

第一章 緒論

第一節 問題背景與研究動機

一、個人動機

由於在碩士班的修課過程中，引燃我對創造力此一議題的研究興趣。或許正因為「創造力」此一變項是如此的抽象、難以捉摸，而其相關的影響因素更是渾沌未明，更激起令人想一窺箇中奧妙的慾望。我開始思索究竟哪些因素會影響個人的創意行為呢？審視自身經驗，我發現環境對於個人的行為表現具有重大的影響性，可是環境是否決定一切呢？就觀察周遭實例發現，確實環境所給予的正面性回饋，如口頭上的鼓勵或是實質的獎賞，對於個人實際行為表現多有助益；然而，另一方面我也看到了某些人群即使面對周遭人群的冷嘲熱諷，仍然能夠堅持自身理想，開創出出自己的一片天空。究竟這些人群是憑靠著何種力量，才能不畏環境的損傷呢？我相信除了環境的力量外，個人內在應該會具有某種力量可以調節，使自己不至於完全受環境所控制。過去的成功經驗，也使我更加堅信「人之所以能，是因為相信能」。基於此，使我更加想探究究竟影響創造力行為的成因有哪些呢？除了環境因素之外，個體內在心理層面對於自身創意行為決定又扮演何種角色呢？

二、時代背景

面對知識經濟時代的來臨，經濟結構導向漸趨轉變，致使產業界莫不將創造力視為致勝的關鍵要素。著名的如 3M、IKEA 莫不以創意吸引人群的目光，以刺激群眾的購買慾望。不僅如此，為了強化國民競爭的優勢，教育部顧問室自民國 89 年起陸續推動創造力相關計劃，採計畫性與全面性地推動創造力。此外，更著手草擬「創造力教育白皮書」，期望能更持續與有效地推動創造力教育。而為了配合當前九年一貫之教育政策與各項教改目標，「創造力教育白皮書」之施行範圍涵括從幼稚園到大學各教育階段，採全方位觀點將創造力教育融入各生活層面，並分別制定合乎創造力教改主軸之政策原則。受到大環境的催化，開始引發群眾對於創造力培育的意識，更顯示出創造力研究之重要性。

三、理論觀點

有關創造力的研究取向已由早期的單一取向，走向晚進的多元取向 (Sternberg, 1999)。Mayer (1999) 更指出，脈絡取向的創造力的研究非常具有潛力，所謂的脈絡取向，乃是將焦點擺在個體與環境間的互動過程。諸如：Simonton (1997a, 1997b) 探討創意者的生平，企圖找尋隱含於其中的規則性；Gardner (1993) 以領域大師為對象，探討人際互動關係對於創意者的影響；Csikszentmihalyi (1999) 則從領域守門員的觀點，解讀環境中的他人如何篩選個人的創意成品；Amabile (1996) 則是將焦點放在環境如何與個體間產生互動，環境中的回饋如何影響個體的任務動機，並提出所謂的綜效性動機觀點。

雖然研究者紛紛強調環境對於個體創造力的影響性，但有關「什麼樣的環境才能有助於個體之創造力？」此一疑問卻引發出兩種截然不同的論點，第一種是：創造力的生成需要充分支持的環境（如：Amabile, 1983; Bloom, 1985; Sternberg & Lubart, 1991）。另一種則認為：個人需克服逆境，才能產出創造力（如：Goertzel & Goertzel, 1978; Simonton, 1988）。此兩種觀點對於學生教育或企業組織具有不同的寓意。此或可解讀為創造力大 C 與創造力小 C 差異，所謂「創造力大 C」是改變人類文明的創造，通常需克服重重的困難才能獲得大眾的認可，這種創造並非人人可及、處處可得。所謂「創造力小 C」指的是一般人的創造力，也就是所謂自我實現的創造力或日常生活之創造力，是屬於個別創意。值得注意的是，認為須克服逆境者才能產生創造力的這類研究，所研究的對象為少數偉大的創造性人物，因而令人質疑的此論點是否為真？

這樣的研究問題引發本文作者的好奇，於是進行了初探性研究，分析環境因素與個人創造力的關聯（洪素蘋、林珊如，民 92），以 182 名大學生為對象，自編重要他人正負面回饋量表、創意內外動機量表以及創意生活經驗量表（吳靜吉、陳淑惠、李慧賢、郭俊賢、王文中和劉鶴龍等，民 85）為測量工具，因為影響創造力的環境因素眾多，因此將之限制為重要他人的正負面回饋（負面回饋，如：不認同，強調成績；正面回饋，如：鼓勵、讚賞、提供資源）。結果令人驚訝，發現不論是正面或是負面回饋對於個體創造力皆有助益。此結果引發研究者的進一步反省，究竟個體的創意行為之發生與否，係因接受環境回饋所造成的直接反應？抑或是個體接收到外在回饋，會先受到個人內在

某些歷程的調節？是不是每個人有不同的內外動機及自我評估歷程去詮釋環境因子，才使得正面與負面的回饋均能提升創造力？

這個問題在過去研究中有若干探索，如 Amabile (1996) 的社會脈絡創造力理論，承認社會因素對創造力產品的影響力，二者間有任務動機為中介變項，理論之重點在於描述介於環境與行為間的個人心理歷程。但其研究僅針對個體的任務動機加以討論，並未觸及個體面對訊息的認知評估。而 Ford (1996) 提出的創意行為理論，說明個體接收問題訊息到決定做出創意行為間，存在內在的自我評估，但其理論架構完全立基於個體對於任務的心理意義，卻缺乏探究外在環境脈絡對於的影響力。顯見上述引發作者深究的問題散見各理論或研究，還未被系統性的檢驗過，因此本研究將彙整各創造力理論並提供個體在創造力過程中是否進行內在評估歷程的實證資料，以建構出更具統整性的創造力行為架構。

檢閱個體內在評估的相關文獻，其中以社會認知理論最能完整說明上述觀點，也就是個人創意歷程中接收到環境正面或負面回饋，個人會先自我評估自身所具有的能力，個人考量的面向除了自己能否達成目標的能力外也包含了能否抵抗不適當的外在回饋的能力。個體評估過後的信念會影響到動機層面，再更進一步影響創造力行為表現。此外，由於過去有關學生學習相關研究方面，對於自我效能與動機間之序列位置仍有爭議。令人關切的是，同樣的情形是否也反映在創意行為的產生？更由於目前創造力研究仍具相當潛力，有關創意自我效能之研究仍是屈指可數。因此本研究亦將一併加以檢正創意自我效能與創意思考動機間之序列位置。

第二節 待答問題

本研究所欲探討之研究問題有五：

- 一、探討大學生群體的創意行為為何？（包括探討不同背景變項之大學生群體其創意表現之差異）。
- 二、探討大學生群體所知覺的環境回饋與創意行為間之關係為何？
- 三、探討大學生群體所知覺的環境回饋與個體內在心理歷程間（創意自我效能以及創意內、外在動機）之關係為何？

四、探討大學生群體個體內在心理歷程（創意自我效能以及創意內、外在動機）與創意表現間之關係為何？並檢証創意內在動機與創意外在動機間之關係。

五、釐清創意行為之產生是否符合社會認知理論模式的建議，並以結構方程模式驗證之，將包括創意自我效能與創意思考動機間之序列位置之檢証，以及整體徑路模式之檢証。

第三節 研究目的

根據上述的研究問題，本研究主要目的有三：

- 一、調查大學生受試樣本群之創意行為。
- 二、分析影響大學生群體創意行為的社會與內在心理歷程相關因素，並深入探討各因素彼此間的關係，以建構出完整的理論模式。
- 三、以結構方程模式檢驗受測樣本的實徵性資料與理論模式之符合程度，並以競爭模式加以比較，以檢驗創意自我效能與創意思考動機間之序列關係。

本研究同時兼容鉅觀與微觀的角度以探討創意行為之成因。鉅觀層面乃運用社會認知理論加以解讀個體創意行為之產生，同時由於納入過去研究中所忽略的「創意自我效能」為一重要中介變項，或可補充過去研究不足之處，更使得本研究能以整全之觀點分析創意行為產生之成因。微觀層面，則分析個人如何知覺環境回饋與個體心理歷程之關係，更能了解創意行為決定的脈絡。期待本研究的結果，能有助於了解創意行為產生之相關成因，確立社會認知理論模式可應用於創意行為之產生，使得個體能夠改變慣性行為，選擇做出具有創意的行為。

第四節 名詞釋義

本研究中的重要變項與概念，先以概念型定義加以界定，在以操作型定義加以界定，以釐清各變項之涵意。

一、重要他人正面回饋 (positive feedback from significant others)

(一) 概念型定義：係屬於環境回饋，但由於環境回饋範疇過廣，因此將之聚焦於個體知覺重要他人（個體原生家庭中的成員、學校 中的同儕及教師）

對於個體的創意成品、觀點或是表現所給予的回饋，包括：支持、提供資源、態度開放以及獎勵等。

- (二) 操作型定義：本研究採用洪素蘋、林珊如（民 92）所編製的「重要他人正面回饋量表」，該量表包含三個分向度：家人回饋、同儕回饋以及教師回饋等。以量表總分表示個體知覺重要他人給予的正面回饋之程度。

二、重要他人負面回饋 (negative feedback from significant others)

- (一) 概念型定義：係屬於環境回饋，但由於環境回饋範疇過廣，因此將之聚焦於個體知覺重要他人（個體原生家庭中的成員、學校中的同儕及教師）對於個體的創意成品、觀點或是表現所給予的回饋，包括：強調和諧的價值觀、限制性的選擇、外在評估（具批判意味無能力的評估）、批評（不接受、覺得怪異）及競爭等。

- (二) 操作型定義：本研究採用洪素蘋、林珊如（民 92）所編製的「重要他人負面回饋量表」，該量表包含三個分向度：家人回饋、同儕回饋以及教師回饋等。以量表總分表示個體知覺重要他人給予的負面回饋之程度。

三、學生創意自我效能 (students' creative self-efficacy)

- (一) 概念型定義：係指學生對於自己在特定任務上能夠表現出具有創意的能力之正面信念。包含：個體對於自己有能力做出創意成品的效能信念、自己能進行創意思考技能的效能信念，以及自己能夠抗衡外界的負面評價。

- (二) 操作型定義：本研究採用洪素蘋、林珊如（民 93）所編製的「學生創意自我效能量表」，包含三個分量表：創意成品信念、創意思考策略信念以及抗衡外界負面評價信念。以量表總分評量學生創意自我效能感之程度。

四、創意思考外在動機 (extrinsic motivation of creative thinking)

- (一) 概念型定義：個體自陳投入創意思考活動的個人動機。而外在動機的成分包括：預期籌賞 (a focus on money or other tangible incentive)、預期他人評量 (evaluation concerns)、博取認同 (recognition concerns)、他人命令 (a focus on the dictates of others) 及注重競爭 (competitions concerns) (Amabile、Hill、Hennessey & Tighe, 1994; Sternberg, 1995)。

- (二) 操作型定義：本研究採用洪素蘋、林珊如（民 92）編製的「創意思考外在動機量表」，含四個分量表：博取認同、注重競爭、外在籌賞、他人安排。以總分評量個體自覺投入創意思考活動的外在動機程度。

五、創意思考內在動機 (extrinsic motivation of creative thinking)

(一) 概念型定義：個體自陳接受創意思考活動的任務動機，是因個體自身對於該活動本身感到有興趣。內在動機的成分包含：自主決定 (self-determination: preference for choice and autonomy)、能力 (competence: mastery orientation and preference for challenge)、工作投入 (task involvement: task absorption and flow)、好奇心 (curiosity: preference for complexity) 及興趣 (interest: enjoyment and fun)。(Amabile et al., 1994)。

(二) 操作型定義：本研究採用洪素蘋、林珊如 (民 92) 編製的「創意思考內在動機量表」，含四個分量表：能力、玩興、喜歡複雜、自行決定、工作投入。以總分評量個體自覺投入創意思考活動的內在動機程度。

六、創意行爲

(一) 概念型定義：個體自陳實際做過具創意的事情，包括新奇點子、作品、活動或是計劃等。

(二) 操作型定義：本研究採用由吳靜吉等人 (民 85) 所發展編製「創意生活經驗」量表。計有「科學的創新問題解決」、「運用新知、精益求精」、「表演藝術創新」、「視覺生活的設計」、「生活風格的變化」、「開放心胸」、「製造驚喜意外」、「舊瓶新裝」、「電腦程式設計」等九個向度，用總分來瞭解受試者創意經驗的多寡。