

# 移动社会化媒体对研究生创新行为的影响研究： 基于心理资本理论和社会资本理论

向纯洁

(武汉科技大学恒大管理学院, 湖北武汉, 430065)

**[摘要]** 研究生创新能力的培养是当前研究生教育的发展趋势和检验研究生教育效果的重要指针, 因此, 在不断变化的社会环境下探究研究生创新行为的形成机制具备重要意义。首先以心理资本理论和社会资本理论为中介, 构建了移动社会化媒体对研究生创新行为的影响模型, 然后使用实证研究的方法对模型中的8个假设进行验证, 最后得出结论: 心理资本和社会资本对研究生的创新行为有显著影响, 同时, 移动社会化媒体的某些性质是构建心理资本和社会资本的前因变量。期望能够对如何激发研究生的创新行为做出指导, 也强调使用移动社会化媒体对构建研究生心理资本和社会资本的重要性, 进而规范高校的研究生教育。

**[关键词]** 研究生创新行为; 社会资本理论; 心理资本理论; 移动社会化媒体

**[中图分类号]** G643.0      **[文献标识码]** A      **[文章编号]** 1674-893X(2020)04-0146-10

研究生教育是本科教育的延续, 其目的是进一步选拔和培养更为专业的学术人才。但是, 随着研究生的扩招以及人才市场需求的紧缩, 研究生就业难和就业不满意的问题日益突出。因此, 在研究生教育过程中培养其创新能力能够帮助提高研究生的教育水平, 从而解决其在就业过程中遇到的难题<sup>[1]</sup>。国家、高校和导师都为在校的研究生提供了诸多参与项目的机会, 旨在培养其创新能力以及在项目中的工作能力和协作能力<sup>[2]</sup>。研究生的创新行为离不开环境的影响和工具的支持, 而当下最受关注、影响最为深远的当属移动社会化媒体(mobile social media, MSM)技术, 但是少有研究探讨移动社会化媒体如何影响研究生的创新行为。因此, 本文从移动社会化媒体的特性出发, 基于心理资本理论和社会资本理论, 分别从个体和环境两个角度探讨两者对研究

生创新行为的影响, 为研究生培养工作和创新管理的进一步发展提供指导性意见。

## 一、研究假设及模型的提出

创新是企业 and 团队维持生存、增强竞争力的重要方式, 以往对其进行的研究多基于团队或组织视角<sup>[3-4]</sup>。近年来, 越来越多的学者对个体创新展开研究, 他们意识到个体创新是团队或企业创新的基础所在。研究生是高校科研环境中思维最为活跃的群体, 也是创新行为的重要载体。研究生创新行为具体指在高校科研项目中, 研究生根据其创新意识提出创新构想, 根据有关资源制定创新计划、形成创新方法, 并应用创新方法完成科研项目以实现科研创新的行为<sup>[5]</sup>。提高研究生创新行为的几率和效率, 有助于科研成果的涌现、研究生自身科研水平的提高以及缓解研究生的就业难题。因此, 关注高校研究生群体的创新

**[收稿日期]** 2019-05-27; **[修回日期]** 2020-04-16

**[基金项目]** 国家自然科学基金青年项目“知识整合视角下移动社会化媒体对创新团队绩效的影响机制研究”(71701157); 武汉科技大学研究生教育教学改革项目“基于动机理论的研究生参与创新创业项目目的绩效影响机制研究”(Yjg201518)

**[作者简介]** 向纯洁, 湖北武汉人, 管理学博士, 武汉科技大学管理学院副教授, 主要研究方向: 积极组织行为、知识管理和社会化媒体, 联系邮箱: xiangchunjie@wust.edu.cn

行为及其影响因素是很有意义的。

研究生创新行为受到个体因素和环境因素的共同影响。如高静和陆涓认为学科—专业—产业链之间的协同创新有助于提升研究生的创新能力和研究生的培养质量<sup>[6]</sup>。何晓聪分析了研究生创新的自我效能感在不同性别、年级、院校、学科以及不同经验的研究生群体之间的差异<sup>[7]</sup>。荆玲玲和姜欢则讨论了高校的创新文化对研究生创新行为的影响，同时也认为研究生创新自我效能感的四个维度对其影响的调节作用略有不同<sup>[5]</sup>。祝士明和王冰清从同辈群体优势出发，认为通过建立研究生同辈群体合作的学习机制，能够促进群体效能感的提升，有助于提高研究生的创新水平和培养质量<sup>[8]</sup>。但是，少有文章结合个体层面和环境层面两类不同的因素进行研究。因此，本文希望从个人自身和外部环境两个角度出发，分析研究生创新行为的形成机制。

#### (一) 心理资本对研究生创新行为的影响

对于个体自身因素，笔者选择心理资本理论作为构建研究模型的基础。心理资本是个体在成长和发展过程中能够支配个人的工作动机和态度的一种积极心理状态<sup>[9]</sup>，是积极心理学、积极组织行为学的重要研究对象。心理资本多用于解释企业员工的工作绩效。如周艳红等人通过对 IT 企业员工的调查，发现心理资本能够调节工作满意度对工作绩效的影响<sup>[10]</sup>。江红艳等人则认为心理资本在工作资源对企业研发人员工作投入的影响中起中介作用<sup>[11]</sup>。Cassidy 等人通过研究英国职场中的欺凌现象，认为积极的心理资本能够降低不健康的工作状态，促进健康的工作氛围<sup>[12]</sup>。两位 Sharma 作者在印度的研究证明了积极的心理资本能够促进面向个体的组织公民行为、面向企业的组织公民行为以及抑制工作行为中的不良效果<sup>[13]</sup>。同时，也有一些研究将心理资本用于解释创新行为。Gupta 和 Singh 对印度的研发人员进行调查，结果发现心理资本能够促进员工的创新性表现，并可以作为领导能力和员工创新表现的中介变量<sup>[14]</sup>。张振刚等人通过对在职员工的调查，发现心理资本通过知识分享意愿对员工的创新行为产生正向影响作用<sup>[15]</sup>。但是，将

心理资本用于研究高校学生的培养问题，特别是针对研究生创新行为的文章并不多见。魏婧和魏荣论述了能够通过建立和完善研究生心理疾患的预警机制、积累研究生的情绪情感体验、鼓励研究生积极参与志愿服务等路径培养研究生的心理资本<sup>[16]</sup>，但是并未涉及研究生的创新行为。田硕和许燕探讨了心理资本对大学生创业团队建设的作用机理和策略<sup>[17]</sup>，然而对象也非研究生的创新行为。笔者认为，探究心理资本对研究生创新行为的影响是很有必要的。

个体创新是一项非确定性高、风险大的自主行为，对于研究生更是如此。他们科研经历并不丰富，创新条件也主要由学校、学院以及导师的科研项目所决定。如果研究生想要取得创新成绩，需要有强大的内在信念，相信自己能够完成创新工作。心理资本正是这样一种能够提供积极内在动力的个人因素。本研究采用与绝大多数文献类似的说法，认为心理资本是一个二阶变量，由自信、乐观、希望、韧性四个一阶变量构成<sup>[18]</sup>。每个研究生的性格特点不同，进而导致其自信状况也不相同。有的研究生很自信，能够积极面对创新中的难题。但是，有的研究生有不同程度的自卑感，使得他们消极地面对困难，不敢在项目中表现自我、展现自己的能力，习惯在创新活动中退缩。因此，研究生自信程度越高，越容易展现创新行为<sup>[19]</sup>。从 20 世纪 80 年代开始，就有学者通过研究证明，乐观可以影响人们的认知、情绪和行为。乐观的个体能够拥有更强的心理调节能力和社会适应能力。研究生拥有乐观的心理，能够从容面对困难，始终相信自己的能力，从而获得解决问题的创新思路。而拥有悲观心理的研究生在面对困难或压力的时候，会产生强烈的无力感，选择逃避困难，使得适应能力变差，从而降低他们的效能感<sup>[10]</sup>，不利于创新想法的产生。希望会影响每个人达成目标的决心和动机。有希望的研究生会勇于挑战新事物，时时刻刻觉得人生是充满希望的，对任何事情都能积极应对，具备创新的前提和动力。相反，没有希望的研究生群体对生活中的任何事情都感到绝望无助，面对困难的时候会选择逃避和退缩。韧性指的是研究

生具备强烈的目的感,不畏困难和挫折,能够在逆境中采取行动,从而不断地成长,创造价值。拥有较强韧性的研究生能够积极主动地面对压力,敢于接受挑战,乐于展现创新行为。不具有较强韧性的研究生面对困难的时候会产生畏惧感,退缩不前。根据对以上文献的回顾和理论分析,提出本文的第一个假设:

H1: 研究生的心理资本水平与其创新行为正相关。

### (二) 社会资本对研究生创新行为的影响

对于环境因素,本文选择社会资本理论作为研究模型构建的基础。社会资本理论经常被用来解释组织或团队层面的工作绩效。如 Xiang 等人通过对信息系统开发团队的分析,认为社会资本能够通过共享心智模式进一步影响团队的开发绩效<sup>[20]</sup>。Robert 等人以电子化工作团队为研究对象,发现社会资本能够影响团队的知识整合水平,进而影响团队的决策质量<sup>[21]</sup>。社会资本理论也被用来研究创新绩效。如唐朝永等人认为社会资本对科研团队的失败学习和创新绩效都有显著的影响<sup>[22]</sup>。周霞等人针对团队把社会资本分为团队内社会资本和团队外社会资本,并通过实证研究证明了两者分别对团队的创新绩效产生直接影响以及通过团队吸收能力产生间接影响<sup>[23]</sup>。但是少有文章使用社会资本理论来解释研究生的创新行为。研究生的学习和工作并不是一个人能够完成的,因此其创新行为的发生也会受到环境因素的影响。本研究选择社会资本理论作为构建外部因素的基础,原因在于社会资本是一系列关系的集合,而这些关系都是研究生进行创新活动的重要资源<sup>[24]</sup>。

研究生的社会资本包括与其相关的成员间一切形式的关系、对工作和任务的理解判断以及在社会交流的过程中形成的一系列财产,包括信任、规范、认同和义务<sup>[25]</sup>。研究生的社会资本表现程度越高,自身越愿意与他人产生互动交流,进而能够有效地促进研究生与他人之间信息和知识的交换,同时能够帮助研究生区分各自的责任,更好投入工作和任务中,不会担心因为他人的自立行为而受到伤害。这种社会网络的密集

性、个体间的共享意愿以及工作的专注度都有助于研究生发现问题,并不断地汲取新知识用以改善传统的工作模式,进而表现出更多的创新行为。根据对以上文献的回顾和理论分析,提出本文的第二个假设:

H2: 研究生的社会资本水平与其创新行为正相关。

### (三) 移动社会化媒体对研究生心理资本和社会资本的影响

移动社会化媒体是在社会化媒体技术的基础之上,随着移动技术的日益成熟以及移动互联网的进一步普及而发展起来的,具体表现为各类社会化媒体在移动端的使用。《2014年中国社交类应用用户行为研究报告》指出,移动端的访问已经成为人们使用社交网站的主要形式,仅有9.9%的人群从未在移动端对社交网站进行访问。同时,《2013—2014年中国移动互联网调查报告》也指出,34%左右的用户年龄介于20—29岁之间。移动社会化媒体已经风靡全球,各种类型的移动社会化媒体聚集了大量的用户,特别是年轻用户。

根据研究领域以及使用对象的不同,学者们针对移动社会化媒体的特性提出了不同的看法。陈明红等人在对科研社交网络进行研究的过程中,提出其具备开放性、共享性和协作性<sup>[26]</sup>。而王滢等人针对虚拟团队对移动社会化媒体的使用,指出其具备移动性、社交性和易用性<sup>[27]</sup>。微信作为移动社会化媒体中的一种典型应用,Lien和Cao认为其表现出的娱乐性、社交性和信息性是影响用户使用态度的前因变量<sup>[28]</sup>。综合以上学者的看法,本文选择移动社会化媒体所展现的社交性、信息性和易用性来研究其对研究生个体以及环境的影响。

对心理资本的探讨多集中在对积极组织行为的影响<sup>[13,19]</sup>,而对心理资本前因变量的研究则较少。Gupta和Singh认为研发团队中积极的领导策略能够促进研发人员心理资本的构建<sup>[14]</sup>。江红艳等人也以研发团队中的成员为研究目标,发现工作资源越充分,研发人员越容易建立积极的心理资本<sup>[11]</sup>。而本文中的研究对象即研究生的创

新行为，与研发人员的工作有很多相似的地方，如科学性和创造性。同时，移动社会化媒体的使用能够为研究生的创新行为提供充分的资源以及积极的社交策略。根据对以上文献的回顾和理论分析，提出本文的以下假设：

**H3a：**移动社会化媒体的社交性与研究生的心理资本水平正相关。

**H3b：**移动社会化媒体的信息性与研究生的心理资本水平正相关。

**H3c：**移动社会化媒体的易用性与研究生的心理资本水平正相关。

社会资本对个人、团队、企业的绩效的积极影响得到过很多关注<sup>[21, 25, 29]</sup>，而对社会资本构建的决定性因素的研究则较少。社会资本并不是凭空产生的，也需要环境的支持以及工具的帮助。而移动社会化媒体则提供了研究生与他人进行交流并形成和谐融洽互信的社会关系的机会和媒介。因此提出以下假设：

**H4a：**移动社会化媒体的社交性与研究生的社会资本水平正相关。

**H4b：**移动社会化媒体的信息性与研究生的社会资本水平正相关。

**H4c：**移动社会化媒体的易用性与研究生的社会资本水平正相关。

综上，笔者设计的研究模型如图 1 所示。

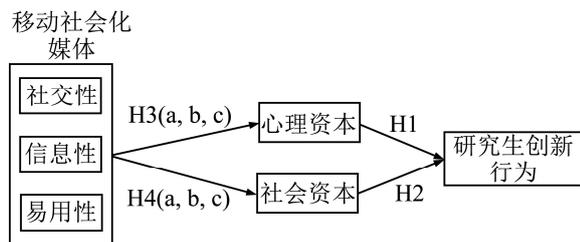


图 1 移动社会化媒体对研究生心理资本和社会资本的影响

## 二、研究对象与变量的测度

### (一) 问卷收集

本文的研究数据来源于问卷调查，以模型建立的理论为基础，针对模型中的各项指标进行问卷的设计。问卷调查的对象是武汉各大高校的研究生，包括华中科技大学、武汉大学、武汉理工

大学、中国地质大学、华中农业大学、武汉科技大学、湖北大学、湖北经济学院、武汉工程大学等高校。形式为电子化问卷，以方便被试的填写和作者的数据统计。经过一周左右的时间，笔者共收到 521 份问卷，其中有效问卷 503 份。被调查者的基本信息如表 1 所示。

表 1 被调查者基本信息

变量	分类	百分比%
性别	男	55
	女	45
年级	研 1	24
	研 2	43
	研 3	15
	博士研究生	18

### (二) 变量的测度

为了保证变量测度的有效性，在调查问卷的设计中，所有变量的测度均通过成熟量表进行。其中心理资本的四个维度：自信、乐观、希望、韧性，采用李超平的 PCQ-24 量表<sup>[30]</sup>。此问卷在国内的很多研究中使用过，并且信度和效度都比较好。社会资本的度量参考了 Choi 和 Chung 对 SNS 的研究<sup>[31]</sup>。对移动社会化媒体的社交性和信息性的度量参考了 Lien 和 Cao 对微信的研究<sup>[28]</sup>，而易用性则同样参考了 Choi 和 Chung 的研究成果<sup>[31]</sup>。对研究生创新行为的度量参考了 Kleysen 的个体创新行为量表<sup>[32]</sup>。该量表已经被荆玲玲和姜欢用于探讨研究生创新行为，信度和效度已经得到验证<sup>[5]</sup>。所有问卷题目结合本文的研究对象和研究目标做了相应的修改，均采用从 1 到 5 的 Likert 量表测量，其中 5 表示非常同意，1 表示非常不同意。

## 三、数据分析

### (一) 问卷信度和效度检验

本文包括 5 个自变量，分别是研究生的心理资本，研究生的社会资本，移动社会化媒体的社交性、信息性和易用性。同时包括一个因变量，即研究生的创新行为。首先，使用 Cronbach's  $\alpha$  系数和 CR 进行信度检验，由检验结果可知，Cronbach's  $\alpha$  系数和 CR 值都大于 0.7，说明数据

具备很好的信度。其次,所有变量的 *AVE* 值都达到了 0.5,表明测量模型具备很好的收敛效度。每个变量的相关统计值如表 2 所示。

表 2 变量的  $\alpha$  值、*CR* 值和 *AVE* 值

	心理资本	社会资本	社交性	信息性	易用性	研究生创新行为
$\alpha$ 系数	0.81	0.88	0.87	0.82	0.84	0.88
<i>CR</i>	0.87	0.82	0.88	0.81	0.83	0.81
<i>AVE</i>	0.52	0.63	0.65	0.61	0.56	0.54

本文还将各变量之间的相关系数和相应因子 *AVE* 的平方根进行比较(表 3 中对角线的黑色数值)。结果表明,因子的相关系数均小于相应因子 *AVE* 的平方根,表明各变量具有很好的区别效度。因子相关矩阵如表 3 所示。

## (二) 模型的假设检验

本文使用结构方程模型的方法,选择 Smart PLS 2.0 来检验模型中的 8 个假设。8 个假设中有 7 个得到了支持,分别是心理资本和社会资本对研究生创新行为的影响,移动社会化媒体的社交

表 3 因子相关矩阵

	心理资本	社会资本	社交性	信息性	易用性	创新行为
心理资本	<b>0.72</b>					
社会资本	0.52	<b>0.79</b>				
社交性	0.59	0.65	<b>0.81</b>			
信息性	0.56	0.49	0.58	<b>0.78</b>		
易用性	0.61	0.54	0.44	0.56	<b>0.75</b>	
创新行为	0.43	0.43	0.56	0.49	0.46	<b>0.73</b>

性和信息性对心理资本的影响以及其社交性、信息性和易用性对社会资本的影响。仅有 1 个假设 H3c 的检验结果并不显著,说明移动社会化媒体的易用性对研究生心理资本的构建设没有显著的影响。

本模型中的心理资本和社会资本能够解释因变量研究生创新行为中 38.9% 的变化。而移动社会化媒体的三个性质分别解释了研究生心理资本和社会资本中 15.4% 和 22.1% 的变化。具体的模型假设检验结果如图 2 所示。

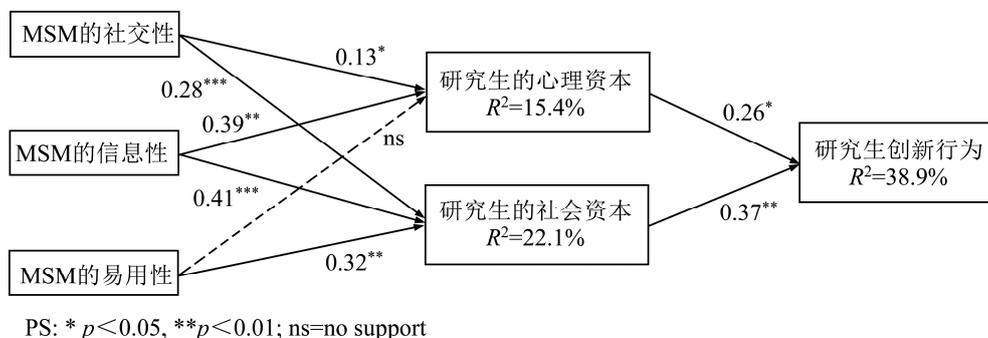


图 2 研究模型检验结果

## 四、结果讨论与建议

### (一) 研究结论

本文从研究生自身角度和外部环境角度,基于心理资本理论和社会资本理论,提出了移动社会化媒体对研究生创新行为的影响机制模型,随后采用问卷调查结合结构方程模型的分析方法,得出以下研究结论。

1. 研究生的心理资本水平正向影响研究生的创新行为

假设 1 被证明是显著的,这意味着研究生的

心理资本越高,越容易展现出创新行为。创新具备高风险和不确定性,只有研究生自身的心理坚定,才会促使他们愿意且有能力表现出创新行为。同时,本研究中的心理资本是一个二阶变量,由自信、希望、乐观和韧性四个一阶变量构成。这就意味着研究生自身越自信,对于创新的进程越乐观,遇到困难时越有韧性、充满干劲和对未来抱有憧憬,其创新行为的效果就越好。反之,如果研究生对自己的能力没有信心,对创新的过程抱有一种消极悲观的态度,遇到问题时容易屈

服,那么就不容易激发研究生在科研或者其他领域的创新动机和行为。

## 2. 研究生的社会资本水平正向影响研究生的创新行为

假设2的显著意味着研究生的社会资本感知程度越高,其创新行为的发生几率也就越高。创新并不是个体依靠其独立行为能够完成的,需要方方面面的支持和协作,例如导师的指引、团队的合作、学校创新氛围的感染、与同学和谐的关系等。有了这些社会资本方面的协作,才能够为研究生的创新行为提供充分的外部条件,如与其他同学进行频繁的沟通,建立友好、互相信任的创新氛围以及积极主动的工作义务感,进而促使其创新行为的产生。同时,假设2的路径系数(0.37)大于假设1的路径系数(0.26),说明研究生的社会资本对其创新行为的影响要比心理资本的影响更为强烈。

## 3. 移动社会化媒体是研究生构建心理资本和社会资本的前因变量

假设H3a、H3b、H3c和假设H4a、H4b、H4c分别描述了移动社会化媒体的三个性质是否对研究生的心理资本和社会资本的构建产生影响。模型拟合结果说明,除了H3c,其余5个假设均得到验证,说明移动社会化媒体的使用确实能够促进研究生心理资本和社会资本的构建。

首先,移动社会化媒体的社交性、信息性和易用性均为研究生社会资本的前因变量。这意味着研究生通过移动社会化媒体的使用能够满足其与他人进行社交的欲望,能够获得各类信息,进而有助于研究生发展自身的社会资本。与此同时,对移动社会化媒体随时随地的使用、方便的接入平台以及简洁的操作界面也是研究生创建社会资本的基础。

其次,移动社会化媒体的社交性和信息性有助于研究生心理资本的创建。通过使用移动社会化媒体,研究生能够丰富自己的社交圈子,满足自己的社交需求,与同学和导师建立友好协作的社交关系。同时,研究生通过移动社会化媒体能获取在创新行为中所需要的各类知识和信息,进而构建自信、乐观、希望、韧性的个人心理状态。

最后,假设H3c不显著,说明在本次研究的调查对象中,移动社会化媒体的易用性并没有显著影响研究生心理资本的建设。这说明研究生心理资本的建设更多取决于研究生与外界接触的程度(社交性)以及掌握资源的丰富性(信息性)。如果研究生有意向去创建积极健康的心理资本,他们会主动通过各种途径使自己变得更加自信、乐观、希望和具有韧性,而不会过于介意这种途径是否方便使用。因此,研究生心理资本的创建是一个依靠其自身动力来激发和完善的过程。

## (二) 发展建议

通过上述研究,我们对如何激发研究生的创新行为提出以下几点建议。

### 1. 在研究生教育过程中强调创新的重要性

创新是引领国家发展、社会进步的第一动力。研究生教育作为本科教育的延续,目的是培养在学科上拔尖、在技术上过硬的专业人才。因此,创新教育也是研究生教育的一大目的。这需要从国家、社会,到学校、导师都要具备创新的意愿,敢于启动创新行为,容忍创新过程中遇到的阻碍和失败。国家和社会要营造积极的创新氛围,制定适合研究生群体的创新机制和激励手段来激发研究生的创新热情。学校和导师则需要将创新教育融入研究生的日常教育中,通过课堂授课、学术讲座、个人交流等方式激发研究生的创新动机,指导研究生的创新行为。特别是研究生的指导老师,需要努力提升自己的科研水平,给研究生提供更多锻炼的机会,实现双赢和共同发展。

### 2. 帮助研究生建立自信、乐观、希望、韧性的心理资本

创新的不确定性和过程的曲折性决定了自信、乐观、希望、韧性的心理资本是研究生能够坚持创新的必要条件。心理资本决定了研究生人格健全、心理健康的程度。只有对自己有信心、乐观面对得失、永远保持希望、遇到困难有韧性的研究生,才能够正确处理创新过程中碰壁的懊恼、灵光一闪的激动以及达到创新目的后的兴奋。研究生心理资本的建立离不开导师和辅导员的关注和干预。例如,学校可以通过讲座等形式

宣传健康的人生观、世界观,导师可以通过聊天等形式及时了解研究生的心理状况和变化,发现问题及时采取干预措施等。研究生在生理上已经是成人,但是没有走出校园,生活没有独立,未来也充满不确定,所面临的压力(学业压力、就业压力和经济压力)很复杂,所以不能忽视对研究生心理健康的关注,其心理资本的建立需要正确的指导。当然,心理资本的建立更取决于研究生的主观能动性。调动研究生积极主动的生活态度,使其自主创建健康的心理资本,比外界被动的干预更为有效。例如,在研究生心理资本的构建过程中,旁人应多提供具有感染力的环境和事例,把怎样做的思考留给研究生本人。

### 3. 强调研究生创新行为的社会性,鼓励协作创新

社会资本是研究生顺利完成创新工作的环境基础。创新从来不是一个人的战斗,需要方方面面的资源支持。特别是在研究生群体中,由于自身的能力和资源的成熟,更需要构建丰富的社会资本。例如,导师可以主动为研究生提供参与科研项目的机会,分享自己的科研心得,为研究生提供创新的技术基础。而研究生也要主动寻找和利用周围的各种资源,如积极与导师和同学沟通交流,不吝啬与他人分享心得体会,构建友善、积极、互信的创新氛围。研究生要珍惜在高校的沟通条件,抓住与不同专业的老师和同学进行跨学科交流的机会。创新往往就是将非本领域的知识和理论进行重新应用,以解决本学科的难题。谷歌跨部门的午餐会就是一个很好的示例,说明创新需要社会资源,是一个协作共赢的过程。

### 4. 指导研究生健康地使用移动社会化媒体,激发其创新行为

移动社会化媒体本质上是一类 ICT (information and communication technology, 简称 ICT) 工具。通过使用这些工具(如微信、微博、贴吧、虚拟社区等),研究生能够扩展自己的知识领域,了解各个领域最新的前沿知识,使专业更加精通,在心理上更加自信,进而促进其心理资本的构建。也能够帮助研究生与导师及同学建立和

谐友好的社会关系,促进其社会资本的完善。因此,合理地使用移动社会化媒体,能够通过心理资本和社会资本来激发研究生的创新行为。

移动社会化媒体的使用一般会产生三种结果:生活满足感、主观孤独感和移动社会化媒体上瘾<sup>[33]</sup>。正确、健康地使用移动社会化媒体会让人感到生活上的满足,进而促进其在其他方面的出色表现。但是在笔者的调查中发现,很多人越使用移动社会化媒体,越容易在现实生活中感到孤独,也越容易沉溺于移动社会化媒体而影响正常的工作和学习。对研究生来说,其心智还未健全,很容易被虚拟的网络世界所吸引。这就需要研究生教育的管理者和从事者使用辩证的观点看待问题。一方面,鼓励研究生使用移动社会化媒体帮助自身拓展知识面,激发创新灵感;另一方面,给他们提供在现实世界沟通交流的机会,指导研究生正确、适度地使用移动社会化媒体,避免他们沉溺于虚拟世界而不能自拔。

### 参考文献:

- [1] 王依然,朱向峰. 创新创业教育:推进研究生就业的有力途径[J]. 北京教育(高教), 2015(2): 38-39.  
WANG Yiran, ZHU Xiangfeng. Innovation and entrepreneurship education: A powerful way to promote graduate employment[J]. Beijing Education(Higher Education), 2015(2): 38-39.
- [2] 王琼,盛德策,陈雪梅. 项目驱动下的大学生创新创业教育[J]. 实验技术与管理, 2013, 30(6): 99-101.  
WANG Qiong, SHENG Dece, CHEN Xuemei. Innovating and entrepreneur education of college students driven by project[J]. Experimental Technology and Management, 2013, 30(6): 99-101.
- [3] GU Q, WANG G G, WANG L. Social capital and innovation in R&D teams: The mediating roles of psychological safety and learning from mistakes[J]. R&D Management, 2013, 43(2): 89-102.
- [4] 韩飞,郭丽芳. 企业科技创新团队冲突与绩效关系研究[J]. 科技管理研究, 2014, 34(2): 70-74.  
HAN Fei, GUO Lifang. Theory of conflict and performance relationship in enterprise technology

- innovation team[J]. *Science and Technology Management Research*, 2014, 34(2): 70-74.
- [5] 荆玲玲, 姜欢. 高校创新文化对研究生创新行为的影响: 创新自我效能感的调节作用[J]. *学位与研究生教育*, 2015(11): 67-72.
- JING Lingling, JIANG Huan. The impact of university innovation culture on graduate students' innovation behavior: The moderating effect of innovation self-efficacy[J]. *Academic Degrees & Graduate Education*, 2015(11): 67-72.
- [6] 高静, 陆涓. “协同创新”与研究生创新能力之培养[J]. *江苏高教*, 2014(6): 115-116.
- GAO Jing, LU Juan. “Coordinating innovation” and the cultivation of postgraduates' innovative ability[J]. *Jiangsu Higher Education*, 2014(6): 115-116.
- [7] 何晓聪. 研究生创新自我效能感的结构与特征实证研究[J]. *科技管理研究*, 2014(12): 90-93.
- HE Xiacong. The empirical research on structure and characteristics of graduate innovative self-efficacy[J]. *Science and Technology Management Research*, 2014(12): 90-93.
- [8] 祝士明, 王冰清. 发挥同辈群体优势 提升研究生创新水平——基于职业技术教育专业研究生的调查[J]. *学位与研究生教育*, 2013(8): 40-44.
- ZHU Shiming, WANG Bingqing. Give full play to the advantages of peer groups and improve the level of postgraduate innovation — Based on the survey of postgraduates of vocational technical education[J]. *Academic Degrees & Graduate Education*, 2013(8): 40-44.
- [9] DEBRAL N, CARYL C. 积极组织行为学[M]. 北京: 中国轻工业出版社, 2011.
- DEBRAL N, CARYL C. Positive organizational behavior[M]. Beijing: China Light Industry Press, 2011.
- [10] 周艳红, 高金金, 陈毅文. 心理资本调节工作满意度对工作绩效的影响[J]. *浙江大学学报*, 2013, 40(3): 355-361.
- ZHOU Yanhong, GAO Jinjin, CHEN Yiwen. Psychological capital moderate the influence of job satisfaction on performance[J]. *Journal of Zhejiang University(science edition)*, 2013, 40(3): 355-361.
- [11] 江红艳, 孙配贞, 何浏. 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[J]. *科技进步与对策*, 2012, 29(6): 137-141.
- JIANG Hongyan, SUN Peizhen, HE Liu. Empirical study of influencing of job resources to R&D staffs work engagement — The mediating role of psychological capital[J]. *Science & Technology Progress and Policy*, 2012, 29(6): 137-141.
- [12] CASSIDY T, MCLAUGHLIN M, MCDOWELL E. Bullying and health at work: The mediating roles of psychological capital and social support[J]. *Work & Stress*, 2014, 28(3): 255-269
- [13] SHARMA S K, SHARMA S. Psychological capital as a predictor of workplace behavior: An empirical investigation[J]. *Journal of Management Research*, 2015, 15(1): 60-70.
- [14] GUPTA V, SINGH S. Psychological capital as a mediator of the relationship between leadership and creative performance behaviors: Empirical evidence from the Indian R&D sector[J]. *The International Journal of Human Resource Management*, 2014, 25(10): 1373-1394.
- [15] 张振刚, 李云健, 李娟娟. 心理资本、创新氛围感知与创新行为关系研究[J]. *中国科技论坛*, 2015(2): 119-124.
- ZHANG Zhengang, LI Yunjian, LI Juanjuan. Psychological capital, innovation climate perception and creative behavior: Mediating role of knowledge sharing willingness[J]. *Forum on Science and Technology in China*, 2015(2): 119-124.
- [16] 魏婧, 魏荣. 论研究生的心理资本及其培育[J]. *学位与研究生教育*, 2015(3): 41-46.
- WEI Jing, Wei Rong. Postgraduates' psychological capital and its cultivation[J]. *Academic Degrees & Graduate Education*, 2015(3): 41-46.
- [17] 田硕, 许燕. 心理资本在大学生创业团队建设中的作用与开发[J]. *江苏高教*, 2015(1): 105-107.
- TIAN Shuo, XU Yan. The role and development of psychological capital in the construction of college students' entrepreneurial team[J]. *Jiangsu Higher Education*, 2015(1): 105-107.

- [18] 仲理峰. 心理资本研究评述与展望[J]. 心理科学进展, 2007, 15(3): 482-487.  
ZHONG Lifeng. Review of psychological capital research[J]. Advances in Psychological Science, 2007, 15(3): 482-487.
- [19] 仲理峰. 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[J]. 心理学报, 2007, 39(2): 328-334.  
ZHONG Lifeng. Effects of psychological capital on employees' job performance, organizational commitment, and organizational citizenship behavior[J]. Acta Psychologica Sinica, 2007, 39(2): 328-334.
- [20] XIANG C, LU Y, GUPTA S. Knowledge sharing in information system development teams: Examining the impact of shared mental model from a social capital theory perspective[J]. Behaviour & Information Technology, 2013, 32(10): 1024-1040.
- [21] ROBERT L P, DENNIS A R, AHUJA M K. Social capital and knowledge integration in digitally enable teams[J]. Information Systems Research, 2008, 19(3): 314-334.
- [22] 唐朝永, 陈万明, 彭灿. 社会资本、失败学习与科研团队创新绩效[J]. 科学学研究, 2014, 32(7): 1096-1105.  
TANG Chaoyong, CHEN Wanming, PENG Can. Social capital, learning from failures, and innovation performance of research team[J]. Studies in Science of Science, 32(7): 1096-1105.
- [23] 周霞, 梁思娴, 吕健权. 团队社会资本对团队创新绩效影响的实证研究——团队吸收能力的中介效应[J]. 科技管理研究, 2015, 35(8): 106-110.  
ZHOU Xia, LIANG Sixian, LV Jianquan. Empirical study of the impact of team social capital on team innovation performance — Mediating effect of team absorption capacity[J]. Science and Technology Management Research, 2015, 35(8): 106-110.
- [24] ADLER P S, KWON S W. Social capital: Prospects for a new concept[J]. Academy of Management Review, 2002, 27(1): 17-40.
- [25] NAHAPIET J, GHOSHAL S. Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage[J]. Academy of Management Review, 1998, 23(2): 242-266.
- [26] 陈明红, 漆贤军, 刘莹. 科研社交网络使用行为的影响因素研究[J]. 情报理论与实践, 2015, 38(10): 73-79.  
CHEN Minghong, QI Xianjun, LIU Ying. Research on influencing factors of social network use behavior of scientific research[J]. Information Studies: Theory & Application, 2015, 38(10): 73-79.
- [27] 王滢, 邓春平, 郭馨, 等. 移动社交媒体对虚拟团队知识共享的作用研究[J]. 情报理论与实践, 2015, 38(11): 59-63.  
WANG Ying, DENG Chunping, GUO Xin, et al. Research on the effect of mobile social media on virtual team knowledge sharing[J]. Information Studies: Theory & Application, 2015, 38(11): 59-63.
- [28] LIEN C H, CAO Y. Examining WeChat users' motivations, trust, attitudes, and positive word-of-mouth: Evidence from China[J]. Computers in Human Behavior, 2014, 41(12): 104-111.
- [29] 徐超, 池仁勇. 企业家社会资本、个人特质与创业企业绩效——基于中国创业板上市公司的实证研究[J]. 软科学, 2014, 28(4): 57-61.  
XU Chao, CHI Renyong. Entrepreneur's social capital, personal characteristics and firm performance: An empirical analysis based on Chinese listed companies in growth enterprise market[J]. Soft Science, 2014, 28(4): 57-61.
- [30] 李超平. 心理资本打造人的竞争优势[M]. 北京: 中国工业出版社, 2008: 24-30.  
LI Chaoping. Psychological capital creates human competitive advantage[M]. Beijing: China Industry Press, 2008: 24-30.
- [31] CHOI G, CHUNG H. Applying the technology acceptance model to social networking sites (SNS): Impact of subjective norm and social capital on the acceptance of SNS[J]. International Journal of Human-Computer Interaction, 2013, 29(10): 619-628.
- [32] KLEYSSEN R. Toward a multi-dimensional measure of individual innovative behavior[J]. Journal of Intellectual Capital, 2001, 2(3): 284-296.
- [33] BAEK Y M, CHO Y, KIM H. Attachment style and its influence on the activities, motives, and consequences of SNS use[J]. Journal of Broadcasting & Electronic Media, 2014, 58(4): 522-541.

## Research on the influence of mobile social media on postgraduates' innovation behavior: Based on theories of psychological capital and social capital

XIANG Chunjie

(Evergrande School of Management, Wuhan University of Science and Technology, Wuhan 430065, China)

**Abstract:** Developing postgraduates' abilities of innovation is the trend of recent postgraduate education and the important indicator of testing effects of postgraduate education. Therefore, it is significant to investigate the formation mechanism of postgraduates' innovation behaviors in changeable social environment. At first, this paper built the influence model of mobile social media on postgraduates' innovation behaviors moderated by psychological capital theory and social capital theory. Then we used empirical methodology to test the eight hypotheses in the model. At last, the results illustrated that the factors of psychological capital and social capital have significant impacts on postgraduates' innovation behaviors, and some characteristics of mobile social media are the antecedents of building postgraduates' psychological capital and social capital. This research could give the guidance of how to motivate postgraduates' innovation behaviors, highlight the importance of using mobile social media to develop the psychological capital and social capital of postgraduates, and then standardize the management of postgraduates in colleges.

**Key Words:** postgraduates' innovation behavior; social capital theory; psychological capital theory; mobile social media

[编辑：苏慧]