引入回归方程, 中介变量影响显著, 回归系数为 b, 且自变量与因变量的回归系数 c' 应显著降低或不显著。当自变量对因变量的影响不再显著时, 说明中介变量为完全中介; 当影响降低, 但仍然显著时则为部分中介。根据该观点, 本研究对心理资本的中介效果进行分析。

(1)心理资本在文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用的验证

根据温忠麟等 (2004) 的检验程序, 在控制了控制变量的基础上, 如表 5.38 所示, 模型 M1 中, 文化智力对员工创造力具有显著的正向影响 ($\beta = 0.261$); 模型 M2 中, 文化智力对心理资本具有显著的正向影响 ($\beta = 0.301$); 模型 M2

中，将文化智力作为自变量对心理资本进行回归时，可以发现新模型 F 值在 0.01 水平下显著（Adj.R² = 0.096，F = 7.591***）。将模型 M3 和模型 M1 进行对比可以看到，模型 M3 中，增加了自变量心理资本，模型的解释力度显著增加 19.4%（ $\Delta R^2 = 0.194$ ， ΔF 在 0.01 水平下显著）。将自变量、中介变量同时引入回归方程，中介变量影响显著，回归系数为 0.138，且自变量与因变量的回归系数为 0.219，系数显著降低。因此，表明心理资本在文化智力与员工创造力之间起到了部分中介作用。结果如表 5.38 所示：

表 5.38 心理资本的中介效应模型

	因变量：员工创造力	因变量：心理资本	因变量：员工创造力
	M1	M2	M3
控制变量			
性别	-0.105*	-0.048	-0.099
不同年龄段	0.185**	0.098	0.172*
教育程度	0.057	-0.042	0.063
是否有出国经历	0.152*	-0.002	0.152*
自变量			
文化智力	0.261***	0.301***	0.219***
中介变量			
心理资本	--	--	0.138*
R ²	0.193***	0.111***	0.210***
Adj.R ²	0.180***	0.096***	0.194***
F	14.567***	7.591***	13.454***
ΔR^2			0.080***
ΔF			15.454***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

(2) 心理资本在文化智力各维度促进员工创造力关系中起中介作用的检验
依据上述程序依次对心理资本在文化智力的元认知文化智力、认知文化智力、动机文化智力和行为文化智力等四个维度促进员工创造力的关系中起的中介作用进行验证。结果如表 5.39、5.40、5.41 和 5.42 所示：

①心理资本在元认知文化智力促进员工创造力关系中起中介作用的检验

根据温忠麟等（2004）的检验程序，在控制了控制变量的基础上，如表 5.39 所示，模型 M1 中，元认知文化智力对员工创造力具有显著的正向影响（ $\beta = 0.239$ ）；模型 M2 中，元认知文化智力对心理资本具有显著的正向影响（ $\beta = 0.304$ ）；模型 M2 中，将元认知文化智力作为自变量对心理资本进行回归时，

可以发现新模型 F 值在 0.01 水平下显著 (Adj.R²=0.095, F=7=5.22***)。将模型 M3 和模型 M1 进行对比可以看到, 模型 M3 中, 增加了自变量心理资本, 模型的解释力度显著增加 18.4% ($\Delta R^2=0.184$, ΔF 在 0.01 水平下显著)。将自变量、中介变量同时引入回归方程, 中介变量影响显著, 回归系数为 0.147, 且自变量与因变量的回归系数为 0.195, 系数显著降低。因此, 表明心理资本在元认知文化智力与员工创造力之间起到了部分中介作用。结果如表 5.39 所示:

表 5.39 心理资本在元认知文化智力促进员工创造力关系中起中介作用

	因变量: 员工创造力	因变量: 心理资本	因变量: 员工创造力
	M1	M2	M3
控制变量			
性别	-0.101	-0.041	-0.095
不同年龄段	0.183**	0.092	0.169*
教育程度	0.039	-0.070	0.049
是否有出国经历	0.176**	0.026	0.172*
自变量			
元认知文化智力	0.239***	0.304***	0.195**
中介变量			
心理资本	--	--	0.147*
R ²	0.181***	0.110***	0.200***
Adj.R ²	0.168***	0.095***	0.184***
F	13.485***	7.522***	12.683***
ΔR^2			0.071***
ΔF			13.441***

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

②心理资本在认知文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用的检验

同理, 在控制了控制变量的基础上, 模型 M1 中, 认知文化智力对员工创造力具有显著的正向影响 ($\beta =0.108$); 模型 M2 中, 认知文化智力对心理资本具有显著的正向影响 ($\beta =0.187$); 模型 M2 中, 将元认知文化智力作为自变量对心理资本进行回归时, 可以发现新模型 F 值在 0.01 水平下显著 (Adj. R²=0.046, F=6.034**)。将模型 M3 和模型 M1 进行对比可以看到, 模型 M3 中, 增加了自变量心理资本, 模型的解释力度显著增加 4.4% ($\Delta R^2=0.044$, ΔF 在 0.05 水平下显著)。将自变量、中介变量同时引入回归方程, 中介变量影响显著, 回归系数为 0.188, 且自变量与因变量的回归系数为 0.072, 回归系数降低且不显著。因此, 表明心理资本在认知文化智力与员工创造力之间起到完全中介作用。结果如表

5.40 所示:

表 5.40 心理资本在认知文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用

	因变量: 员工创造力	因变量: 心理资本	因变量: 员工创造力
	M1	M2	M3
控制变量			
性别	-0.120*	-0.060	-0.108*
不同年龄段	0.206***	0.122*	0.183**
教育程度	0.091	-0.010	0.093
是否有出国经历	0.165*	0.003	0.164*
自变量			
认知文化智力	0.108*	0.187**	0.072
中介变量			
心理资本	--	--	0.188**
R ²	0.141***	0.060*	0.174***
Adj.R ²	0.126***	0.044*	0.158***
F	9.974***	3.861*	10.662***
ΔR ₂			0.044***
ΔF			8.164***

注: *P<0.05, **P<0.01, ***P<0.00

③心理资本在行为动机智力促进员工创造力的关系中起中介作用的检验

同理, 在控制了控制变量的基础上, 模型 M1 中, 动机文化智力对员工创造力具有显著的正向影响 ($\beta=0.226$); 模型 M2 中, 动机文化智力对心理资本具有显著的正向影响 ($\beta=0.238$); 模型 M2 中, 将动机文化智力作为自变量对心理资本进行回归时, 可以发现新模型 F 值在 0.01 水平下显著 (Adj.R²=0.066, F=5.389***)。将模型 M3 和模型 M1 进行对比可以看到, 模型 M3 中, 增加了自变量心理资本, 模型的解释力度显著增加 18.6% ($\Delta R^2=0.186$, ΔF 在 0.00 水平下显著)。将自变量、中介变量同时引入回归方程, 中介变量影响显著, 回归系数为 0.157, 且自变量与因变量的回归系数为 0.189, 回归系数显著降低。因此, 表明心理资本在动机文化智力与员工创造力之间起到了部分中介作用。结果如表 5.41 所示:

表 5.41 心理资本在行为动机智力促进员工创造力的关系中起中介作用

	因变量: 员工创造力	因变量: 心理资本	因变量: 员工创造力
	M1	M2	M3
控制变量			
性别	-0.120*	-0.066	-0.109*

续表 5.41 心理资本在行为动机智力促进员工创造力的关系中起中介作用

	因变量：员工创造力	因变量：心理资本	因变量：员工创造力
	M1	M2	M3
不同年龄段	0.201***	0.117*	0.183*
教育程度	0.075	-0.019	0.078
是否有出国经历	0.159*	0.009	0.158*
中介变量			
心理资本	--	--	0.157*
R ²	0.179***	0.081***	0.202***
Adj.R ²	0.165***	0.066***	0.186***
F	13.292***	5.389***	17.507***
ΔR ²			0.072***
ΔF			13.713***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

④心理资本在行为动机智力促进员工创造力的关系中起中介作用的检验

同理，在控制了控制变量的基础上，模型 M1 中，行为文化智力对员工创造力具有显著的正向影响 ($\beta=0.252$)；模型 M2 中，行为文化智力对员工创造力具有显著的正向影响 ($\beta =0.224$)；模型 M3 中，将行为文化智力作为自变量对心理资本进行回归时，可以发现新模型 F 值在 0.00 水平下显著 (Adj. R²=0.059, F=4.901***)。将模型 M3 和模型 M1 进行对比可以看到，模型 M3 中，增加了自变量心理资本，模型的解释力度显著增加 19.7% ($\Delta R^2=0.197$, ΔF 在 0.00 水平下显著)。将自变量、中介变量同时引入回归方程，中介变量影响显著，回归系数为 0.154，且自变量与因变量的回归系数为 0.217，回归系数显著降低。因此，表明心理资本在行为文化智力与员工创造力之间起到了部分中介作用。结果如表 5.42 所示：

表 5.42 心理资本在行为文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用

	因变量：员工创造力	因变量：心理资本	因变量：员工创造力
	M1	M2	M3
控制变量			
性别	-0.114*	-0.062	-0.105*
不同年龄段	0.173*	0.093	0.159*
教育程度	0.085	-0.005	0.086
是否有出国经历	0.165*	0.018	0.162*
自变量			
行为文化智力	0.252***	0.224***	0.217***

续表 5.42 心理资本在行为文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用

	因变量：员工创造力	因变量：心理资本	因变量：员工创造力
	M1	M2	M3
中介变量			
心理资本	--	--	0.154*
R ²	0.190***	0.074***	0.212***
ΔR ²			0.083***
ΔF			15.946***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

综上所述，心理资本在文化智力与员工创造力之间起到了中介作用，因此假设 H4 得到了验证。

5.3.5 创新动机的调节作用的假设检验

关于创新动机的调节作用，本研究将采用多元线性回归分析来进行检验。分别对自变量、调节变量进行中心化处理，把经过中心化或标准化处理的自变量和调节变量相乘来构造乘积项，然后使用多元线性回归分析检验调节变量创新动机。如果经过中心化处理的心理资本与调节变量创新动机的乘积项对员工创造力的回归系数 β 在 0.05 水平上显著，则表明创新动机起到调节效应。

(1) 创新动机在心理资本与员工创造力的关系间起调节作用的检验

首先，把性别、不同年龄段、教育程度和是否有出国经历作为控制变量，将员工创造力作为因变量，将创新动机和心理资本作为自变量进行回归。然后，在上述模型基础上加入创新动机和心理资本的乘积项作为调节变量，两次回归结果如表 5.43 所示：

表 5.43 创新动机的调节作用

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.1053*	-0.114*
不同年龄段	0.1803*	0.175**
教育程度	0.100	0.093
是否有出国经历	0.18633***	0.175**
自变量		
心理资本	0.152*	0.182**
创新动机	0.211***	0.201***

续表 5.43 创新动机的调节作用

调节变量	因变量：员工创造力	
	M1	M2
心理资本*创新动机	--	0.132*
R ²	0.211***	0.227***
Adj.R ²	0.195***	0.209***
ΔF		12.785***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

两次回归结果显示，在控制了控制变量，并且将自变量进行了标准化处理的基础上，模型 M1 中，调整后 R² 为 0.211，F 值在 0.001 水平下显著；模型 M2 中，调整后 R² 的值为 0.227，F 值在 0.001 水平下显著。模型 M1 与 M2 对比可以看到， $\Delta R^2=0.098$ ， $\Delta F=12.785^{***}$ ，增加了调节项之后模型解释力度增加了 20.9%。且交互项回归系数为 0.132， $p<0.05$ ，回归系数显著，说明创新动机对心理资本与员工创造力关系之间起到显著的正向调节作用。

Cohen 等（2003）认为，可以分别以高于均值一个标准差和低于均值一个标准差为基准区分为高/低心理资本和高/低创新动机来显示调节效应。创新动机调节心理资本对员工创造力影响的趋势如图 5.1 所示：

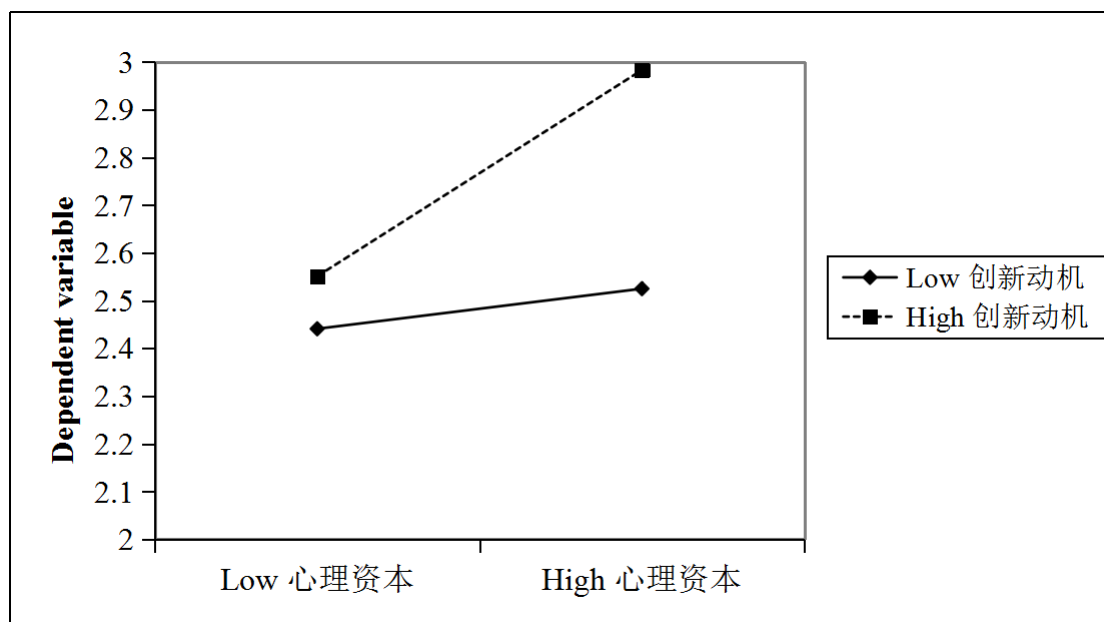


图 5.1 创新动机对心理资本与员工创造力关系的调节效应趋势图

总的来说，创新动机并没有改变心理资本影响员工创造力的方向。无论创

新动机的得分高低，员工创造力随着心理资本程度的升高而增加，并且增加的幅度不同。对于创新动机较高的员工，心理资本对员工创造力的正向影响强于那些创新动机较低的员工。

(2)创新动机在心理资本的各维度与员工创造力的关系间起调节作用的检验

依据上述程序依次对创新动机在心理资本的自信、希望、乐观和坚韧等四个维度与员工创造力的关系中起调节作用进行验证。结果如表 5.44、5.45、5.46 和 5.47 所示：

①创新动机在自信与员工创造力的关系间起调节作用的检验

同理，两次回归结果显示，在控制了控制变量，并且将自变量进行了标准化处理的基础上，模型 M1 中，调整后 R² 为 0.200，F 值在 0.001 水平下显著；模型 M2 中，调整后 R² 的值为 0.209，F 值在 0.001 水平下显著。模型 M1 与 M2 对比可以看到， $\Delta R^2=0.097$ ， $\Delta F=12.673^{***}$ ，增加了调节项之后模型解释力度增加了 20.9%。且交互项回归系数为 0.107， $p<0.05$ ，回归系数显著，说明创新动机对自信与员工创造力关系之间起到显著的正向调节作用。结果如表 5.44 所示：

表 5.44 创新动机在自信与员工创造力关系间起调节作用

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.103*	-0.114*
不同年龄段	0.172**	0.164*
教育程度	0.098	0.091
是否有出国经历	0.188***	0.179**
自变量		
自信	0.169*	0.190***
创新动机	0.208***	0.200***
调节变量		
自信*创新动机	--	0.107*
R ²	0.216***	0.227***
Adj.R ²	0.200***	0.209***
F	13.943***	12.677***
ΔR^2		0.097***
ΔF		12.673***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

同理，创新动机调节自信对员工创造力影响的趋势如图 5.2 所示：

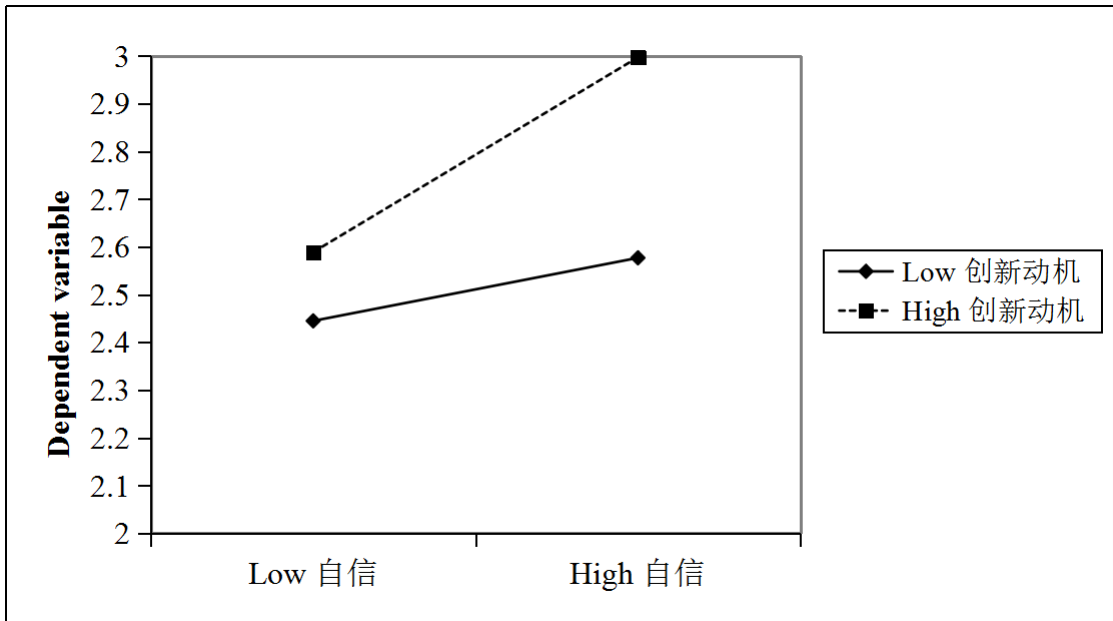


图 5.2 创新动机对自信与员工创造力关系的调节效应趋势图

总的来说，创新动机并没有改变自信影响员工创造力的方向。无论创新动机的得分高低，员工创造力随着自信程度的升高而增加，并且增加的幅度不同。对于创新动机较高的员工，自信对员工创造力的正向影响强于那些创新动机较低的员工。

②创新动机在希望与员工创造力的关系间起调节作用的检验

同理，两次回归结果显示，在控制了控制变量，并且将自变量进行了标准化处理的基础上，模型 M2 中，交互项回归系数为 0.102， $p=0.053$ ，回归系数不显著，说明希望对心理资本与员工创造力关系之间不起显著的调节作用。结果如表 5.45 所示：

表 5.45 创新动机在希望与员工创造力关系间起调节作用

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.108*	-0.113*
不同年龄段	0.186**	0.185**
教育程度	0.100	0.176
是否有出国经历	0.182**	0.098**
自变量		
希望	0.110*	0.131*
创新动机	0.225***	0.216***

续表 5.45 创新动机在希望与员工创造力关系间起调节作用

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
调节变量		
希望*创新动机	--	0.102
Adj.R ²	0.185***	0.193***
F	12.759***	11.574***
ΔR ²		0.081***
ΔF		10.431***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

③创新动机在乐观与员工创造力的关系间起调节作用的检验

两次回归结果显示，在控制了控制变量，并且将自变量进行了标准化处理的基础上，模型 M1 中，调整后 R² 为 0.194，F 值在 0.001 水平下显著；模型 M2 中，调整后 R² 的值为 0.204，F 值在 0.001 水平下显著。模型 M1 与 M2 对比可以看到，ΔR²=0.093，ΔF=12.035***，增加了调节项之后模型解释力度增加了 20.4%。且交互项回归系数为 0.115，p<0.05，回归系数显著，说明创新动机对乐观与员工创造力关系之间起到显著的正向调节作用。结果如表 5.46 所示：

表 5.46 创新动机在乐观维度与员工创造力关系间起调节作用

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.104*	-0.103*
不同年龄段	0.190***	0.191***
教育程度	0.105*	0.094
是否有出国经历	0.182**	0.173**
自变量		
乐观	0.145*	0.168*
创新动机	0.219***	0.216***
调节变量		
乐观*创新动机	--	0.115*
R ²	0.210***	0.222***
Adj.R ²	0.194***	0.204***
F	13.448***	12.364***
ΔR ²		0.093***
ΔF		12.035***

注：*P<0.05，**P<0.01，***P<0.001

同理，创新动机调节乐观对员工创造力影响的趋势如图 5.3 所示：

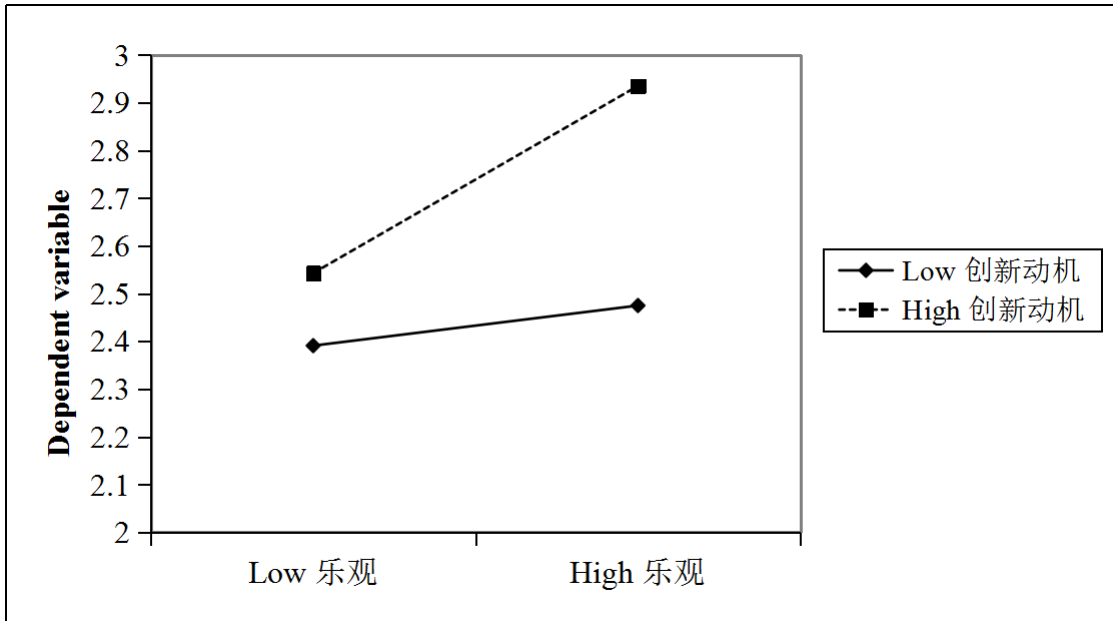


图 5.3 创新动机对乐观与员工创造力关系的调节效应趋势图

总的来说，创新动机并没有改变乐观影响员工创造力的方向。无论创新动机的得分高低，员工创造力随着乐观程度的升高而增加，并且增加的幅度不同。对于创新动机较高的员工，乐观对员工创造力的正向影响强于那些创新动机较低的员工。

④创新动机在坚韧与员工创造力的关系间起调节作用的检验

两次回归结果显示，在控制了控制变量，并且将自变量进行了标准化处理的基础上，模型 M1 中，调整后 R 为 0.181，F 值在 0.001 水平下显著；模型 M2 中，调整后 R 的值为 0.195，F 值在 0.01 水平下显著。模型 M1 与 M2 对比可以看到， $\Delta R^2=0.084$ ， $\Delta F=10.731^{***}$ ，增加了调节项之后模型解释力度增加了 19.5%。且交互项回归系数为 0.132， $p<0.05$ ，回归系数显著，说明创新动机对坚韧与员工创造力关系之间起到显著的正向调节作用。结果如表 5.47 所示：

表 5.47 创新动机在坚韧与员工创造力关系间起调节作用

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
控制变量		
性别	-0.113*	-0.129*
不同年龄段	0.192***	0.186**

续表 5.47 创新动机在坚韧与员工创造力关系间起调节作用

	因变量：员工创造力	
	M1	M2
教育程度	0.100	0.096
是否有出国经历	0.197***	0.191***
坚韧	0.085	0.113*
创新动机	0.230***	0.223***
调节变量		
坚韧*创新动机	--	0.132*
R ²	0.197***	0.213***
Adj.R ²	0.181***	0.195***
F	12.409***	11.721***
ΔR ²		0.084***
ΔF		10.731**

注：*P<0.05, **P<0.01, ***P<0.001

同理，创新动机调节坚韧对员工创造力影响的趋势如图 5.4 所示：

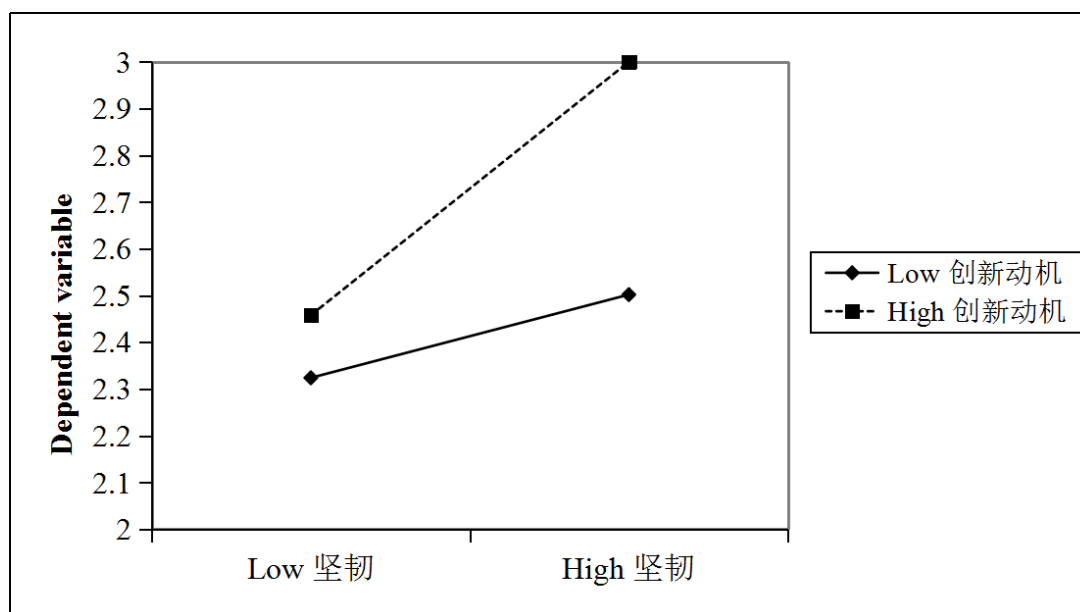


图 5.4 创新动机对坚韧与员工创造力关系的调节效应趋势图

总的来说，创新动机并没有改变坚韧影响员工创造力的方向。无论创新动机的得分高低，员工创造力随着坚韧程度的升高而增加，并且增加的幅度不同。对于创新动机较高的员工，坚韧对员工创造力的正向影响强于那些创新动机较低的员工。

综合上述分析，创新动机对员工创造力具有一定的积极影响，具有部分调节作用，假设 H5 得到了验证。

5.3.6 假设检验结果汇总

本研究共提出五大研究假设，经过实证研究五大假设均得到验证。本研究所有假设检验结果汇总如表 5.48 所示：

表 5.48 研究假设检验结果汇总表

序号	内容	检验结果
H1	文化智力与员工创造力正相关。	成立
H2	文化智力与心理资本正相关。	成立
H3	心理资本与员工创造力正相关。	成立
H4	心理资本在文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用。	成立
H5	创新动机在心理资本与员工创造力的关系间起正向调节作用。	成立

5.4 讨论与发现

本文试图通过建立理论模型来研究文化智力与员工创造力之间的关系，提出了五大假设，利用问卷进行实证分析，下面针对这五大假设分别进行讨论：

(1) 文化智力对员工创造力影响的实证结果解释

本研究验证了文化智力与员工创造力正相关 ($\beta=0.261$, $p<0.001$)。并且，文化智力的四个维度元认知文化智力 ($\beta =0.239$, $p<0.001$)、认知文化智力 ($\beta =0.108$, $p<0.001$)、动机文化智力 ($\beta =0.226$, $p<0.001$) 和行为文化智力 ($\beta =0.252$, $p<0.001$) 也分别与员工创造力正相关。这个结果和 Scott (1994)、Sagive 等 (1995)、M De Stobbelir(2013)等、Cerne(2015)等的研究结论相似：即元认知文化智力、认知文化智力和行为文化智力与员工创造力存在正向相关关系。并且，本研究还验证了动机文化智力与员工创造力也正相关，这是对前人研究的一个补充。本文验证了文化智力的整体及各维度可以成为员工创造力的前因变量，文化智力与员工创造力之间存在关联性。

(2) 文化智力对心理资本影响的实证结果解释

研究验证了文化智力与心理资本正相关 ($\beta =0.301$, $p<0.001$)。并且，文化智力的四个维度元认知文化智力 ($\beta =0.304$, $p<0.01$)、认知文化智力 ($\beta =0.187$, $p<0.01$)、动机文化智力 ($\beta=0.238$, $p<0.001$) 和行为文化智力 ($\beta =0.224$, $p<0.001$) 也分别与心理资本正相关，以及文化智力的各维度也与心理资

本各维度正相关。这个结果和 Templer(2006)的研究结论相似：即文化智力高的人往往更能适应新的文化环境，进而更容易获得积极的心理状态，较为自信，为未来充满希望、性格乐观和具有坚韧性。本文验证了文化智力的整体及各维度可以成为心理资本的前因变量，文化智力与心理资本之间存在关联性。

(3) 心理资本对员工创造力影响的实证结果解释

研究验证了心理资本与员工创造力正相关 ($\beta = 0.201$, $p < 0.001$)。并且，心理资本的四个维度自信 ($\beta = 0.218$, $p < 0.001$)、希望 ($\beta = 0.155$, $p < 0.05$)、乐观 ($\beta = 0.186$, $p < 0.001$) 和坚韧 ($\beta = 0.129$, $p < 0.05$) 也分别与心理资本正相关。这个结果和 Tierney(2002)等、Richter(2007) 等的研究结论相似：即自信(自我效能感)对员工创造力起到显著的影响作用。同时，本研究还验证了心理资本的希望、乐观和坚韧等另外三个维度对员工创造力也具有显著的正向影响，这是对前人研究的一个补充。本文验证了心理资本的整体及各维度可以成为员工创造力的前因变量，心理资本与员工创造力之间存在关联性。

(4) 心理资本中介作用的实证结果解释

研究验证了心理资本在文化智力和员工创造力之间起部分中介作用，与只有文化智力作为自变量相比 ($\beta = 0.261$, $p < 0.001$)，以文化智力和心理资本作为自变量，员工创造力的回归系数 β 下降到 0.219, $p < 0.001$ ，中介变量心理资本影响显著 ($\beta = 0.138$, $p < 0.05$)，证明心理资本起部分中介效应。并且，还验证了心理资本在文化智力的四个维度与员工创造力之间也起到中介作用。自 Luthans 等(2004)将心理资本(psychological capital) 概念从经济学引入积极组织行为学(Positive Organizational Behavior, POB)以来，心理资本的相关研究正逐步成为组织行为学的主流议题。本文受到前人研究的启示，以心理资本作为中介变量，对心理资本在自变量与结果变量关系之间的中介效应进行检验，构建研究的理论模型。并且，实证结果验证了模型的中介效应，即心理资本在文化智力与员工创造力之间起到中介作用。

(5) 创新动机调节作用的实证结果解释

研究验证了创新动机在心理资本和员工建言行为之间起正向调节作用，心理资本 ($\beta = 0.189$, $p < 0.01$)、创新动机 ($\beta = 0.206$, $p < 0.001$) 是显著影响员工创造力的，在把交互项心理资本 \times 创新动机纳入回归方程后，交互项的回归系数是 0.132, $p < 0.05$ ，证明调节效应是存在的。并且，还验证了创新动机在心理资本的两个维度(乐观和坚韧)与员工创造力的关系间起正向调节作用。

此研究结论和 Torrance (1958) 和 Amabile (1993) 的研究结果相似：即创造动机是促使个体潜在的创造力转化为现实的创造性行为和成果的动力，创新动机对员工创造力具有显著的正向影响。

5.5 本章小结

本章主要是对正式测试的数据进行统计分析，分为 5 个部分：（1）首先对样本进行描述性统计分析，包括性别、年龄、教育程度、是否有出国经历等；（2）然后对量表进行信度和效度检验，使用验证性因子分析法，验证各个量表的聚合效度和区分效度，采用信度分析，检验量表的 Cronbach' s α 系数值，检验量表的内部一致性；（3）使用独立样本 T 检验和单因素方差分析法检验人口统计变量对心理资本、员工创造力是否有显著影响；（4）使用 Pearson 相关分析法对变量之间的相关关系，并且使用多元线性回归分析法对变量之间的因果关系进行分析，检验本研究提出的研究假设是否成立。（5）最后，对实证结果做了解释。

第六章 结论和展望

6.1 研究结论

本文研究文化智力与心理资本、员工创造力之间的关系；以心理资本作为中介变量，对文化智力与员工创造力的关系进行分析；解释了创新动机在文化智力影响员工创造力的作用机制中的调节作用，本研究的理论模型得以构建，通过对实证数据进行分析，模型得到了检验。现总结如下：

(1) 文化智力与员工创造力正相关

本研究对文化智力与员工创造力关系的假设进行检验，结果说明文化智力的整体及各维度与员工创造力均正相关。文化智力的提高对员工创造力的提升有促进作用。

此次研究有助于从文化的层面了解个体创造力。研究显示，文化智力可以作为员工创造力的前因变量，这对于员工创造力问题的研究具有重大的意义。研究进一步的从文化智力的四个维度（元认知文化智力、认知文化智力、动机文化智力和行为文化智力）来验证对员工创造力的影响，发现文化智力的每一个维度对创造力的产生有重要影响。这一研究发现与 Sternberg（2003）提出的创造力的三侧面模型相吻合。并且，本研究的结果提示我们可以关注个体的心理资源对员工创造力的影响，从而提高员工创造力，这也符合 Sternberg 和 Lubart（2003）的投资理论的逻辑，即当智力、知识、思维风格、动机和环境等心理因素协同出现时，才能产生创造力。本研究很好的验证了智力是产生创造力的影响因素。

(2) 文化智力与心理资本正相关

对文化智力影响心理资本的假设进行检验，结果证实了文化智力与心理资本正相关，并且文化智力与心理资本的所有维度之间的相关关系都通过了检验。本文将心理资本作为中介变量对其进行研究，这是一种新的尝试，符合心理资本研究的发展趋势，并且实证结果证明，这种尝试获得了成功。实证结果证明文化智力可以作为心理资本的前因变量。

探索心理资本的前因变量，可以进一步的使人们对心理资本的中介效应加深理解。为了避免单一化的研究层次和文化背景，研究引入了多层次、跨文化的研究方法。心理资本效应存在和发生机制和边界条件将受到不同层次的变量以及特定的文化甚至制度背景的影响，因为它的相关变量并不是总处于同一水平上。因此，通过采用多层次、跨文化的研究方法，心理资本效应研究的系统性能够得到

增强，能够从全新的角度对心理资本效应的条件有所认识，从而更高层次的现象的微观基础得以奠定。

研究表明，拥有较高文化智力的人往往具有更多不同文化的经历及教育背景，能够在与自己不同文化背景的人接触交流时，敏锐地意识到对方的偏好，并在交流过程中或之后及时调整自己相应的文化知识模型及行为。因此文化智力高的人往往更能适应新的文化环境，进而更容易获得积极的心理状态，较为自信，为未来充满希望、性格乐观和具有坚韧性。这也符合 20 世纪 90 年代美国心理学学会前任主席 Seligman 提出的积极心理学理论。

(3) 心理资本与员工创造力正相关

对心理资本影响员工创造力的假设进行检验。结果证实，心理资本的整体及其四个维度（自信、希望、乐观和坚韧）与员工创造力正相关。这一研究结果 Tierney(2002)和 Richter(2007)的研究结论相似，即员工创造力自我效能感（自信）对创造力绩效具有显著的正向影响。并且，本研究进一步的验证了心理资本的其他三个维度（希望、乐观和坚韧）对员工创造力也具有显著的正向影响，这是对前人研究的补充，是对心理资本与员工创造力关系研究的改进。研究显示，提高员工创造力可以从增强个人的心理资本来实现。

(4) 心理资本在文化智力促进员工创造力的关系中起中介作用

研究结果显示，在控制被试的年龄段、是否有出国经历等人口统计学变量的影响后，心理资本的中介效应仍然显著，即心理资本在文化智力与员工创造力之间关的系中起中介作用。心理资本在文化智力和员工创造力之间起部分中介作用。具体到文化智力的四个维度（元认知文化智力、认知文化智力、动机文化智力和行为文化智力），心理资本在文化智力个维度与员工创造力之间的中介作用均得到证实，即元认知文化智力、认知文化智力、动机文化智力和行为文化智力均通过心理资本的中介作用影响员工创造力。

将心理资本作为中介变量来解释文化智力与员工创造力之间的关系，构建新的理论模型，是对心理资本理论和实证研究的一种新的尝试，并且研究结果证明这一尝试取得了成功。研究表明，心理资本中介效应的研究开启了文化智力对员工创造力影响机制的黑盒子，是对机制影响过程的内部细节的补充，为研究心理资本前因变量提供了一些直接的文献参考，以及对模型的构建带来了启示。

(5) 创新动机在心理资本与员工创造力的关系间起正向调节作用

研究结果显示，创新动机正向调节心理资本对员工创造力的影响。具体到心

理资本的四个维度（自信、希望、乐观和坚韧），创新动机对心理资本的各维度与员工创造力之间的调节作用的检验，结果显示创新动机在心理资本的自信和希望两个维度与员工创造力的关系间起正向调节作用的假设不成立，而创新动机在心理资本的乐观和坚韧维度与员工创造力的关系间起正向调节作用的假设成立。

在之前的研究中，Torrance（1958）强调了创造动机的内在动机。他认为，创造性动机主要包括好奇心，好奇心，发现能力和问题敏感性。Amabile（1993）专注于创作过程中的工作动机。她认为，创作过程中的任务、快乐、挑战、社会性和报酬等是工作中的动机因素；还要研究人员认为，好奇心、兴趣、需求、理想和信念是影响创造力的内在动力因素，社会需求，内部竞争机制，科技奖励制度，专利制度等是影响创造的外部动机因素。从理论的角度而言，目前虽有研究证实了创造动机对创造力的影响，但对于创造动机在文化智力和员工创造力关系间的调节作用，尚未有提及，因此本研究探讨创造力的调节作用亦是对现有理论的补充。

根据 Luthans 等人(2007)的观点，认为心理资本由四种积极的心理状态组成：即自信或自我效能、希望、乐观和坚韧性。一方面，心理资本是管理和调整其他心理资源以获得满意结果的关键性基础资源，它符合 POB 标准的综合能力和关键资源理论 (Resource- Based View)；另一方面，心理资本的各组成部分是相关影响、协同作用的，心理资本的总体效应大于各个组成部分作用的总和，这与多成多元资源理论 (Multiplecomponent Resource Theories) 相符。本研究也显示，虽然创新动机对心理资本与员工创造力之间起调节作用。但是，具体到创新动机对心理资本的各维度与员工创造力之间的调节作用并不是全部都显著，这也与多元资源理论 (Multiplecomponent Resource Theories) 相符合，也就是说，心理资本作为一个整体的作用大于各个组成部分的作用之和。因此，虽然心理资本的四个维度（自信、希望、乐观和坚韧）都可以预测员工创造力，但它们对员工创造力的影响，可能只是叠加效应而无调节关系。

6.2 研究的理论贡献

本研究以心理资本为自变量、心理资本为中介变量、员工创造力为因变量、创新动机为调节变量，在理论推导的基础上，使用经典量表并采用配对方法进行问卷调查，多数假设得到了支持，总体来看，得到的结论可以总结为三个方面的理论贡献：一是发现了文化智力对员工创造力的正向影响；二是发现了心理资本在文化智力与员工创造力关系中的中介效应；三是发现了创新动机对心理资本的

整体及两个维度（乐观和坚韧）和员工创造力关系的调节作用。

（1）发现文化智力对员工创造力的正向影响，丰富了员工创造力的前因变量。本研究采用跨文化的研究方法来探寻文化智力与员工创造力之间的关系。这是一个较新的研究问题，是对文化智力研究领域的拓展。

根据创造力内隐理论（Implicit Theory）所说，创造力以某种形式存在于人们的头脑之中，因此只需去个体发现即可。本研究从个体层面发掘文化智力与员工创造力的相关关系，它也符合 Sternberg（2003）的创造力三侧面模型，它从三个方面（智力、智力风格与人格）解释了创造力产生的心理过程。三侧面模型的每一面都包含许多对创造力产生造成重大影响的子因素。三侧面模型可以任意形式组合，创造无限的创造力。本研究围绕智力和智力风格，集中在文化智力因素，发现文化智力是形成创造力的影响因素。这一发现是对创造力内隐理论（Implicit Theory）及 Sternberg（2003）的创造力三侧面模型的补充，具有一定的理论贡献性，这是本论文的创新之一。

（2）发现了心理资本在文化智力与员工创造力之间的中介作用，这是一种新的尝试。在以往的研究中，学者们采用实证研究的方法对心理资本进行了关注，检验了建构的心理资本理论，同时也提供了心理资本的开发研究的合法性基础和经验。此外，学者们对心理资本的实证研究积累了许多的成果，心理资本逐渐成为组织行为学的主流话题。在受到前人研究的启示后，本研究开展对心理资本中介效应的实证研究，研究结果显示本研究的假设成立。心理资本中介效应的研究开启了文化智力对员工创造力影响机制的黑盒子，是对机制影响过程的内部细节的补充，为研究心理资本前因变量提供了一些直接的文献参考，以及对模型的构建带来了启示。因此，本研究具有一定的理论创新性及实证研究意义，这是本论文的创新之二。

（3）发现了创新动机对心理资本的整体和三个维度（自信、乐观和坚韧）与员工创造力关系的调节作用。这一发现拓展了员工创造力的前因变量研究，同时也佐证了 Torrance（1958）的观点，即创造动机是创造性行为的驱动力，促使个体潜在创造力转化为现实的结果，它包括认知和情感成分。

从理论的角度而言，以往关于心理资本对员工创造力影响的研究较少，而创新动机在其中的调节作用尚未涉及。本研究补充了创新动机在心理资本与员工创造力影响机制中调节作用的解释，扩展了心理资本与创新动机之间交互效应的研究，并对员工的创造性前因变量研究进行了改进和补充。。

研究显示，在创新动机对心理资本的各维度与员工创造力之间的调节作用的检验中，创新动机在心理资本的自信维度与员工创造力的关系间起正向调节作用

的假设不成立，而创新动机在心理资本的自信、乐观和坚韧等三个维度与员工创造力的关系间起正向调节作用的假设成立。这个结果与 Luthans 等人(2007)的积极心理学理论相吻合，即心理资本的各组成部分之间起着协同作用，即整体效应大于各个组成部分的作用总和，这与多元资源理论(Multiplecomponent Resource Theories) 相符合。因此，本研究调节效应的发现是对前人理论的验证和补充，这是本论文的创新之三。

6.3 研究的管理学启示

管理学研究的对象是人，具体来说是人的行为。文化智力、心理资本是人的心理及人格表现，员工创造力是人的行为表现。本文从个体层面研究文化智力、心理资本和员工创造力之间的关系。依据本研究的结果，提出以下三方面的管理建议：

(1) 组织可以通过提高文化智力来促进员工创造力的提升。研究结果显示，文化智力的整体及各维度均正向影响员工创造力。因此，组织可以通过改善文化智力来促进员工的创造力。文化智力受到年龄及相关跨文化经历等因素的影响，因此组织可以针对不同年龄段的员工制定不同的跨文化培训及工作安排，比如派送员工到不同地区、不同类型的企业进行交流学习，外出公干，甚至是定期组织员工外出旅游等，让员工有更多的机会接触不同的文化环境，感受跨文化交流的快乐，从而激发员工的创造力。

(2) 组织应该把创造性的工作交给心理发展状态和心理素质较好的员工。研究结果显示，心理资本的整体及各维度对员工创造力具有正向影响作用。个体所拥有的积极心理资源或状态，有利于员工形成较为稳定的个性特征。一般来说，较为自信的员工，面对事物时有较强的信念，能够以积极的心态去面对困难，从而有着强烈的愿望和实现目标的积极动机状态，以乐观和坚韧的态度完成任务。

因此，通过观察及对员工的测评，甄选出心理状态较好的员工进行组织培养，将重要的工作安排给这样的人来做，其会产生更多的创新性行为，对组织的影响不言而喻。

(3) 激发员工的创新动机能够强化组织的创新活动。研究显示，创新动机在心理资本与员工创造力的关系间起调节作用。因此，组织可以制定相应的激励政策鼓励员工创新，包括荣誉、薪酬、奖励等。当然，针对特定员工，也可以采取特殊的激励措施，以满足其特定的心理需求。总体来说，制定激励政策时，以满足员工的愉悦动机、挑战动机、关系动机、报酬动机为主要目标，激发员工的

创新动机，从而促进员工的创造力。

6.4 研究的局限性和展望

6.4.1 研究的局限性

研究虽然使用了经典量表、配对数据等方式，确保了研究的信度和效度，但仍然存在以下几方面局限：

（1）样本选择的局限性。由于时间、精力及社会资源的限制，研究取样均在中国的广西壮族自治区，且以百色市为主要取样地，若考虑到广西地处中国西南边陲，经济较为落后，特别是百色地区，具有老少边山穷（革命老区、少数民族地区、边疆地区、山区、贫困地区）的特点，员工主动性稍差，但与沿海地区而言，民风则较为淳朴，而广西的企业及其员工必然受到前述环境的影响，因此，本研究的结果是基于广西数据而得到，结论是否能在其他地区使用尚需验证。

（2）本研究采用的是横截面研究方法，所有数据的收集均在一个时间段，数据可以很好地解释变量之间的相关关系，但是在因果关系上解释力较弱。

（3）由于受到时间、人力和物力等条件的限制，本研究均引用的是现有学者对相关概念的定义及量表，对前人的研究缺乏批判性的思维，本研究缺乏对概念的定义及量表开发方面的突破进展。

6.4.2 未来研究的展望

考虑到研究的局限，未来可以从三个方面开展后续研究：

（1）依据本研究的设计，在有明显特色的不同地域分别进行抽样，以观察结果是否显著并分析特定区域情景对心理资本与员工创造力关系的影响。

（2）今后的同类研究可以考虑采取纵向研究，对相关研究进行后续研究，收集纵向数据，更严格的对研究问题的因果关系进行检验。也可以考虑采用实验方法，论证因果关系。

（3）在未来的研究中，尝试带着批判性的思维来重新定义相关概念和开发更加切合中国情境的研究量表，进一步的加深研究。

参考文献

- 陈晓. (2006). *组织创新氛围影响员工创造力的过程模型研究*. 硕士论文, 浙江大学.
- 段联合. (2011). *诚信领导、组织创新气氛、员工创造力的影响机制研究*. 博士论文, 武汉大学.
- 段锦云、田晓明、王先辉. (2013). 情绪智力对员工创造力的影响. *科研管理*, 34 (8), 106—114.
- 段文杰. (2014). 正念研究的分歧: 概念与测量. *心理科学进展*, 2014, 22 (10), 1616—1627.
- 杜娟、赵曙明. (2012). 心理资本与个人绩效的关系研究——基于管理者心理契约的调节效应分析. *经济与管理研究*, (10), 105—112.
- 杜旌、王丹妮. (2009). 匹配对创造性的影响: 集体主义的调节作用. *心理学报*, 41, 980—988.
- 冯冬冬、陆昌勤、萧爱玲. (2008). 工作不安全感与幸福感、绩效的关系: 自我效能感的作用. *心理学报*, 40, 448—455.
- 弗雷德·卢森斯等. (2007). *心理资本: 打造人的竞争优势*. 北京: 中国轻工业出版社.
- 郭凌婕. (2011). 西方文化智力研究述评. *佛山科学技术学院学报*, (29), 85—88.
- 高中华、李超平. (2009). 文化智力研究评述与展望. *心理科学进展*, (17), 180—188.
- 高中华、赵晨、李超平等. (2012). 高科技企业知识员工心理资本对其离职意向的影响研究——基于资源保存理论的调节中介模型. *中国软科学*, (3), 138—148.
- 关莹. (2008). *组织公平对员工创造力影响研究*. 硕士论文, 上海交通大学.
- 顾远东、彭纪生. (2010). 组织创新氛围对员工创新行为的影响: 创新自我效能感的中介作用. *南开管理评论*, 13, 30—41.
- 韩翼、杨百寅. (2011). 真实型领导、心理资本与员工创新行为: 领导成员交换的调节作用. *管理世界*, (12), 78—86, 188.
- 侯二秀、陈树文等. (2012). 知识员工心理资本对创新绩效的影响: 心理契约的中介. *科学与科学技术管理*, 33 (6), 149—155.

- 黄四林. (2005). 创造力的内隐理论研究: 源起与现状. *心理科学进展*, 13(6), 715-720.
- 胡三嫚、佐斌. (2007). 工作不安全感及其对工作压力感、工作满意感和绩效的影响. *中国临床心理学杂志*, 15, 142 - 145.
- 柯江林、孙健敏. (2014). 心理资本对工作满意度, 组织承诺与离职倾向的影响. *经济与管理研究*, (1), 121-128.
- 柯江林、孙健敏、李永瑞. (2009). 心理资本: 本土量表的开发及中西比较. *心理学报*, 41(9), 875-888.
- 江红艳、孙配贞、何浏. (2012). 工作资源对企业研发人员工作投入影响的实证研究——心理资本的中介作用. *科技进步与对策*, 29(6), 137-141.
- 雷星晖、单志汶、苏涛永等. (2015). 谦卑型领导行为对员工创造力的影响研究. *管理科学*, 28(2), 115-125.
- 李东方、罗瑾琏、黄良志. (2013). 领导反馈对员工创造力的影响研究——基于心理资本的中介效应. *华东经济管理*, 2013, 27(11), 121-126.
- 李磊、尚玉钊、席酉民等. (2012). 变革型领导与下属工作绩效及组织承诺: 心理资本的中介作用. *管理学报*, 9(5), 685-691.
- 李晓艳. (2012). 在华留学生文化智力对其跨文化适应的影响研究. *管理学报*, (12), 1779-1785.
- 李霞、张伶、谢晋宇. (2011). 组织文化的影响: 心理资本的中介作用. *华南师范大学学报: 社会科学版*, (6), 120-126.
- 李晓艳、周二华. (2012). 顾客言语侵犯对服务人员离职意愿的影响研究: 心理资本的调节作用. *南开管理评论*, 15(2), 39-47, 69.
- 李永周、王月、阳静宁. (2015). 自我效能感、工作投入对高新技术企业研发人员工作绩效的影响研究. *科学学与科学技术管理*, 36(2), 173-180.
- 刘云、石金涛. (2010). 组织创新气氛对员工创新行为的影响过程研究——基于心理授权的中介效应分析. *中国软科学*, (3), 113 - 124.
- 吕丽峰. (2006). *知觉领导支持对知识型员工创造力的影响*. 硕士论文, 河南大学.

- 马大卫. (2016). 文化智力对跨文化适应的影响机制研究——基于跨文化心理适应的视角. *理论与改革*, (03), 163-168.
- 潘静州. (2013). 龙生龙, 凤生凤? 领导创新性工作表现对下属创造力的影响. *心理学报*, 45(10), 429-433.
- 彭彦琴、居敏珠. (2013). 正念机制的核心: 注意还是态度. *心理科学*, 36(4), 1009-1013.
- 钱晓桦、杨百寅、迟巍. (2014). 心理资本与区域创新活动: 来自我国地级市的实证研究. *中国软科学*, (2), 179-192.
- 任皓、温忠麟、陈启山等. (2013). 工作团队领导心理资本对成员组织公民行为的影响机制: 多层次模型. *心理学报*, 45(1), 82-93.
- 宋慧俐. (2011). 创造力研究综述. *赤峰学院学报*, (27), 192-194.
- 宋晓辉、施建农. (2005). 创造力测量手段——同感评估技术(CAT)简介. *心理科学进展*, 13(6), 739-744.
- 孙彦玲、杨付、张丽华. (2012). 创造力自我效能感与员工创新行为的关系: 一个跨层分析. *经济管理*, 34(11), 84-92.
- 孙雍君、斯腾伯格. (2000). 创造力理论述评. *自然辩证法通讯*, 22(1), 29-35.
- 苏勇、王淼、李辉. (2011). 工作设计对员工知识共享行为影响研究: 以心理资本为中介变量. *软科学*, 25(9), 75-80.
- 隋杨、王辉、岳旖旎等. (2012). 变革型领导对员工绩效和满意度的影响: 心理资本的中介作用及程序公平的调节作用. *心理学报*, 44(9), 1217-1230.
- 唐宁玉. (2011). 文化智力的构思和准则关联效度研究. *心理科学*, (33), 485-489.
- 唐宁玉、洪媛媛. (2005). 文化智力: 跨文化适应能力的新指标. *中国人力资源开发*, (12), 11-13.
- 温忠麟、侯杰泰、张雷. (2005). 调节效应与中介效应的比较和应用. *心理学报*, 37(2), 268-274.
- 王国保. (2011). *中国文化因素对知识分享、员工创造力的影响研究*. 博士论文, 浙江大学.

- 王端旭、洪雁. (2010). 领导支持行为促进员工创造力的机理研究. *南开管理评论*, (04), 109-114.
- 王泽宇 (2013). 基于外派学者的文化智力、文化新颖性与跨文化适应研究. *管理学报*, (03), 384-389.
- 王智宁. (2016). 创造力研究述评: 概念、测量方法和影响因素. *中国矿业大学学报*, (1), 55-67.
- 王雁飞、朱瑜 (2007). 心理资本理论与相关研究进展. *外国经济与管理*, 29(5):32-39.
- 田喜洲、谢晋宇 (2010). 企业员工心理资本结构维度的关系研究. *北京理工大学学报*, 12(2), 56-58.
- 田喜洲、谢晋宇. (2010). 组织支持感对员工工作行为的影响: 心理资本中介作用的实证研究. *南开管理评论*, 13(1), 23-29.
- 田友谊. (2004). 国外创造力理论研究新进展. *理论经纬*, (1), 14-17.
- 武欣、张厚粲. (1997). 创造力研究的新进展. *北京师范大学学报 (社会科学版)*, 139(1), 13-18.
- 徐雪芬、辛涛. (2013). 创造力测量的研究取向和新进展. *清华大学教育研究*, 34(1), 54-63.
- 姚艳虹、李扬帆、夏敦. (2014). 领导者不当督导对员工创新行为的影响研究. *管理学报*, 11(8), 1177-1183.
- 杨洁. (2011). *组织创新鼓励对员工创造力的影响: 角色认同和效能信念的中介作用*. 博士学位论文, 南京大学.
- 闫艳玲、周二华、刘婷. (2014). 职场排斥与反生产行为: 状态自控和心理资本的作用. *科研管理*, 35(3), 82-90.
- 叶新风、李新春、王智宁. (2014). 安全氛围对员工安全行为的影响——心理资本中介作用的实证研究. *软科学*, 2014, 28(1):86-90.
- 杨万芹. (2013). *在华外资企业中方经理文化智力对跨文化胜任力的影响作用*. 硕士学位论文, 华东理工大学.
- 杨元飞、雷星晖. (2015). 员工创造力研究的文献计量分析. *情报探索*, (07), 163-168.

- 赵晨、高中华. (2014). 员工政治自我效能对组织公民行为的影响研究. 心理资本的调节作用. *心理科学*, 37 (3), 729—734.
- 张铭、胡祖光等. (2012). 企业家的心理资本开发: E-PCI-S 模型. *中国工业经济*, (12), 102—114.
- 郑建君、金盛华, 马国义. (2009). 组织创新气氛的测量及其在员工创新能力与创新绩效关系中的调节效应. *心理学报*, 41, 1203 - 1214.
- 杨婷婷、钟建安. (2013). 组织内社会交换关系与工作投入: 心理资本的中介效应. *人类工效学*, 19(1), 51—54.
- 张斌. (2011). 文化智力量表信效度检验及与大五人格的关系. *社会心理科学*, (3), 56-62.
- 仲理峰. (2007). 心理资本研究评述与展望. *心理科学进展*, 15(3), 482—487.
- 仲理峰. (2007). 心理资本对员工的工作绩效、组织承诺及组织公民行为的影响. *心理学报*, 15(2):328—334.
- 仲理峰、王震、李梅等. (2013). 变革型领导、心理资本对员工工作绩效的影响研究. *管理学报*, 10(4), 536—544.
- 张小林、吴艳、周盛琳. (2014). 工作不安全感对员工创造力的影响——有中介的调节效应分析. *浙江学刊*, (1), 186—191.
- 周评、姜秀珍. (2013). 国有企业管理者工作压力和工作满意度: 心理资本的调节效应. *华东经济管理*, 27(9), 134—137.
- 周艳红、高金金、陈毅文. (2013). 心理资本调节工作满意度对工作绩效的影响. *浙江大学学报:理学版*, 40(3), 355—361.
- 张阔、邹洋、汪新建. (2013). 心理资本在工作压力源和压力反应间的作用: 调节还是中介? *心理学探新*, 33(6), 532—536.
- 赵斌、付庆凤等. (2012). 科技人员心理资本对创新行为的影响研究: 以知识作业难度为调节变量. *科学学与科学技术管理*, 33(3), 174—180.
- Aiken, L. S., & West, S. G. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Newbury Park, CA: Sage.
- Ang, S. & Inkpen, A. C. (2008). *Cultural intelligence and offshore outsourcing success: A*

- framework of firm-level intercultural capability . *Decision Sciences*, 39,337-358.
- Ang, S., Van, D.& Il, K., et al. (2007).Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgment and decision making, cultural adaptation, and task performance. *Management and Organization Review*, 3,335–371.
- Amabile, T. M., Barsade, S. G., Mueller, J. S., & Staw, B. M.(2005). Affect and creativity at work. *Administrative Science Quarterly*, 50, 367–403.
- Amabile, T. M., & Mueller, J. S. (2010). *Assessing creativity and its antecedents: an exploration of the componential theory of creativity*. In J. Zhou & C. E. Shalley (Eds.),*Handbook of Organizational Creativity* (pp. 25–49).Beijing, China: Peking University Press.
- Amabile,T. M.(1966).*Creativity in context*.Boulder. CO:Westview Press.
- Amabile, T. M .& Conti, H. (1999).Changes in the Work Environment for Creativity during Downsizing. *Academy of Management Journal*, 42,630-640.
- Amabile, T. M. & Conti, R. & Coon, H. & Lazenby, J. & Herron, M. (1996).Assessing the Work Environment for Creativity. *Academy of Management Journal*, 39,1154-1184.
- Amabile, T. M. (1997).Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do. *California Management Review*, 40(1): 39-60.
- Amabile, T. M.(1983).The Social Psychology of Creativity: A Componential Conceptualization. *Journal of Personality & Social Psychology* , 45, 357-376.
- Amabile, T. M. & Hill, K. G. & Hennessey, B. A .(1994).The Work Preference Inventory: Assessing Intrinsic and Extrinsic Motivational Orientations. *Journal of Personality and Social Psychology* , 66, 950-967.
- Baer, M., & Oldham, G. R. (2006). The curvilinear relation between experienced creative time pressure and creativity:moderating effects of openness to experience and support for creativity. *Journal of Applied Psychology*, 91, 963–970.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*.New York: Freeman.
- Bandura, A., & Locke, E. A. (2003). Negative self-efficacy and goal effects revisited. *Journal of Applied Psychology*,88, 87–99.
- Beghetto, R. A. (2006). Creative self-efficacy: correlates in middle and secondary students.

- Creativity Research Journal*, 18, 447–457.
- Barbot, B., Besancon, M., & Lubart, T. I. (2011). Assessing Creativity in the Classroom. *The Open Education Journal*, 4, 58-66.
- Batey, M. (2012) The Measurement of Creativity: From definitional Consensus to the introduction of a new heuristic framework. *Creativity Research Journal*, 24, 55-65.
- Bharadwaj S, Menon A. (2000) .Making innovation happen in organizations: individual creativity mechanisms, organization creativity mechanisms or both? *Journal of Production Innovation Management*, 17, 424-434.
- Cerne, M., Nerstad, C. G., Dysvik, A. & Skerlavaj, M. (2015). What goes around comes around: Knowledge hiding, perceived motivational climate, and creativity. *Academy of Management Journal*, 57(1): 172-192.
- Chintakovid, T. (2009). *Effects of gender, intrinsic motivation, and user perceptions in end-user applications at work*. Unpublished Doctorial Dissertation, Drexel University.
- Chirumbolo, A., & Hellgren, J. (2003). Individual and organizational consequences of job insecurity: a European study. *Economic and Industrial Democracy*, 24, 217-240.
- Chowdhury, M. S., & Shahabuddin, A. M. (2007). Self-efficacy, motivation and their relationship to academic performance of Bangladesh college students. *College Quarterly*, 10, 1-9.
- Collins, C. J. & Clark, K. D. (2003). Strategic Human Resource Practices, Top Management Team Social Networks, and Firm Performance: The Role of Human Resource Practices in Creating Organizational Competitive Advantage. *Academy of Management Journal*, 46, 740-751.
- Cropley, A. J., (2000). Defining and measuring creativity: Are creativity tests worth using? *Roeper Review*, 23, 72-79.
- David Yun Dai, et al. (2012). Influences of Social and Educational Environments on Creativity During Adolescence: Does SES Matter? *Creativity Research Journal*, 24(2-3): 191-199.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. New York: Plenum Press.

- De Dreu, C. K. W. (2006). When too little or too much hurts: evidence for a curvilinear relationship between task conflict and innovation in teams. *Journal of Management*, 32, 83–107.
- De Witte, H. (1999). Job insecurity and psychological well-being: review of the literature and exploration of some unresolved issues. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8, 155–177.
- Du, J., & Wang, D. N. (2009). Person-environment fit and creativity: the moderating role of collectivism. *Acta Psychologica Sinica*, 41, 980-988.
- Ekela, C. & Grossman, P.(2005). Managing diversity by creating team identity . *Journal of Economic Behavior & Organization*, 58,371-392.
- Earley, P. C.& Ang, S. (2003). *Cultural intelligence: Individual interactions across cultures* . Palo Alto, Calif: Stanford University Press .
- Earley, P. C.& Peterson, R .S. (2004).The elusive cultural chameleon: Cultural intelligence as a new approach to intercultural training for the global manager. *Academy of Management Learning and Education*, 3,100-115.
- Farmer, S. M., Tierney, P., & Kung-McIntyre, K. (2003).Employee creativity in Taiwan: an application of role identity theory. *Academy of Management Journal*, 46,618–630.
- Feng, D. D., Lu, C. Q., & Siu, O. L. (2008). Job insecurity,well-being, and job performance: the role of general self-efficacy. *Acta Psychologica Sinica*, 40, 448–455.
- Ford, C. M. (1996). A theory of individual creative action in multiple social domains. *The Academy of Management Review*, 21, 1112–1142.
- Florida,R.(2002). *The Rise of the Creative Class And How It's Transforming Work,Leisure, Community and Everyday Life*.New York:Basic Books.
- Ford, C. M., & Kuenzi, M. (2010). “Organizing” creativity research through historical analysis of foundational administrative science texts. In J. Zhou & C. E. Shalley(Eds.), *Handbook of Organizational Creativity* (pp. 50–72).Beijing, China: Peking University Press.
- George, J. M., & Zhou, J. (2001). When openness to experience and conscientiousness are related

- to creative behavior: an interactional approach. *Journal of Applied Psychology*, 86, 513–524.
- George, J. M., & Zhou, J. (2007). Dual tuning in a supportive context: joint contributions of positive mood, negative mood, and supervisory behaviors to employee creativity. *Academy of Management Journal*, 50, 605–622.
- Glaser, B. G. (1978). *Theoretical Sensitivity: Advances in the Methodology of Grounded Theory*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Gong, Y. P., Huang, J. C., & Farh, J. L. (2009). Employee learning orientation, transformational leadership, and employee creativity: the mediating role of employee creative self-efficacy. *Academy of Management Journal*, 52, 765–778.
- Gu, Y. D., & Peng, J. S. (2010). The effect of organizational creative climate on employees' creative behavior: The mediating effect of creative self-efficacy. *Nankai Business Review*, 13, 30–41.
- Jaussi, K. S., Randel, A. E., & Dionne, S. D. (2007). I am, I think I can, and I do: the role of personal identity, self-efficacy, and cross-application of experiences in creativity at work. *Creativity Research Journal*, 19, 247–258.
- Jehn, K. A., Northcraft, G. B., & Neale, M. A. (1999). Why differences make a difference: a field study of diversity, conflict, and performance in workgroups. *Administrative Science Quarterly*, 44, 741–763.
- Harris, M., & Lievens, P. (2005). Selecting employees for global assignments: Can assessment centers measure cultural intelligence? R. T. Golembiewski, M. A. Rahim. *Current topics in management*. Brunswick, NJ: Transaction Publishers, 10, 221–240.
- Hellgren, J., & Sverke, M. (2003). Does job insecurity lead to impaired well-being or vice versa? estimation of cross-lagged effects using latent variable modelling. *Journal of Organizational Behavior*, 24, 215–236.
- Hellgren, J., Sverke, M., & Isaksson, K. (1999). A two-dimensional approach to job insecurity: consequences for employee attitudes and well-being. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8, 179–195.
- Hirst, G., van Knippenberg, D., & Zhou, J. (2009). A cross-level perspective on employee creativity: goal orientation, team learning behavior, and individual creativity. *Academy of*

Management Journal, 52, 280–293.

- H. L. Hargreaves.(1927).The“faculty” of imagination: An enquiry concerning the existence of a general “faculty,”or group factor, of imagination. *British Journal of Psychology Monograph Supplement*, 3:1-74.
- Hu, S. M., & Zuo, B. (2007). Impact of job insecurity on job pressure, job satisfaction and performance. *Chinese Journal of Clinical Psychology*, 15, 142–145.
- Krri, Anne,&Crowne. (2008).What leads to cultural intelligence . *Business Horizons*, 51,391-399.
- Kuo-Hsiung Chen, Jui-Mei Yien,Chien-Jung Huang.(2011).The Perceived Leader Support Behavior for Subordinate’s Creativity: The Moderating Effect of Trust. *Journal of Social Sciences*, 7(2): 257-264.
- Liu.D.,Chen ,X.P., &Yao (2011).A multilevel investigation of the mediating role of harmonious passion.*Journal of Applied Psychology*, 96(2): 294-309.
- Li, W. D., Lee, A., & Solmon, M. (2007). The role of perceptions of task difficulty in relation to self-perceptions of ability, intrinsic value, attainment value, and performance. *European Physical Education Review*, 13,301–318.
- Liu, Y., & Shi, J. T. (2010). Does psychological empowerment mediate the relationship between organizational innovative climate and employee innovative behavior? *China Soft Science*, (3): 113–124.
- Luthans,F., Avolio, B.J.,Walumbwa,F.O. & Li ,W.(2005). The psychological capital of Chinese works:Exploring the relationship with performance. *Management and Organization Review*, 1,249-271.
- Luthans, F., Youssef,C.M. & Avolio,B.J.(2007). *Psychological capital (C.P.Li,Trans.)*.New York:Oxford University Press.
- M De Stobbeir,K.E., Ashford,S.J.,& Buyens,D.(2013).Self-regulation of creativity at work:The role of feedback -seeking behavior in creative performance *Academy of management Journal*, 54(4): 811-831.
- Moon,T.(2010).Organizational Cultural Intelligence: Dynamic Capability Perspective .

Group & Organization Management, 35, 456-458.

Mathisen, G. E., & Bronnick, K. S. (2009). Creative self-efficacy: an intervention study. *International Journal of Educational Research*, 48, 121–129.

Marcel, J. J.(2009). Why top management team characteristics matter when employing a chief operating officer: a strategic contingency perspective . *Strategic Management Journal*, 30,647-658.

Mark Batey, Tomas Chamorro-Premuzic,Adrian Furnham.(2010). Individual Differences in Ideational Behavior: Can the Big Five and Psychometric Intelligence Predict Creativity Scores?*Creativity Research Journal*,22(1): 90-97.

Miller B. C.,Gerard D.(1979).Family Influences on the Development of Creativity in Children: An Integrative Review. *Family Coordinator*, 28,295-312.

Oldham, G. R., Cummings, A., Mischel, L. J., Schmidtke, J.M., & Zhou, J. (1995). Listen while you work?quasi-experimental relations between personal-stereo headset use and employee work responses. *Journal of Applied Psychology*, 80, 547–564.

Oldham, G. R. & Cummings, A.(1996). Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work. *Academy of Management Journal* , 39, 607-634.

Oldham, G. R.& Cummings, A.& Zhou, J.(1995). The Spatial Configuration of Organizations. In G. Ferris (Ed.), *Research in Personnel and Human Resources Management*, 13, 1-37.

Probst, T. M., Stewart, S. M., Gruys, M. L., & Tierney, B. W.(2007). Productivity, counter productivity and creativity: theups and downs of job insecurity. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 80, 479–497.

R. S. Albert. (1980).Family Position and the Attainment of Eminence:A Study of Special Family Experiences. *Gifted Child Quarterly*, 24,87-95.

Rhodes,M.(1961). An analysis of creativity.In *frontiers of creativity research:Beyond the basics* .Buffalo,NY:Bearly, 216-222.

Richards,R.(1990).Everyday Creativity,Eminent Creativity, and Health. *Creativity Research Journal*,3,300-326.

- Runco, M. A. (2004). Creativity. *Annu. Rev. Psychol.*, 55:657–687.
- Rhodes M. (1961). An analysis of creativity. In *frontiers of creativity research: Beyond the basics*. Buffalo, NY: Bearly, 216-222.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2006). Self-regulation and the problem of human autonomy: does psychology need choice, self-determination and will? *Journal of Personality*, 74, 1557–1585.
- Sagiv, L., Arieli, S., & Goldenberg, J., et al. (1995). Structure and freedom in creativity: The interplay between externally imposed structure and personal cognitive style. *Journal of Organizational Behavior*, 31(8) : 1086-1110.
- Scott, S. G. & Bruce, R. A. (1994). Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3): 580-607.
- Simonton, D. K. (1995). Creativity: cognitive, personal, developmental, and social aspects. *American Psychologist*, 55, 151-158.
- Shalley, C. E. & Gilson, L. L. (2004). What Leaders Need to Know: A Review of Social and Contextual Factors that Can Foster or Hinder Creativity. *Leadership Quarterly*, 15, 33-53.
- Shalley, C. E. & Zhou, J. & Oldham, G. R. (2004). The Effects of Personal and Contextual Characteristics on Creativity: Where Should We Go from Here. *Journal of Management*, 30, 933-958.
- Shalley, C. E. (1995). Effects of Coaction, Expected Evaluation, and Goal Setting on Creativity and Productivity. *Academy of Management Journal*, 38: 483-503.
- Shalley, C. E., Gilson, L. L., & Blum, T. C. (2009). Interactive effects of growth need strength, work context, and job complexity on self-reported creative performance. *Academy of Management Journal*, 52, 489–505.
- Shalley, C. E., & Zhou, J. (2010). *Organizational creativity research: an historical overview*. In J. Zhou & C. E. Shalley (Eds.), *Handbook of Organizational Creativity* (pp. 3–24). Beijing, China, Peking University Press.
- Shalley, C. E., Zhou, J., & Oldham, G. R. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: where should we go from here? *Journal of Management*, 30,

933–958.

Shin, S. J., & Zhou, J. (2003). Transformational leadership, conservation, and creativity: evidence from Korea. *Academy of Management Journal*, 46, 703–714.

Shin, S. J., & Zhou, J. (2007). When is educational specialization heterogeneity related to creativity in research and development teams? Transformational leadership as a moderator. *Journal of Applied Psychology*, 92, 1709–1721.

Simonton, D. K. (2000). Creativity: cognitive, personal, developmental, and social aspects. *American Psychologist*, 55, 151–158.

Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1991). An investment theory of creativity and its development. *Human Development*, 34, 1–31.

Sternberg, R. J., Lubart, T. I. (1999). "The concept of creativity: Prospects and Paradigms" in *Handbook of Creativity*. London: Cambridge University Press.

Sverke, M., & Hellgren, J. (2002). The nature of job insecurity: understanding employment uncertainty on the brink of a new millennium. *Applied Psychology: An International Review*, 51, 23–42.

Sverke, M., Hellgren, J., & Näswall, K. (2002). No security: a meta-analysis and review of job insecurity and its consequences. *Journal of Occupational Health Psychology*, 7, 242–264.

Sulloway, F. (1996). *Born to rebel*. New York: Pantheon.

Tang N Y, Li Y Q, Zhang JS. Effectiveness of Cross-Cultural Teams: From Cultural Intelligence Perspective. *Shanghai Management Science*, 2009(31): 53-57.

ROCKSTUHL T, NG K Y. *The effects of cultural intelligence on interpersonal trust in multicultural teams*// S Ang, L Van Dyne *Handbook on cultural intelligence: Theory, measurement and applications*. New York: M E Sharpe.

Templer, K. J., Tay, C. & Chandrasekar, N. A. (2006). Motivational cultural intelligence, realistic job previews, and realistic living conditions preview, and cross-cultural adjustment. *Group and Organization Management*, 31, 154-173.

Tesluk, P. E., Farr, J. L., & Klein, S. R. (1997). Influences of organizational culture and climate on

- individual creativity. *Journal of Creative Behavior*, 31, 27–41.
- Tierney, P. & Farmer, S. M. & G. B. (1999). An examination of leadership and employee creativity: The relevance of traits and relationships. *Personnel Psychology*, 52, 591-620.
- Tierney, P. & Farmer, S. M. & G. B. (1999). An examination of leadership and employee Tierney, P. The Pygmalion Process and Employee Creativity. *Journal of Management*, 2004, 30(3): 413-432.
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2002). Creative self-efficacy: the potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45, 1137–1148.
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2004). The Pygmalion process and employee creativity. *Journal of Management*, 30, 413–432.
- Tierney, P., & Farmer, S. M. (2011). Creative self-efficacy development and creative performance over time. *Journal of Applied Psychology*, 96, 277–293.
- Tierney, P. (2004). The Pygmalion Process and Employee Creativity. *Journal of Management*, 30(3): 413-432.
- Wang, A. C., & Cheng, B. S. (2009). When does benevolent leadership lead to creativity? The moderating role of creative role identity and job autonomy. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 106–121.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of Management Review*, 18(2): 293-321.
- Zhang, X. M., & Bartol, K. M. (2010). Linking empowering leadership and employee creativity: the influence of psychological empowerment, intrinsic motivation, and creativity process engagement. *Academy of Management Journal*, 53, 107–128.
- Zheng, J. J., Jin, S. H., & Ma, G. Y. (2009). The measurement of organizational innovation climate and its moderating effect in the relationship between employees' innovation ability and innovation performance. *Acta Psychologica Sinica*, 41, 1203-1214.
- Zhou, J. (2003). When the Presence of Creative Coworkers Related to Creativity: Role of Supervisory Close-monitoring, Developmental Feedback, and Creative Personality. *Journal of Applied Psychology*, 88(3): 416-422.

- Zhou, J. (2003). When the presence of creative coworkers is related to creativity: Role of supervisor close monitoring, developmental feedback, and creative personality. *Journal of Applied Psychology*, 88, 413-422.
- Zhou, J. & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44(4), 682-696.
- Zhou, J. (1998). Feedback valence, feedback style, task autonomy, and achievement orientation: interactive effects on creative performance. *Journal of Applied Psychology*, 83, 261-276.
- Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44, 682-696.
- Zhou, J., & George, J. M. (2003). Awakening employee creativity: the role of leader emotional intelligence. *Leadership Quarterly*, 14, 545-568.
- Zhou, J., Shin, S. J., Brass, D. J., Choi, J., & Zhang, Z. X. (2009). Social networks, personal values, and creativity: evidence for curvilinear and interaction effects. *Journal of Applied Psychology*, 94, 1544-52.

附录 A 初步访谈提纲

（一）访谈目的

了解文化智力对员工创造力的相关影响。

（二）访谈方式

电话访谈

（三）访谈对象

企事业单位职工

（四）提问提纲

1. 访谈开场语：

您好，我是正大管理学院工商管理哲学博士班的一名学生，现在做一个关于文化智力对员工创造力的影响机制的专题调查，可能耽误您 60 分钟左右的时间完成这个访谈。本次访谈主要通过问答形式进行，访谈内容将严格保密！为保证访谈的有效性，请真实地回答每个问题，如果没有疑问的话，我们就开始吧！

2. 访谈对话

第一部分：对话部分

问题：

（1）您是否曾经有过跨文化的经历？比如说海外学习、国外旅游、海外工作等。如有，请阐述你对这段经历的感受。

（2）您是否有和来自不同文化背景的人的交往经历？如有，请说说你的感受？

（3）您觉得你对不同文化的了解程度如何？比如说不同国家和不同文化中的文化背景、法律和经济体系、宗教信仰、婚姻体系、艺术等。

（4）您觉得你适应不熟悉的文化环境以及与不同文化背景的人相处的能力如何？

（5）您觉得你对不同文化的接受能力是否影响你的创造力？

（6）工作中，您是否常常会想出一些很有创意的点子与方法？如有，请举例说明。

（7）您觉得什么因素影响您的创造力？

附录 B 上司调查问卷

贵公司参与调查的各位领导：

非常感谢您参与本次研究（研究号： ）。这是我博士论文用的学术问卷。请你根据实际情况，填写以下问卷。您的回答是严格保密的，所有结果都是以汇总报告的方式来呈现。请您在填写问卷时，仔细阅读每个问题，并客观真实地表达您的感受。

<p>请您评价右侧每个下属的<u>员工创造力</u>的工作表现。请根据实际情况，回答您对各项叙述的同意程度，在右边栏位中填写（1到5）合适的数字。 1=完全不符合;2=有点不符合;3=不确定;4=比较符合;5=完全符合。 他 / 她.....</p>			
1. 提出新的方法来实现目标。			
2. 想出新的且具有建设性的想法来提高绩效。			
3. 寻找新技术、新流程、新工艺和产品理念。			
4. 寻找新的方法来提高质量。			
5. 有很多创新性的想法。			
6. 不惧怕冒险。			
7. 向别人推销并说服他人接受自己的想法。			
8. 一有机会就会在工作中展现出创造力。			
9. 制定合理的计划和日程安排来确保新想法的实现。			
10. 经常会有新的、创新性的主意。			
11. 提出创新性的解决问题的方案。			
12. 经常会找到解决问题的新途径。			
13. 提出新的方法来完成任务。			

非常感谢您的认真填写！请您对上述问题进行再核实，确保无遗漏后，交回给现场的研究人员！

祝您生活愉快，工作顺利！

附录 C 下属调查问卷

贵公司参与调查的各位同事：

非常感谢您参与本次研究（研究号：_____）。这是我博士论文用的学术问卷。请你根据实际情况，填写以下问卷。您的回答是严格保密的，所有结果都是以汇总报告的方式来呈现。请您在填写问卷时，仔细阅读每个问题，并客观真实地表达您的感受。

第一部分：以下是对您 <u>文化智力</u> 的描述。请根据实际情况，回答您对各项叙述的同意程度，在右边栏位中（1 到 5）圈选出合适的数字。 1=完全不符合；2=有点不符合；3=不确定；4=比较符合；5=完全符合		完全不符合	有点不符合	不确定	比较符合	完全符合
1	当我与来自不同文化背景的人交往时，我知道要使用不同的文化知识。	1	2	3	4	5
2	我意识到在不同文化交往中所使用的文化习惯。	1	2	3	4	5
3	当我要和与我文化背景不同的人交往时，我会预先了解他们的文化。	1	2	3	4	5
4	当我和来自不同文化背景的人交往时，我会检查我的行为是否符合他们的文化习惯。	1	2	3	4	5
5	我知道其他文化中的法律和经济体系。	1	2	3	4	5
6	我知道其他文化中的宗教信仰。	1	2	3	4	5
7	我知道其他文化中的婚姻体系。	1	2	3	4	5
8	我知道其他文化中的艺术。	1	2	3	4	5
9	我知道其他语言的规则(比如语法)。	1	2	3	4	5
10	我知道在其他文化中非语言行为(比如肢体语言)的规则。	1	2	3	4	5
11	我享受和来自不同文化背景的人交往的乐趣。	1	2	3	4	5
12	我享受居住在不熟悉的文化环境中的乐趣。	1	2	3	4	5
13	我相信我也可以和当地人交往，在我不熟悉的文化中。	1	2	3	4	5
14	我相信我能适应不同文化下的购物条件。	1	2	3	4	5
15	我确信自己能够承受因适应新文化而带来的压力。	1	2	3	4	5
16	当跨文化交往需要时，我改变我的言语行为(比如，语调，口音等)。	1	2	3	4	5
17	当跨文化交往需要时，我改变我的非言语行为。	1	2	3	4	5

第一部分：以下是对您 <u>文化智力</u> 的描述。 请根据实际情况，回答您对各项叙述的同意程度，在右边栏位中（1 到 5）圈选出合适的数字。 1=完全不符合;2=有点不符合;3=不确定;4=比较符合;5=完全符合		完全不符合	有点不符合	不确定	比较符合	完全符合
18	为适应不同的文化，我在交流过程中使用停顿和沉默也会有所不同。	1	2	3	4	5
19	为适应不同的文化，我调整我说话的速度。	1	2	3	4	5
20	为适应不同的文化，我使用不同的面部表情。	1	2	3	4	5
第二部分：以下是对您 <u>心理资本</u> 的描述。 请根据实际情况，回答您对各项叙述的同意程度，在右边栏位中（1 到 5）圈选出合适的数字。 1=完全不符合;2=有点不符合;3=不确定;4=比较符合;5=完全符合		完全不符合	有点不符合	不确定	比较符合	完全符合
1	我相信自己能分析长远的问题，并找到解决的方案。	1	2	3	4	5
2	开会时（比如与管理层），在陈述自己工作范围内的事情方面我很自信。	1	2	3	4	5
3	我相信自己对（公司/社团/组织）战略的讨论有贡献。	1	2	3	4	5
4	在我的工作范围内，我相信自己能够帮助设定目标/目的。	1	2	3	4	5
5	我相信自己能够与（公司/社团/组织）外部的人（如供应商、客户、商家）联系，并讨论问题。	1	2	3	4	5
6	我相信自己能够向一群同事/干事陈述信息。	1	2	3	4	5
7	如果我发现自己在工作中陷入困境，我能想出很多办法来摆脱出来。	1	2	3	4	5
8	目前，我在精力饱满的完成工作目标。	1	2	3	4	5
9	任何问题都有很多解决方法。	1	2	3	4	5
10	眼前，我认为自己在工作上相当成功。	1	2	3	4	5
11	我能想出很多办法来实现目前的工作目标。	1	2	3	4	5
12	目前，我正在实现我为自己设定的工作目标。	1	2	3	4	5
13	在工作中遇到挫折时，我很难从中回复过来，并继续前进。	1	2	3	4	5
14	在工作中，无论如何都回去解决遇到的难题。	1	2	3	4	5
15	在工作中如果不得不去做，可以说，我也能独立应战。	1	2	3	4	5
16	我通常对工作中的压力能泰然处之。	1	2	3	4	5
第二部分：以下是对您 <u>心理资本</u> 的描述。 请根据实际情况，回答您对各项叙述的同意程度，在右边栏位中（1 到 5）圈选出合适的数字。 1=完全不符合;2=有点不符合;3=不确定;4=比较符合;5=完全符合		完全不符合	有点不符合	不确定	比较符合	完全符合
17	因为以前经历过很多的磨难，所以我闲杂能够挺过工作中的困难时期。	1	2	3	4	5

18	在我目前的工作中，我觉得自己能同时处理很多事情。	1	2	3	4	5
19	在工作中，当遇到不确定的事情时，我通常期盼最好的结果。	1	2	3	4	5
20	如果某件事情会出错，即使我明智的工作，它也会出错。	1	2	3	4	5
21	对自己的工作，我总是看到事情光明的一面。	1	2	3	4	5
22	对我的工作未来会发生什么，我是乐观的。	1	2	3	4	5
23	在我目前的工作中，事情从来没有像我希望的那样发展。	1	2	3	4	5
24	工作时，我总相信“黑暗的背后就是光明，不用悲观”。	1	2	3	4	5
第三部分：以下是对您 <u>创新动机</u> 的描述。 请根据实际情况，回答您对各项叙述的同意程度，在右边栏位中（1 到 5）圈选出合适的数字。 1=完全不符合;2=有点不符合;3=不确定;4=比较符合;5=完全符合		完全不符合	有点不符合	不确定	比较符合	完全符合
1	我喜欢寻求工作中负责问题的解决方案。	1	2	3	4	5
2	我喜欢提出工作的新思路。	1	2	3	4	5
3	我喜欢从事需要分析思考的工作。	1	2	3	4	5
4	我喜欢创新的工作程序。	1	2	3	4	5
5	我喜欢改进现有的产品或流程。	1	2	3	4	5

第四部分：人口统计资料

信息只用于研究目的并保密。我们不会与第三方分享任何个人信息。非常感谢您的真诚回答。

1. 年龄：_____（周岁）
2. 性别： 男 女
3. 教育程度： 初中或以下 高中 大专 学士 硕士以上
4. 您是否有过出国旅游、出国进修学习或出国公干的经历？ 有 没有

致谢

古有十年寒窗而名扬天下，今已二十余载苦读，将是如何？

虽无大功大喜而标，一路走来，时至今日，除心存感激之余，夫复何求？

首先，衷心感谢导师宋继文教授对本人的精心指导。导师鼓励我在学术研究的路上有信心坚持前行；培养我阅读文献的习惯；指导我论文写作的整个过程中的每一个环节，深入浅出的讲解。并且，她常常组织同门师兄妹们一起对论文研究进行讨论，鼓励我们从自己各种感兴趣的话题展开研究，使我茅塞顿开。论文从选题立题、研究设计、考察调研、结果分析直至论文撰写和论文修改都凝结了导师的心血和智慧结晶。宋继文教授是以为良师益友，她严谨的治学态度、渊博的知识、创新的思维和高尚的人格给我留下了深刻的印象，她的言传身教将使我终生受益。在此，我要对老师说一声：老师，您辛苦了！

并且，在泰国正大管理学院进行学习期间，承蒙各位教授热心指导与帮助，不胜感激。在此，感谢徐二明教授、吕海军教授、何晓明教授、揭筱纹教授、韩圣龙教授、陈鼻老师等热心指导与帮助，不胜感激。同时，在博士论文的四次答辩过程中，各位答辩评委们也对我的博士论文写作提出了许多宝贵的意见和建议，使我的思路更清晰，让我少走弯路，在此也要向各位评委老师致以我衷心的感谢。

同时，百色学院的领导和同事在工作学习上也对我的学习给予了许多支持和帮助，在此，向唐拥军书记、金长义校长、徐魁峰副书记、韦复生副校长、吴佩杰副校长等诸位领导和同事表示衷心的感谢。

在正大管理学院学期期间，我学习和感悟到了许多，在泰国读博的这段经历将使我终身难忘。感谢泰国正大管理学院洪风院长、张玉兰老师等人为我提供的支持和服务。

而且，还要感谢我的同学们，我与同学们一起学习和成长，他们在我的学习生活中给予了诸多帮助支持。尤其是在问卷收集的过程中，同学们给予了我大力的帮助！特别感谢各位同门，特别是王悦、高超民、陈瑞、陆增辉等人，感谢你们在我问卷修正、发放等环节给予的帮助，每当我困惑迷茫时，与你们交流总让我受益匪浅。

感谢我的家人在我求学期间默默的奉献与支持，他们的理解与鼓励为我完成论文提供了莫大的精神支持。

最后，我还要感谢在百忙之中，抽出宝贵时间评审本论文的各位专家学者。

三年时光，如同白驹过隙。与老师同学们在一起学习的点点滴滴，我都会像

今天这样感动，这种感动，将会伴随我的一生。

龙腾飞

2018年8月10日

声 明

作者郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师的指导下进行研究工作所取得的成果。尽我所知，除文中已经注明引用内容和致谢的地方外，本论文不包含其他个人或集体已经发表的研究成果，也不包含其他已申请学位或其他用途使用过的成果。与我一同工作的同志对本研究所做的贡献均已在独立研究报告中做了明确的说明并表示了谢意。

若有不实之处，本人愿意承担相关法律责任。

学位论文题目：文化智力对员工创造力的影响——以心理资本为中介变量

作者签名：_____ 日期：_____年____月____日

个人简历

姓名: 龙腾飞

学历:

2010年9月 管理学硕士学位 工商管理专业
暹罗大学(泰国)

2008年7月 经济学学士学位 国际经济与贸易专业
广西财经学院

职业: 高校教师

工作地点: 百色学院, 广西百色市中山二路21号

E-mail: 375785339@qq.com

专业能力/特长 国际贸易