

창의성에 대한 암묵적 이론이 창의성의 수행과 평가에 미치는 영향

안 지 현 손 영 우 정 은 경[†]

연세대학교 심리학과

강원대학교 행정·심리학부

본 연구는 개인이 가지고 있는 창의성에 대한 암묵적 이론이 창의성 수행과 평가에 어떤 영향을 미치는지를 알아보고자 하였다. 이를 위하여 서울특별시에 소재한 대학의 대학생 총 90명을 대상으로 실험을 진행하였다. 연구 1에서는 기존의 O'Connor, Nemeth, 그리고 Akutsu의 연구(2013)와 유사한 절차로 창의성에 대하여 증진이론과 고정이론을 가지도록 조작한 후 창의성을 발휘해야 하는 과제의 수행과 이에 대한 평가를 측정하게 하였다. 그 결과, 창의성은 훈련에 의해 변화 가능하다고 믿는 증진이론 조건의 참가자들이 창의성은 변하지 않는 속성이라고 믿는 고정이론 조건의 참가자들보다 TTCT 창의성 수행 점수가 높게 나타났다. 연구 2에서는 평가에 끼치는 암묵적 이론의 영향과 다른 개인차 변인의 효과를 검증하기 위해 실험자들의 암묵적 이론과 심미적 취향을 측정한 후, 창의적 산물의 평가를 실시하였다. 그 결과, 창의성에 대해 고정이론을 가진 참가자들에 비해 증진이론을 가진 참가자들이 창의적 산물에 대하여 창의성을 높게 평가하고, 호감도와 구매의사도 높게 나타나는 경향을 보였다. 또한 이 관계는 개인의 심미적 취향에 의해 매개되었다. 이러한 연구결과를 토대로 본 연구의 학문적, 실용적 의의 및 제한점에 대해 논의하였다.

주요어 : 창의성, 암묵적 이론, 창의성 수행, 창의적 산물 평가

[†] 교신저자 : 정은경, 강원대학교 행정·심리학부 심리학 전공, ekchung@kangwon.ac.kr

‘현대 사회에서 창의성은 점차 그 중요도가 커지고 있다. 기업의 혁신과 교육 현장을 비롯하여 사회의 다양한 분야에서 창의성은 행복과 함께 21세기의 주된 키워드라 할 수 있다. 최근 도입된 대학의 입학사정관제는 획일적인 주입식 교육의 한계를 인정하며 학생들의 창의성을 신장을 위한 교육을 역설하고 있으며, 대다수 기업의 신입사원 선발과정에서 중점적으로 평가하고 있는 항목 가운데 하나가 창의성이다. 실제로 경쟁이 가속화되고 국제화가 진행되면서 현대의 거의 모든 직업에서 창의성을 요구하고 있다고 볼 수 있다(Shalley, Gilson, & Blum, 2000; Unsworth, 2001). 그러나 이러한 사회적 요구와 높아진 관심에 비해 일반인들이 실제로 창의성을 어떻게 받아들이고 경험하는지에 대한 이해 사이에는 간극이 존재한다. 매스컴과 여러 인물들의 성공담을 통해 전반적으로 창의성이 가치 있는 특성이고 증진시키는 것이 좋다고 받아들여지고 있지만, 개인적 차원에서 창의성을 높일 만한 창의적 활동이나 교육에 대한 준거는 미약한 상황이다(정옥분 외, 2005).

연구에 의해 밝혀진 바에 따르면 창의성은 영역 특수적인 성격을 띠고 있으며, 무(無)에서 탄생하는 것이 아닌 오랜 시간 동안 그 영역에 대한 학습과 훈련이 이루어진 후에 발현된다(Baer, 1996; 1998). 그러나 지금까지의 연구들은 창의성을 극대화 하는 방안으로 환경의 변화(Nemeth, 1997; Paulus & Yang, 2000)나 인센티브(Ford, 1999)와 같은 외부 요인에 초점을 맞추어 왔다. 학업과 지능 분야에서 개인이 지닌 역할 기대, 자아 효능감, 암묵적 이론 등 개인 내적 요인이 학업적 성취를 결정하는데 중요한 역할을 한다는 연구들(Bandura, 1977; Dweck, Chiu, & Hong, 1995)에 비해 개인이 창

의성이라는 개념에 대하여 가지고 있는 신념이나 태도, 또는 기대와 같은 요인들이 실제 그들의 창의적 수행에 미치는 영향을 살펴본 연구는 드문 실정이다.

개인 내적 요인 중 대표적인 개념인 암묵적 이론은 지능, 성격등과 같은 눈에 보이지 않는 속성의 변화 가능성에 대한 사회적 지식의 도식 및 태도이다(Ross, 1989). 암묵적 이론은 성취상황에서의 행동 예측과 지능의 사회맥락적인 이해를 가능하게 한다는 점에서 중요하며(Sternberg, 1985), 지금까지 주로 지능 연구에서 많이 다루어져 왔다. 현장에서 연구된 바에 따르면 암묵적 이론은 학생들의 학습 수행과 목표, 동기수준, 수행 결과에 영향을 미친다는 사실이 발견되었다(Dweck, 2006). 본 연구는 이러한 암묵적 이론의 연구 결과가 창의성의 영역에서 유사하게 적용될 것이라는 가설을 가지고 창의성의 변화 가능성에 대해 개인이 가지고 있는 암묵적 이론이 창의성 수행과 산물 평가에 미치는 영향을 규명하고자 하였다. 창의성이 개인의 노력과 훈련에 의해 변화 가능한 속성이라 믿는지(증진 이론) 창의성은 변화될 수 없다고 믿는지(고정 이론)에 따라 창의적 수행과 평가에 차이가 발생하는지 살펴보고자 연구 1과 연구 2를 실시하였다. 특별히 복합적인 상호작용이 이루어지는 현대 사회에서는 창의적 산물을 생산하는 것 자체도 중요하지만, 그 산물의 가치를 평가해주는 현명한 평가자의 역할이 중요해지고 있다. 암묵적 이론은 실제 성취 상황에서의 수행에 영향을 끼침과 동시에 귀인 방식을 결정함으로써 산물 평가에도 영향을 끼칠 것이라고 예측하였다. 그러므로써 사회의 다양한 분야에서 공식, 비공식적으로 평가자로서 ‘현장’ 역할을 하고 있는 개인들의 가치 판단 과정을 규명하

고자 하였다.

창의성의 개념

연구자들이 창의성에 대하여 과학적인 관심을 갖게 시작한 지는 그리 오래되지 않았다. 1950년 미국 심리학회에서 당시 학회의 회장이었던 J. P. Guilford가 심리학자들에게 창의성 연구를 촉구하는 기초연설을 하면서부터 창의성에 대한 본격적인 연구들이 시작되었다(Dacey & Lennon, 1998). 이후 많은 학자들이 다양한 관점에서 창의성을 연구하며 정의를 제시하여 왔다. 그에 따라 창의성이라는 용어는 매우 폭넓게 사용되어 그 개념이 혼란스럽고 불분명하게 되었다. 이는 실체가 있는 대상이 아닌 인간의 잠재 능력을 설명하기 위한 가설적인 개념이라는 창의성의 속성에서 기인한 현상이라고 볼 수 있다. 그 중에서 대부분의 창의성 이론이 공통적으로 동의하고 있는(Mayer 1999) 개념은 창의성은 “무언가 참신하고(novel), 질적으로 훌륭하고 적절한(appropriate) 것을 생산하는 능력”이라는 것이다(Sternberg, Kaufman, & Pretz, 2002).

창의성 연구에서 만들어져 온 창의성의 정의는 그 접근법에 따라 크게 두 가지로 구분할 수 있다. 첫 번째는 개인차(Individual difference)로서의 창의성으로, 창의적인 사람들의 성격과 창의적 인지 과정을 연구하여 도출된 공통된 특성이다. Mumford와 Gustafson(1988)은 창의성을 다양한 인지적 특성과 인성적 특성을 포함하는 다변인적 현상으로 보았다. 인지적 측면에서 Guilford(1956)는 지능의 구조(Structure of intellect)를 구성하는 5가지 유형의 정신작용을 소개하고 그 한 부분인 확산적 사고(divergent thinking)가 창의성의 기본이 된다

고 보았다. 그 후 일련의 연구자들은 확산적 사고를 많고(유창성), 다양하고(융통성), 독특한(독창성) 아이디어를 생성해 내는 능력으로 정의하고 이러한 요소들을 증진시킴으로써 창의적 사고력을 개발할 수 있다고 하였다(Torrance, 1996; Wallach & Kogan, 1965).

반면, 창의성의 인성적인 측면을 강조하는 학자들은 일정 수준 이상의 인지능력은 분명 창의적인 업적에 필수적이지만, 그 수준 이후에는 창의성의 차이를 일으키지 않는다고 하였다(Hayes, 1989). 아무리 지적 능력이 풍부해도 일에 대한 인내와 끈기, 호기심, 개방성, 독자성 등이 없으면 창의적 업적이 나오지 않기 때문이다. 연구를 통해 밝혀진 창의성 인성 요인은 내재적 동기, 독립심, 위험 감수, 고정적인 틀에서 벗어나기, 실패에 대한 인내(Amabile, 1989, 1997), 집중력과 과제 집착력, 개방성과 모호함에 대한 인내 등이 있다(Sternberg & Lubart, 1991). 국내 연구에서도 이와 유사하게 호기심, 흥미 다양성, 관심 있는 일에 몰두, 개성, 특이한 선호, 탈 규범, 개방성(송인섭, 김혜숙, 1999), 호기심, 자기 확신, 상상, 인내/집착, 유머감, 독립심, 모험심, 개방성(하주현, 2000), 호기심, 집요성, 유희성, 독자성, 모험심, 개방성(박병기, 1998)을 창의적 인성요인으로 제안하였고 다양한 검사를 개발하여 이러한 요인에서의 개인차를 측정하고자 하였다.

그러나 창의성 연구의 관심이 창의적 사고와 인성에 집중되어 있는 것을 비판하는 연구자들은 창의성을 정의하는 데 있어 위와는 다른 접근법을 택하였다. 이러한 배경에서 탄생한 창의성 연구는 보다 복합적인 접근 방식을 택한다. Sternberg와 Lubart(1991, 1995)는 그간의 창의성 연구들이 창의성의 복잡한 현상을 중

합적으로 이해하지 않고 일부 현상만을 취급했기 때문에 불완전한 연구가 되었다고 지적하였다. 그들은 '창의성의 투자 이론'을 통해 창의성은 지능, 지식, 사고 양식, 성격, 동기, 환경 등 여러 가지 요소들로 인해 야기된다고 설명하였다. Csikszentmihaly(1999) 역시 그동안의 창의성 연구가 정신과정에만 집중되어 있었다고 지적하고, 이러한 접근만으로는 창의성을 올바르게 이해할 수 없으며 문화와 사회, 환경을 고려한 창의성 연구가 필요하다고 주장하는 체계이론을 발표하였다. 이렇듯 창의성을 야기하는 여러 요인들을 종합해서 창의성을 이해하려는 접근은 현재 통합적 접근(confluence approaches)이라 명명되어 새로운 창의성 이론을 제안하는 수많은 학자들에 의해 지지되고 있다.

창의성 이론: 통합적 접근을 중심으로

Amabile의 요소 모델(Componential Model)

Amabile(1983, 1989)은 창의적 산물의 3요소 모델(three-component model)을 제시하고 있다. 이 세 요인은 상호작용을 하는데 역점을 두어 상호작용 모델이라고도 한다. Amabile이 말하는 첫 번째 구성요소는 영역관련 기술로 이 기술은 정규교육과 경험을 통하여 습득되는 재능과 기술의 복합체라고 할 수 있다. 즉, 수학, 과학, 음악, 미술 또는 글쓰기나 그림 등의 영역에서 주어진 과제를 해결하거나 작품을 창작해내는데 사용되는 특정 기술과 관련된 지식을 포함하고 있다.

두 번째 구성요소는 창의성 관련 기술로 창의적인 사고와 행동기술을 포함한다. 이는 사람들이 새로운 방법으로 영역기술을 사용할 수 있게끔 하는 것으로 어떤 특별한 행동양식,

사고양식, 성격특성으로 구성되어 있다. 이러한 특성들은 자신이 갖고 있는 능력을 뛰어넘어 창의적인 수행에 기여하며, 영역관련 기술의 영역보다 더 많은 부분이 교육이나 훈련을 통해 향상될 수 있다.

세 번째 구성요소는 과제에 대한 동기로, 이 요인은 창의적이고 저명한 사람들의 글에서 종종 볼 수 있는 요소이다. 과제에 대한 동기는 과제를 수행하는 태도, 과제를 시작하기 위하여 자기 자신에게 동기를 부여하고, 과제수행에 앞서 자신의 내재동기 수준을 인식하며, 정신적으로 외부 압력을 최소화하는 능력을 포함하고 있다(Davis, 1999). Amabile는 그녀의 이론에서 내재 동기가 창의적 수행에서 가장 중심적인 역할을 한다고 강조하였다. 인간의 창의적인 수행은 인지 능력보다는 일과 작업에 대한 열정, 사랑, 의지, 흥미, 도전감과 같은 내재 동기에 의해서 더 높은 질적 수준에 도달할 수 있다는 것이다. Amabile(1983)은 창의성의 내재 동기의 원리(intrinsic motivation principle of creativity)를 제안하며, 내적인 동기유발이 창의성을 자극하고, 외적 동기유발은 창의성에 해로운 영향을 미친다고 보았다. 그러나 이와 같은 결과에 의문을 가진 학자들에 의해 외재 동기나 보상 역시 내재 동기와 마찬가지로 창의적 수행에 해로운 영향을 미치지 않고 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 연구들이 최근에 등장하고 있다(예, Eisenberger & Selbst, 1994; Hennessey & Zbikowski, 1993).

창의성의 체계 모델(Systems Model)

칙센트미하이(Csikszentmihalyi, 1996)은 '창의성은 어느 곳에 존재하는가에 대한 답으로 창의성이 세 가지 요소의 상호작용으로부터

기인한다는 체계모델을 창안하였다. 세 가지 요소란 상징적인 규칙들을 포함하는 영역(Domain), 상징 영역에 새로움을 가져오는 개인(Individual), 그리고 그러한 새로움을 평가하고 인정하는 전문가들로 이루어진 현장(Field)이다. 체계 이론에 의하면 창의성은 단순히 뛰어난 개인의 행위로 인한 결과라기보다, 개인을 둘러싼 외적 요인들의 영향 관계로부터 발생하는 현상이다. 영역, 분야, 개인이라는 각각의 체계는 서로 상호작용을 할 수가 있으며, 일방향뿐만 아니라 서로 양방향으로 영향을 줄 수가 있다. 즉, 각각의 체계들의 유기적 관계가 최적화될 때 창의성의 발현이 보다 잘 이루어진다는 것이다.

여기서 Csikszentmihalyi는 창의적 사람을 “Big C”와 “Little c”로 구분하여 설명하고 있다. “Big C”의 창의적 사람은 그 영역(domain)과 분야(field)의 사람들에게 잘 알려진 저명한 사람이다. 그러나 “Little c”의 창의적 사람은 “Big C”의 창의성처럼 영역의 변화를 선도하며 이끄는 것이 아닌, 보편적이며 일상적인 삶 속에서 변화를 시도한다. 즉, 효율적인 동선을 고안하는 방법이나 동물들이 쓰레기 봉지를 뜯어 어지럽히지 못하도록 방지하는 방법 등과 같이 일상에서 비교적 보편적인 변화를 창조해내는 것을 말한다(Piirto, 2004).

창의성의 측정 및 평가

창의성 개념 정의의 복잡성은 창의성 측정의 어려움을 예고해준다. Mackinnon(1978)은 “창의성에 대한 모든 연구의 기초는 창의적 산물에 대한 분석이며, 다른 산물과는 어떤 점이 차이가 있는지에 대하여 결정을 하는 것이다.”고 하였다. Hocevar와 Bachelor(1989)와

Lubart(1994)는 지금까지 개발된 창의성 측정 도구들에 대한 종합적인 개관을 통해, 그 어떤 창의성 측정도구도 창의성을 측정하는데 완벽하지는 않다고 하였다. 1998년 American Psychologist를 통한 논쟁에서 연구자들은 창의성 측정을 객관적 측정과 주관적 측정이란 용어로 구분하여 사용하기 시작하였다(Diakidoy & Spanoudis, 2002; Eisenberger & Cameron, 1998; Hennessey & Amabile, 1998, 1999).

객관적 측정이란 창의적 인지과정의 하나인 ‘확산적 사고’의 측정이라 볼 수 있다. 제시된 자극에 대한 반응, 문제 해결법, 아이디어 생성 능력을 측정함으로써 확산적 사고에 대한 객관적인 수치를 얻을 수 있다. 실험 참가자들에게 미완성 자극(그림이나 글 등)을 제시하고, 자극에 대한 다양한 반응과 각 반응들이 어느 정도로 드물게 나타나는가의 객관적 지표로서 통계적 희귀성(statistical infrequency of responses)에 근거하여 측정하는 방법이다 (Eisenberger & Cameron, 1998; Hennessey & Amabile, 1998). 대표적인 확산적 사고 검사는 Guilford(1956)의 Alternate Uses Test, Mednick(1962)의 RAT(Remote Associates Test), Torrance(1966, 1990)의 TTCT(Torrance Tests of Creative Thinking) 등이 있다. TTCT 검사는 창의성을 창의적인 성취를 수행할 때 작용한다고 생각되는 ‘일반화된 정신 능력들의 집합(the constellation of generalized mental abilities)’이라고 정의하고 유창성(flucy), 독창성(originality), 정교성(elaboration)등 확산적 사고의 주요 변인을 포함하여 제목의 추상성, 성급한 종결에 대한 저항 등의 요인을 평가하고 있다. 주관적 측정은 검사의 기준(criteria)관련 타당도의 문제를 해결하기 위해 사용하는 방법이다. 창의적 사고 과정(확산적 사고의 과정)

보다는 사고 과정의 결과에 해당되는 산물을 해당 영역의 전문가들의 주관적인 기준에 의해 측정한다. 따라서 산물이 창의적이라는 근거가 되는 객관적 기준을 정하는 어려움을 극복할 수 있는 것이다(Amabile, 1996; Hennessey & Amabile, 1999). 이와 같은 측정 방식은 ‘창의적인 사람들은 창의적인 산물을 생산할 것이다’라는 전제에서 시작되어, 인물중심의 창의성 척도 개발 과정에서 타당도를 확립할 목적으로 대상인물의 창의성을 나타내는 외적 증거의 필요성을 지각한 데서 기초하고 있다(김영록, 이순목, 2004). 연구에서 빈번하게 사용되는 주관적 측정들은 다음과 같다.

- (1) 그림을 보여주고 이야기 구술하기
- (2) 몇 개의 단어를 제시하고 시 짓기
- (3) 다양한 형태와 색깔의 색종이를 제공한 후 콜라주 만들기
- (4) 새롭고 재미있는 창의적인 수학문제 만들기

한편 위와 같은 평가도구가 측정하는 창의적 산물의 기준이 되는 각 차원들과 더불어 그 차원들 간의 관계 및 구조가 반영된 Besemer(1998)의 CPSS(Creative Product Semantic Scale)은 기존에 개발된 검사들에 비하여 산물의 창의성에 내재된 이론적 차원구조를 명시적으로 반영하고 있다(그림 1). CPSS는 ‘산물의 창의성 평가에 대한 3요인 구조모형(Creative Product Analysis Matrix)’에 기초하여 제작되었는데, CPAM모형에 따르면 창의적 산물의 평가차원은 ‘참신성(Novelty)’, ‘실용성(Resolution)’, 및 정교성(Elaboration and Synthesis)’의 3요인으로 구성되어 있다. 여기서 ‘참신성’이란 재료, 과정, 개념 및 산물을 만드는 방법에 있어서의 새로움을 의미하고, ‘실용성’이란 산물이 기대되는 기능을 얼마나 잘 수행하는지의 정

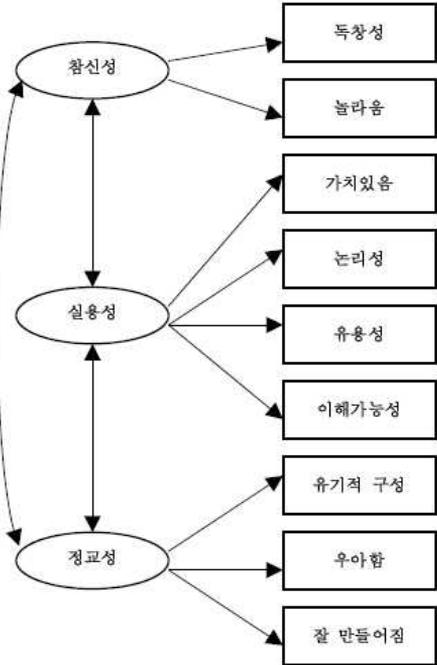


그림 1. 창의적 산물의 3요인 모형(김영록, 이순목(2004)에서 발췌)

도를 뜻하며, ‘정교성’은 산물의 형식적 요소를 내포한다(Besemer & O’Quin, 1999).

창의적 산물 평가에 영향을 끼칠 수 있는 변인들은 다양하다. 특히 ‘제품 디자인’과 같이 시각적인 속성이 강한 산물일 경우 평가자가 본래 지니고 있는 심미적 기준에 따라 소비자가 느끼는 제품의 평가라고 할 수 있는 가격 기대가 달라질 수 있다(Orth, Campana, & Malkewitz, 2010). 이중처리이론의 연장선상에서 소비자가 제품 디자인의 중심 속성(품질)에 초점을 맞추는지 혹은 주변적 속성(매력도)에 맞추는지는 개인이 가진 심미적 취향(centrality of visual product aesthetics, CVPA)의 영향을 받게 된다(Bloch, Brunel, & Arnold 2003).

암묵적 이론

지능과 같이 눈에 보이지 않는 능력에 대해 한 개인이 가질 수 있는 관점은 다양할 수 있다. 일상에서 얻은 정보와 교육을 바탕으로 지능이나 능력을 정의하는 나름대로의 잣대가 있을 수 있으며, 그 속성이 변화 가능하고 유동적이라고 믿을 수도, 혹은 변화할 수 없는 고정적인 것이라고 믿을 수도 있다. 지능, 창의성과 같은 속성을 보거나 만질 수 없기에 ‘어떤 것’일지 알 수는 없지만, 우리는 그것에 대해 ‘무엇일 것이다’ 혹은 ‘어떠할 것이다’와 같은 추론이나 이론을 가질 수 있다(박은, 2010). 이렇듯 일반적인 사람들은 심리학자들과 같이 이론적 틀을 의식적으로 구성하지는 않지만, 상당한 조직화와 규정을 가지고 사회적 지식의 도식으로서 채택하는 암묵적 이론¹⁾을 가지고 있다(Goodnow, 1981). 지능과 창의성을 연구한 Sternberg(1987)는 인지이론을 명시적 이론과 암묵적 이론으로 구분하여 설명하였다. 명시적 이론은 학자들이 연구를 통하여 검증된 구성개념에 근거한 이론인 반면 암묵적 이론은 사람들의 마음속에 내재되어 있는 자신만의 개념이다.

암묵적 이론은 주로 지능에 관한 연구가 연구의 주를 이루었다. 연구자들은 지능에 관한 암묵적 이론이 성취상황에서 행동을 잘 예측할 수 있고 사회문화적 맥락에서 지능을 이해할 수 있게 한다고 하였다(Sternberg, 1985). 현

재까지 암묵적 이론은 지능 외에도 성격, 도덕성, 인간관계 등의 영역에서 연구되어 왔다(Dweck, 1996; Dweck et al., 1995; Dweck, Hong, & Chiu, 1993; Knee, Patrick, & Lonsbary, 2003).

성취동기 모델

실패에 부딪혔을 때, 같은 능력을 가지고 있어도 어떤 사람은 그것을 돌파하려고 하고 어떤 사람은 그렇게 하지 못하게 만드는 심리적 메커니즘은 무엇일까? 시카고 대학의 심리학자 Carol S. Dweck은 위와 같은 질문에 대한 규명으로 동료들과 함께 성취 동기 모델을 제안하였다(Dweck, 1999; Dweck & Leggett, 1988). Elliot과 Dweck(1988)은 실패를 경험한 아동의 반응은 극단적 양상으로 나타날 수 있는데, 이러한 실패 후 반응이 아동의 성취동기와 연관이 있다고 하였다. 성취동기는 학생의 학습 태도 및 행동의 개인차를 설명해주는 대표적인 개념이며, 이에 대한 최근의 연구들은 목표지향성에 초점을 맞추고 있다. 목표지향성이란 ‘이 과제를 왜 수행하는가, 그리고 그 결과로 무엇을 기대하는가’에 대한 답이다. 성취 동기 모델은 지능에 대한 암묵적 이론을 기반으로 하는데, 개인이 지능의 속성을 어떻게 여기는지에 따라 지능은 변화하지 않는 고정된 ‘실체’라고 보는 신념인 고정이론(entity theory)과, 지능은 유동적 성질로 변화가능하다고 보는 증진이론(Incremental theory)으로 구분된다.

고정이론은 개인의 지능이나 능력이 타고난 것으로서 변화할 수 없고 더 이상 향상될 수 없다고 보는 관점이다. 그 결과, 고정이론을 가지고 있는 개인은 능력에 대하여 본래 가지고 있는 특성일 것이라는 기질적 추론을 하게 된다. 즉 실패에 대한 귀인을 환경적 측면으로 하기 보다는 자신의 능력 부족으로 귀인하

1) 이론이란 사물에 관한 지식을 논리적인 연관에 의하여 하나의 체계로 이루어 놓은 것이다(두산 백과사전, 1996). 그러나 ‘암묵적 이론’에서의 이론이라는 용어는 지능에 대해 합의된 정의나 체계를 의미하는 것이 아니라, 개인이 자신의 지능에 대해 갖는 태도나 신념을 지칭한다.

는 경향을 보이는데 이러한 경향은 이후의 낮은 학업 성취를 가져오는 결과를 보였다 (Blackwell, Trzesniewski, & Dweck, 2007).

반면 증진이론을 가진 개인에게 능력은 변화 가능한 성질의 것이기 때문에 자신의 실패나 타인을 판단할 때 잠정적인 추론을 하는 경향이 있다. 때문에 증진이론을 가진 개인은 고정이론을 지닌 사람들에 비해 좀 더 관대하고 기절적 추론을 하지 않는 경향이 있다 (Dweck, 1991; Dweck et al., 1993).

동기적 측면에서 이러한 암묵적 이론은 개인이 성취하고자 하는 목표 설정과 과제에 임하는 태도에도 영향을 끼치게 된다. 만약 능력이 변화하지 않는 성질의 것이라는 신념을 가지고 있다면 개인은 고정된 자신의 능력 내에서 '능력을 얼마나 인정받느냐가 중요하므로 타인에게 좋은 평가를 받고자하는 수행목표(performance goal)를 지닌다(Elliott & Dweck, 1988). 반면, 증진이론은 개인의 지능이나 능력을 변화 가능한 유연한 속성으로 보며 이는 지속적으로 계발가능하다고 여기는 관점이다. 따라서 증진이론을 가진 개인은 새로운 상황이나 위기를 자신의 능력을 계발하거나 새로운 기술을 학습할 수 있는 좋은 기회로 여긴다. 따라서 증진이론을 지향하는 개인은 능력은 노력을 통해 향상될 수 있으므로 자신의 능력을 향상시키거나 기술, 전략의 습득에 초점을 두는 학습목표(learning goal)를 지닌다.

창의성과 암묵적 이론

그동안 창의성의 영역에서 다루어져 온 암묵적 이론은 국내외를 막론하고 창의적인 사람의 특성과 행동에 관한 연구와, 동서양의 창의성 인식의 차이를 연구하는 문화 비교 연구

에서 많이 다루어져 왔다. 그러나 창의성 자체의 변화가능성을 어떻게 인식하는지와 그러한 인식의 영향에 대한 연구는 아직 미비한 수준이다. 암묵적 이론은 지금까지 지능을 비롯하여 감정, 성격, 인간관계, 도덕성 등 다양한 영역에서 연구되어 오고 있다(Dweck, Hong, & Chiu, 1993; Knee, Patrick, & Lonsbary, 2003). 창의성 분야 역시 다른 영역과 마찬가지로 이러한 암묵적 이론의 효과가 보일 것이라고 예측되는데, 실제로 최근의 UC Berkeley의 연구에 따르면 창의성의 변화 가능성에 대하여 가지고 있는 생각이 증진 이론에 가까울수록 높은 창의적 생각에 대한 흥미, 자기 보고된 창의성, 창의적 문제 해결 점수와 관련이 있음을 밝혀낸 바 있다(O'Connor, Nemeth, & Akutsu, in press). 저자들은 연구를 통해 증진이론을 가진 사람들은 누군가가 수행하거나 성취할 수 있는 가능성을 제한하지 않기 때문에, 이러한 마음가짐이 확산적 사고를 촉진하는 메커니즘이 될 수 있다고 제안하였다. 고정이론을 지닌 참가자들은 증진이론을 지닌 참가자들에 비해 창의적 사고에 대한 흥미도가 낮음을 보인 것은 창의성을 고양시키는 방식으로 생각하는 것을 회피하고자 함을 나타내는 현상일지도 모른다고 저자들은 추측하였다. 특히, 연구자들은 실험적 조작을 통해 증진이론과 고정이론을 각기 프라이밍 시킨 집단의 창의적 수행 점수가 달라짐을 확인하여서 창의성의 속성에 대한 믿음이 순간적인 창의성의 증가와 하락에 영향을 미칠 수 있다는 가능성을 제기하기도 하였다.

아직 실험 연구가 축적되지 않았지만 지금까지 대부분의 연구자들이 창의성의 발현에 있어 동기의 중요성을 강조하고 있다. Amabile (1983)는 그녀의 요소 모델에서 내적 동기가

창의적 수행에서 가장 중심적인 역할을 한다고 강조한 바 있다. 내적 동기는 개인이 특정한 과제를 수행함에 있어서 그 과제에 자신이 도전하고 그에 따라 자신의 유능성(competence)을 경험하고자 하는 욕구이다 (Deci & Ryan, 1985). 따라서 개인의 유능성과 자기 결정감을 촉진시키는 요인들은 내적 동기를 높일 수 있고, 유능성과 자기 결정감을 떨어뜨리는 요인들은 내적 동기를 저해시킬 수 있다고 말한다.

이러한 내적 동기에 자신이 가진 능력에 대하여 가지고 있는 신념이나 태도인 암묵적 이론이 영향을 끼칠 것이라는 예측은 여러 분야를 통해 증명되어 왔다. 따라서 창의성 분야에서도 암묵적 이론의 효과가 나타날 것과, 그것이 자신뿐만 아니라 타인의 산물을 평가하는 과정에서 영향을 끼칠 것이라고 예측해 볼 수 있다.

본 연구는 창의성에 대한 암묵적 이론이 이후의 창의성 수행과 평가에 끼치는 영향을 알아보려고 계획되었다. 통합적인 관점에서 접근할 경우 창의성이 발현되기 위해서는 산물 생산자만이 아니라 산물 평가자로서의 개인의 역할이 중요해진다. Dweck의 성취동기 모델에 의하면 지능을 증진 가능하다고 믿는지 혹은 고정되어 있다고 믿는지에 따른 암묵적 이론은 수행에 있어 귀인 방식과 목표 설정을 결정짓는 주요한 변인이고, Amabile 역시 창의성의 요소 모델에서 창의적 과정에는 내적 동기가 중요하다고 밝힌 바 있다. 따라서 본 연구는 연구 1과 연구 2를 통해 암묵적 이론을 주된 변인으로 하여 개인 내적 요인에 따른 차이를 규명하고자 하였다. 본 연구에서는 개인이 창의성에 대하여 지니고 있는 신념인 암묵적 이론에 따라 창의성 발현 과정 중에서 수행과 평가에 차이가 나타

날 것이라고 예측하였다.

먼저 연구 1에서는 참가자들의 창의성에 대한 암묵적 이론이 창의적 수행에 어떤 영향을 미치는지 실험을 통해 살펴보고자 하였다. 동시에 다른 개인차 변인 중 하나인 창의적 성격 특성 및 참가자들의 과제 몰입도의 영향을 살펴보았다.

가설 1. 창의성에 대해 증진이론을 가진 참가자들은 고정이론을 가진 참가자들에 비해 이후의 창의성 수행 점수가 높을 것이다.

가설 2. 창의성에 대해 증진이론을 가진 참가자들은 고정이론을 가진 참가자들에 비해 자신의 수행에 대한 평가 점수가 높을 것이다.

가설 3. 참가자들의 창의적 성격을 통제된 후에도 수행과 평가에 대하여 암묵적 이론이 가지는 영향은 유의할 것이다.

연구 2에서는 평소 자신이 지니고 있는 암묵적 이론과 비교적 자신과 거리가 먼 제 3자의 창의적 산물에 대한 평가를 살펴봄으로써 산물 생산자가 아닌 평가자로서의 의사결정 과정에서 나타나는 암묵적 이론의 효과를 알아보려고 하였다. 더불어 산물 평가과정에 영향을 끼칠 수 있는 또 다른 개인차 변인인 심미적 취향이 암묵적 이론과 평가 사이의 관계에 미치는 영향을 살펴보고자 하였다.

가설 4. 창의성에 대해 증진이론을 가진 참가자들은 고정이론을 가진 참가자들에 비해 타인의 창의적 산물에 대한 창의성 평가가 높을 것이다.

가설 5. 창의성에 대해 증진이론을 가진 참가자들은 고정이론을 가진 참가자들에 비해 타인의 창의적 산물에 대한 선호도와 구매의사가 높을 것이다.

가설 6. 창의성에 대한 고정이론과 선호도 및 구매의사간의 관계를 심미적 취향이 매개할 것이다.

연구 1

연구 1에서는 창의성에 대한 암묵적 이론이 창의적 수행과 평가에 어떤 영향을 미치는지 알아보려고 하였다. 창의성에 대해 증진이론을 가진 참가자들은 고정이론을 가진 참가자들에 비해 창의성후행 및 수행에 대한 자기평가 점수가 높을 것으로 예상하였으며, 이러한 차이는 창의적 성격변인을 통제 한 후에도 나타날 것이라고 기대하였다.

방 법

연구 참가자

대학생 37명(남자 16명, 여자 21명)이 수업의 선택사항으로 실험에 참가하였으며 거의 반응을 하지 않는 등 불성실한 반응을 한 2명의 자료를 제외한 35명의 자료가 분석에 사용되었다. 참가자들의 평균 연령은 21.48세(SD=2.01)였다.

연구 도구

암묵적 이론 조작

암묵적 이론의 조작은 기존의 연구에서 Bergen(1991)이 사용한 방법을 창의성에 관한 내용으로 변형하여 사용하였다. Bergen은 그의 연구에서 참가자들에게 지능의 고정이론 혹은 증진이론을 미국의 대중적인 심리학 잡지의 기사 형식으로 묘사한 글을 읽게 하였다. 본 연구에서는 출처의 설득력을 더하기 위해 실제 존재하는 기사를 변형하여 참가자들에게 제시하였다. 고정이론의 경우 IQ와 창의성이 유전적으로 결정된다는 내용의 신문 기사를, 증진이론의 경우에는 ‘뇌 가소성(brain plasticity)’에 관한 기사 형식의 OECD 학습과학 보고서가 사용되었다. 실험이 끝난 뒤 조작 확인을 위해 O'Connor, Nemeth, & Akutsu(2012)가 제작한 창의성의 암묵적 이론 문항으로 참가자들의 암묵적 이론을 측정하였다. 창의성의 암묵적 이론 문항은 고정이론 3문항, 증진이론 2문항 총 5문항으로 이루어져 있으며, 6점 척도로 측정되었다. 총합이 클수록 고정이론에 가까운 것을 의미한다.

창의성 과제 수행 및 평가

참가자들의 창의성 수행을 측정하기 위해 Torrance(1966, 1990)의 ‘Torrance Tests of Creative Thinking: Thinking Creatively with Pictures, Form A’를 김영채(1999)가 우리말로 편역한 한국판 TTCT(도형) A형 중 활동 2를 사용하였다. 활동 2는 불완전한 도형에 선들을 더하여 재미있는 물건이나 그림을 그리는 방식의 과제이다. 참가자들은 그림을 그리기전 TTCT 검사요강에 제시된 각 항목에 대한 표준화된 설명을 들은 후 10개의 불완전한 도형을 완성하는 과제를 수행하였다.

수행에 대한 객관적인 채점은 김영채(1999)

가 편역한 채점 요강을 기준으로 이루어졌다. 실험에서는 반응의 총 수를 측정하는 유창성(Fluency), 반응의 통계적 빈도를 측정하는 독창성(Originality), 그리고 자극도형에 대한 세부 내용의 수인 정교성(Elaboration)을 평가하였다. 아울러 위의 세 요인에 대한 점수의 평균으로 총점도 계산되었다. 가설을 전혀 모르는 석사 학위 소지자가 참가자들의 신원이 모두 삭제된 반응지를 가지고 채점을 하였다. 평가자간 신뢰도를 위해 제 3의 채점자가 전체 반응지의 약 10%에 해당하는 4명의 수행에 대해 교차채점을 실시하였으며, 채점자간 일치도는 .93으로 매우 높았다.

수행에 대한 자기평가 기준도 역시 상기한 3가지 항목(유창성, 독창성, 정교성)에 대하여 이루어졌으며, “나의 그림은 어느 정도로 ○○하게 그려졌는가?”에 대해 1점(전혀 그렇지 않다)에서 7점(매우 그렇다)까지의 척도로 응답하도록 하였다. 위의 3가지 항목과 함께 “나의 그림이 얼마나 창의적(creative)이라고 생각하십니까?”라는 질문을 제시하여 전체적인 창의성에 대해 자기평가를 하도록 하였다.

창의적 성격

창의적 성격의 측정에는 하주현(2000)이 개발한 창의적 인성검사(CPS)를 이용하였다. 문항에서 측정하는 창의적 인성 요인은 모두 8가지로 호기심, 자기확신, 상상, 인내/집착, 유머감, 독립성, 모험심, 개방성 등이며 참가자들은 총 30문항을 5점 척도로 답하였다. 본 연구에서의 Cronbach's α 값은 .751였다.

과제몰입도

참가자들의 동기나 몰입정도가 수행에 미치는 영향을 통제하기 위해 과제가 끝난 후 과

제수행의 몰입도를 측정하였다. 참가자들은 ‘나는 과제에 동기부여되어 수행하였다’, ‘나는 과제에 신경을 많이 썼다’, ‘나는 과제에 집중하였다’라는 3문항에 7점 척도로 응답하였다.

연구 절차

참가자들을 연구참가동의서를 작성한 후 고정이론집단과 증진이론집단에 무작위로 할당되었다. 신문기사의 내용을 숙지하였는지 확인하기 위해 참가자들은 기사 내용과 관련된 짧은 질문 2개에 답하였으며, 이후 과제에 대한 설명을 듣고 TTCT 과제를 실시하였다. 과제가 끝나면, 자신이 완성한 그림에 대해 평가를 하고 창의적 성격 및 과제몰입도 문항에 응답을 하였다. 마지막으로 창의성에 대한 암묵적 이론 조작을 확인하는 질문과 인구통계학적 질문에 답을 한 후 사후설명을 듣고 해산하였다.

결과 및 논의

창의성에 대한 암묵적 이론 조작확인을 위해 독립 표본 T 검증(independent t-test)을 실시하였다. 고정이론에 해당하는 신문기사를 읽은 참가자들은, 증진 이론 신문기사를 읽은 참가자들에 비해 고정이론에 높은 동의를 보였다, $p < .05$. 따라서 참가자들의 암묵적 이론은 연구자가 의도한 바대로 조작되었다고 볼 수 있다. 반면, 과제몰입도에 대한 집단차이는 나타나지 않아 두 집단의 과제수행몰입도는 유사한 것으로 판단되었다.

암묵적 이론이 자기평가와 TTCT수행에 미

치는 영향을 보기 위하여 창의적 성격을 통제 변인으로 한 ANCOVA를 실시하였다. 그림1과 같이 창의성과제 수행에서 증진이론 집단은 고정이론 집단보다 유의미하게 창의적인 수행을 보였다, $F(1, 31) = 4.271, p < .05$. 수행점수를 평가항목에 따라 세부적으로 살펴보았을 때, 독창성($F(1, 30) = 5.123, p < .05$)과 정교성($F(1, 30) = 4.605, p < .05$)에서 증진이론 집단이 더 높은 수행을 보였으며, 유창성에서는 두 집단간 차이가 나타나지 않았다.

반면, 수행에 대한 자기평가에서는 증진이론 집단과 고정이론 집단간의 유의미한 차이는 발견되지 않았다.

위에서 나타난 암묵적 이론의 영향은 참가자들의 창의적 성격을 통제한 뒤에도 여전히 유의하였다. 창의적 성격을 공변인으로 한 일원 변량분석 결과, 증진이론 조건과 고정이론 조건간의 TTCT 점수 평균에 유의미한 차이가 존재하였으며($F(1, 31) = 4.271, p < .05$), 독창성($F(1, 30) = 5.123, p < .05$)과 정교성($F(1, 30) = 4.605, p < .05$) 요인에서 점수의 차이가 유의미하였다.

연구 1에서는 창의성에 대한 암묵적 이론이 실제 창의적 수행에 미치는 영향을 알아보았다. 분석 결과, 증진 이론으로 조작이 된 집단의 참가자는 고정 이론으로 조작이 된 집단의

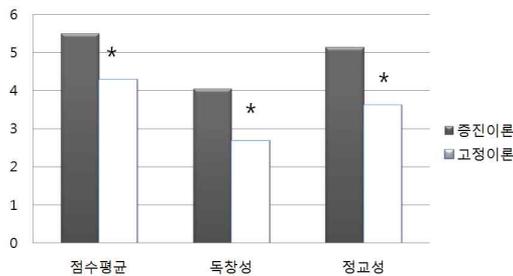


그림 2. 암묵적 이론에 따른 TTCT점수

참가자보다 ‘독창성’과 ‘정교성’ 요인에서 높은 점수를 받아 전체적으로 창의적 수행을 잘 해내는 것을 확인할 수 있었다. 다만, 자기평가 과정에서는 암묵적 이론의 영향이 발견되지 않았다. 이는 자신의 수행을 스스로 평가하는 과정은 암묵적 이론과 별 관계가 없거나 혹은 보다 강력한 다른 요인들이 개입되기 때문일 수 있다. 그러나 자신평가에 영향이 없다고 해서 창의성에 대한 암묵적 이론이 ‘평가’ 자체에 영향을 미치지 않는다고 할 수는 없다. 따라서 타인의 창의성 평가에 미치는 암묵적 이론의 영향을 알아보기 위해 연구 2가 실시되었다.

연구 2

연구 1에서 보인 암묵적 이론의 효과가 창의성 평가에 끼치는 영향을 살펴보기 위해 연구 2를 진행하였다. 연구 2에서는 평소 자신이 지니고 있는 암묵적 이론과 비교적 자신과 거리가 먼 제 3자의 창의적 산물에 대한 평가를 살펴봄으로써 산물 생산자가 아닌 평가자로서의 의사결정 과정에서 나타나는 암묵적 이론의 효과를 알아보려고 하였다. 동시에 제품 평가에 영향을 끼칠 수 있는 개인차 변인인 심미적 취향을 함께 측정하여 변인들의 관계를 탐색해보려고 하였다.

방법

연구 참가자

서울 소재 대학교에서 심리학 과목을 수강

하는 학부생 53명(남자 33명, 여자 20명)을 대상으로 설문을 진행하였다. 참가자들의 평균 연령은 만 24.03세($SD = 1.63$)였고, 설문은 온라인으로 진행되었다. 모든 참가자는 크레딧 이수 조건으로 실험에 참가해 설문 완료 후 1 크레딧을 부여받았다. 설문 시간은 대략 15분 정도 소요되었다.

연구 절차 및 연구 도구

암묵적 이론

O'Connor, Nemeth, & Akutsu(2012)가 제작한 창의성의 암묵적 이론 문항으로 참가자들이 본래 지니고 있던 창의성에 대한 암묵적 이론을 측정하였다. 척도는 총 다섯 문항으로 되어 있고 문항들 간의 내적 일치도는 .77로 보고되었다. 문항은 고정이론 세 문항 “나는 일정한 양의 창의성을 가지고 있고 그것을 변화시키는 일은 현실적으로 어렵다”, “나는 처음부터 지니고 태어난 창의성의 양 만큼 창의성을 발휘할 것이다.”, “나의 창의성 수준은 생애동안 일정하게 유지될 것이다.”와 증진이론 두 문항 “창의성은 개인적인 노력과 수고를 통해 발전시키고 증가될 수 있다”, “창의성은 연습과 교육을 통해 증가되기 쉽다”에 대한 동의 정도를 1점(전혀 동의하지 않는다)에서 6점(매우 동의한다) 사이로 답하였다. 분석 시에는 증진이론에 대한 문항을 역코딩으로 채점하여 총합이 클수록 고정이론에 가까운 암묵적 이론을 가지고 있는 것으로 해석할 수 있었다.

창의적 산물 평가

평가에 사용되는 타인의 창의적 산물은 기존 연구를 참고하여 제작되었다. 그 동안의

연구들에서는 평가의 대상이 되는 산물로서 T셔츠(Besemer & O'Quin, 1986), 병따개, 만화, 예술작품(Besemer & O'Quin, 1987), 광고물(White & Smith, 2001), 의자(Besemer & O'Quin, 1998, 1999) 등이 다양하게 채택되었다. 본 연구에서는 일상에서 볼 수 있는 창의적 산물인 디자인 제품이 사용되었다. 즉 일반 생활 용품이며 시중에 나와 있으나 흔히 보지 못하는 디자인을 가지고 있으며, 디자인으로부터 오는 정서를 통제하고자 긍정적 또는 부정적인 정서적 정보를 지닌 제품으로 선정하였다. 제품은 총 10가지를 사용하였고 모두 사진으로 제시하였다. 서울소재 대학 학부 및 대학원생을 대상으로 사전조사를 통해 사진에 나타난 제품이 정서적 정보를 지니고 있는지 확인하였다. 32개의 기존 제품들의 사진이 주는 긍정적 정서와 부정적 정서를 9점 척도로 평가하도록 하였고, 긍정 또는 부정적 정서에 대한 평가 점수가 상위 5개 제품을 각각 선정하여 10가지 제품을 최종 자극으로 사용하였다. 긍정적인 정서적 정보를 지닌 상위 5개 제품은 스누피 개 집, 우산꽃이, 나뭇잎 포스트 잇, 사람이 들고 있는 전등, 자전거였고, 부정적인 정서적 정보를 지닌 상위 5개 제품은 뇌 모양 램프, 강아지 모양 가방, 정맥 주사대 램프,



그림 3. 평가에 사용된 제품들(좌: 긍정정서, 우: 부정정서)

손가락 USB, 근육의자, 방울뱀 모양 램프였다 (그림 3).

창의적 산물의 평가차원 또는 판단기준으로 제시된 모형에는 '창의적 산물 분석행렬(Creative Product Analysis Matrix)'이 있다 (Besemer, 1998). 이러한 평가차원은 '참신성(Novelty, 독창적이고 놀라운가?)', '실용성(Resolution, 유용하고 이해가능한가?)', 및 '정교성(Elaboration and Synthesis, 우아하고 잘 만들어졌는가?)'의 3요인으로 구성되어 있다. 여기서 '참신성'이란 재료, 과정, 개념 및 산물을 만드는 방법에 있어서의 새로움을 의미하고, '실용성'이란 산물이 으레 기대되는 기능을 얼마나 잘 수행하느냐의 정도를 말하며, '정교성'은 산물의 형식적 요소(stylistic components)를 내포한다(Besemer & O'Quin, 1999). 연구 2에서는 창의적 산물 분석행렬의 3가지 하위요인을 평가의 기준으로 선택하였다.

심미적 취향

제품의 시각적 심미감에 대하여 개인이 가지고 있는 중요성을 알아보기 위해 CVPA검사(Centrality of Visual Product Aesthetics, Bloch, Bunel, & Arnold, 2003)를 실시하였다. 이 검사는 개인이 가지고 있는 제품에 대한 안목, 인지, 범주, 평가 능력을 보며, 디자인에 대한 개인적, 사회적 가치를 측정한다. 또한 제품 디자인에 대한 반응의 개인차를 측정한다. 총 11개 문항(가치관련 4문항, 안목관련 4문항, 반응관련 4문항)으로 이루어져 있으며 7점 척도로 제시되었다.

제품 호감도 및 구매의사

각 제품들의 호감도와 구매의도를 측정하기 위해 안서원, 김범준, 박수애(2008)가 사용한

문항을 변환하여 이용하였다. '나는 이 제품을 구매하고 싶다'라는 명제에 대하여 11점 척도(-5: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다)로 평정하게 했으며, 문항은 제품 사진 바로 아래에 제시되어 제품들의 사진을 보며 구매 의도를 표시할 수 있게 하였다. 호감도도 마찬가지로 이 제품에 얼마나 호감을 느끼는지 '나는 이 제품에 호감을 느낀다'라는 명제에 대하여 11점 척도(-5: 전혀 그렇지 않다, 5: 매우 그렇다)로 평정하였다.

실험 절차

참가자들은 정해진 기간 내에 각자 편한 시간에 서베이 몽키 사이트에 접속하여 설문을 진행하였다. 설문이 시작되기 전에 참가자들은 개인정보의 보장과 중도포기에 대한 참가자의 권리에 대하여 정보를 제공받았고, 참가동의를 선택한 후 설문이 시작되었다. 참가자는 먼저 모니터를 통해 제시되는 제품의 사진을 보고 제품에 대한 3가지 창의성 요인(참신성, 실용성, 정교성), 호감도와 제품에 대한 구매의사를 각각 11점 척도로 평가하였다. 평가를 마친 뒤 모든 참가자는 암목적 이론 설문지와 심미적 취향 척도, 개인 정보(성별과 나이)에 대해 응답하였다. 모든 실험 자극은 서베이 몽키를 사용한 컴퓨터 프로그램으로 제작되었다.

결과 및 논의

암목적 이론이 창의성 평가에 미치는 영향

암목적 이론 성향에 따라 제품의 창의성 평가에 차이가 있는지 확인하기 위해 참가자들

의 암묵적 이론의 총합을 평균을 기준으로 나누어 집단 간 변인으로 사용하고, 각 집단이 평가한 창의성의 하위 요인별 점수를 t 검증을 이용하여 비교하였다. 분석 결과, 그림 4에서 볼 수 있듯이 증진이론을 지닌 참가자들은 긍정적 정서를 지닌 제품에 대해 평가한 참신성($M = 8.16, SD = 1.08$) 점수는 고정이론을 지닌 참가자들이 평가한 참신성($M = 7.20, SD = 1.56$)점수보다 유의미하게 높았다($t(49) = -2.583, p < .05$). 또한 증진이론 참가자들이 평가한 실용성($M = 7.86, SD = 1.16$) 점수는 고정이론을 지닌 참가자들이 평가한 실용성($M = 7.06, SD = 1.29$) 점수보다 유의미하게 높았다($t(49) = -2.326, p < .05$), 마지막으로 증진이론 참가자들의 정교성($M = 8.13, SD = 0.94$) 점수 역시 고정이론 참가자들의 정교성($M = 7.36, SD = 1.28$) 점수보다 유의미하게 높았다($t(49) = -2.446, p < .05$).

암묵적 이론이 심미적 취향, 제품에 대한 호감도 및 구매의사에 미치는 영향

개인의 암묵적 이론 성향과 주요 변인들 간의 관계를 파악하기 위해서 상관관계를 분석하였다(표 1). 먼저 암묵적 이론 성향과 심미적 취향 간에는 유의한 정적 상관관계가 있는

것으로 나타났다($r = .337, p < .05$). 또한 암묵적 이론 성향과 긍정적인 제품에 대한 호감도 간에는 유의한 부적 상관관계가 있는 것으로 나타났으며($r = -.208, p < .05$), 긍정적 제품에 대한 구매의사와도 유의한 부적 상관을 보였다($r = -.304, p < .05$). 즉, 창의성에 대해 고정이론을 가지고 있을수록 제품의 심미감을 중요하게 생각하고, 자극으로 제시된 제품에 대한 호감도와 구매의사가 낮아짐을 확인할 수 있었다. 부정적인 정서를 지닌 제품은 어떤 변수와도 상관이 존재하지 않았다.

암묵적 이론과 매개변인이 호감도와 구매의사에 미치는 영향

상관 분석 결과를 바탕으로 Baron과 Kenney (1986)이 제안한 통계 분석 모형을 사용하여

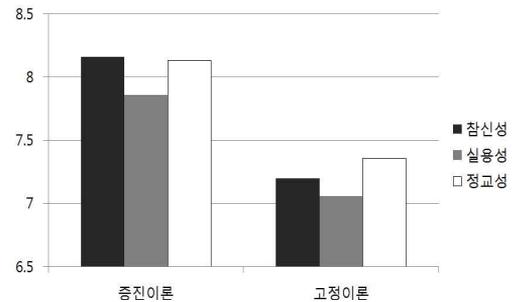


그림 4. 암묵적 이론에 따른 제품평가

표 1. 암묵적 이론과 변인들과의 상관관계

변인	1	2	3	4
1. 암묵적 이론				
2. CVPA	.337*			
3. 호감도	-.390**	-.416**		
4. 구매의사	-.304*	-.384**	-.716**	

* $p < .05$, ** $p < .01$

암묵적 이론이 긍정적 제품의 호감도와 구매 의사에 미치는 영향에 대한 심미적 취향의 매개효과를 분석하였다. Baron과 Kenny가 제안한 방식에 의하면 독립변수가 매개변수에 유의미한 영향을 미쳐야 하고, 독립변수가 통제된 상태에서 매개변수가 종속변수에 유의미한 영향을 미쳐야 하며, 독립변수가 종속변수에 유의미한 영향을 미쳐야 한다. 이 세 조건을 만족시켰을 때 비로소 매개분석이 가능하다. 기본 조건이 만족된 후 매개변수를 통제하였을 때, 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력이 여전히 유의하게 존재하면 부분매개효과가 있는 것으로 판단하고, 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력이 유의미하지 않게 되면 완전매개효과가 있는 것으로 판단한다.

매개효과 검증을 위한 각 회귀분석 결과는 표 2와 같다. 먼저, 창의성에 대한 암묵적 이론이 고정이론에 가까울수록 심미적 취향이 높게 나타났고($\beta = .337, p < .05$), 다음으로 심미적 취향이 높을수록 제품에 대한 호감도는 낮게 나타났다($\beta = -.416, p < .005$). 마지막으로,

암묵이론이 고정이론에 가까울수록 제품에 대한 호감도는 낮게 나타났다($\beta = -.390, p < .005$). 암묵이론이 호감도에 미치는 영향은 심미적 취향을 통제한 후 줄어들었다($\beta = -.282, p < .05$). 따라서 심미적 취향이 암묵적 이론과 제품 호감도 간의 관계를 부분 매개한 것으로 해석할 수 있었다.

같은 방법으로 암묵적 이론 성향이 구매의사에 미치는 영향에 대해 심미적 취향이 매개변인으로서 작용하는지 검증해 보았다. 먼저, 암묵적 이론이 고정이론에 가까울수록 심미적 취향은 높게 나타났다($\beta = .337, p < .05$). 다음으로, 심미적 취향이 높을수록 제품에 대한 구매의사는 낮게 나타났다($\beta = -.384, p < .01$). 마지막으로, 암묵이론이 고정이론에 가까울수록 제품에 대한 구매의사는 낮게 나타났다($\beta = -.304, p < .05$). 암묵이론이 구매의사에 미치는 영향은 심미적 취향을 통제한 후 유의미하지 않았다($\beta = -.197, n.s.$). 따라서 심미적 취향이 참가자의 암묵적 이론 성향과 구매의사 간의 관계를 완전매개 한다고 판단되

표 2. 암묵적 이론과 제품에 대한 평가간의 관계에서 심미적 취향의 매개효과

예측변인(A)	매개변인(B)	종속변인(C)	단계	경로	표준화된 회귀계수
암묵적 이론	심미적 취향	호감도	1	A → B	.337*
			2	A → C	-.390***
			3	B → C (A통제)	-.416***
			4	A → C (B통제)	-.282*
암묵적 이론	심미적 취향	구매의사	1	A → B	.337
			2	A → C	-.304*
			3	B → C (A통제)	-.384**
			4	A → C (B통제)	-.197

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .005$.

었다.

연구 2에서는 제 3자의 창의적 산물에 대한 평가에서 암묵적 이론과 심미적 취향이 호감도와 구매의사에 미치는 영향을 살펴보았다. 분석 결과, 창의성에 대해 고정이론을 가지고 있는 참가자일수록 제품의 심미감을 중요하게 생각하고, 자극으로 제시된 제품에 대한 호감도와 구매의사가 낮아짐을 확인할 수 있었다. 이러한 효과는 긍정적 정서가를 지닌 제품 디자인에 한하여 발견되었으며 부정적인 정서가를 지닌 제품에서는 참가자들의 암묵적 이론에 따른 영향이 발견되지 않았다.

종합논의

본 연구에서는 창의성에 대한 암묵적 이론의 차이가 실제 창의적 과제 수행 및 타인의 창의적 산물 평가에 어떻게 영향을 미치는지 알아보고자 하였다. 먼저 연구 1에서는 실험적으로 도출된 참가자들의 암묵적 이론이 실제 수행에 끼치는 영향을 확인하였으며, 창의적 성격을 통제한 후에도 암묵적 이론이 수행에 미치는 영향이 유의한지 살펴보았다. 연구 2에서는 연구 1에서 확인하지 못한 창의성의 평가과정에 미치는 암묵적 이론의 영향을 제품 평가를 통해 살펴보았다. 또한, 개인의 심미적 취향이 참가자들의 암묵적 이론과 평가간의 관계를 매개하는지 알아보고자 하였다.

연구 결과는 고정 이론이 가져오는 수행의 저하를 보고한 다른 영역에서의 연구들과 일치하는 양상을 보였다(Blackwell et al., 2007). 즉, 창의성을 변화하지 않는 속성으로 여기는 집단은 변화하는 속성으로 여기는 집단에 비해 창의성 수행 점수와 평가 점수가 유의미하

게 낮았다. 연구로부터 밝혀진 결과들을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 창의성의 변화 가능성에 대한 암묵적 이론은 실험적으로 조작할 수 있다. 연구 1에서 참가자들은 신문기사 형식의 글을 읽음으로써 창의성의 변화 가능성에 대해 일시적으로 점화될 수 있었다. 둘째, 창의성에 대한 암묵적 이론은 TTCT 과제를 통해 측정된 실제 창의성에 영향을 미쳤다. 구체적으로, 증진이론이 점화된 집단은 고정이론이 점화된 집단에 비해 TTCT점수의 평균을 비롯하여 평가기준의 하위요인 중 유창성을 제외한 독창성과 정교성 요인에서 더 나은 수행을 보였다. 또한 위 효과는 개인차 변인인 창의적 성격을 통제한 후에도 유의미한 것으로 나타났다. 셋째, 개인이 가진 암묵적 이론은 타인의 창의적 산물의 평가 과정에 영향을 끼친다는 가능성이 확인되었다. 연구 2에서 참가자들이 창의적 산물 분석행렬(Besemer, 1998)의 세 가지 기준 및 호감도와 구매의사로 제품 디자인을 평가하는 과정에서 증진이론에 가까운 참가자들일수록 고정이론에 가까운 참가자들에 비해 제품의 참신성, 실용성, 정교성을 높이 평가하였다. 또한 증진이론에 가까운 참가자들일수록 제품 호감도와 구매의사가 고정이론에 가까운 참가자들에 비해 높아짐을 발견하였다. 개인차 변인인 ‘심미적 취향(CVPA)’ 점수가 암묵적 이론과 호감도, 구매의사와의 관계를 매개함이 확인되었다.

본 연구는 다음과 같은 학문적 의의와 시사점을 지니고 있다. 첫째, 기존의 암묵적 이론이 창의성에 영향을 준다는 연구를 재검증하였으며, 성격, 심미적 취향과 같은 개인 내적 변인을 추가하여 살펴보았다. 기존 연구(O'Connor, Nemeth, & Akutsu, 2012)에서 창의성에 대한 증진 이론은 더 높은 창의적 사고에

의 흥미, 자기 보고된 창의성, 창의적 문제 해결 능력, 전생애적 창의적 성취를 예측한다고 나타났으나 암묵적 이론을 제외한 개인 내적 변인을 살펴보지 않았다. 본 연구를 통해 창의적 성격은 암묵적 이론이 수행에 미치는 효과에 대하여 영향을 끼치지 않음이 확인되었다. 또한 연구 2에서는 암묵적 이론과 평가 사이에 개인의 심미적 취향이 가지는 매개효과를 밝힘으로써 아직 원리가 규명되지 않은 암묵적 이론의 작동 매커니즘이 될 수 있는 가능성 중 하나를 제안하였다는 점에서 의의가 있다. 선행 연구의 저자들은 지능에 대하여 고정 이론을 가진 학생들은 특정한 상황(예: 부정적 피드백 후의 수행 등)에서 증진 이론을 가진 학생들에 비하여 낮은 동기를 가지게 되고 이러한 동기의 저하는 장기간 지속되거나 반복되어 내면화 되어 성공이 아닌 실패를 기대하게 되는 결과를 가져올 수 있다고 제안하였다(Blackwell et al., 2007). 창의성의 영역의 연구에서는 증진 이론의 접화가 확장적 사고를 촉진시킬 수 있다는 가능성이 제기되어 왔다(O'Connor, Nemeth, & Akutsu, 2012). 이러한 맥락에서 개인의 심미적 취향이 암묵적 이론과 창의적 산물에 대한 선호도, 구매의사 사이의 관계를 매개하는 효과는 암묵적 이론이 직접적으로 수행 혹은 평가에 영향을 끼치기 보다는, 개인의 귀인 양식이나 의사결정 준거를 변화시킴으로써 단계적으로 행동에 영향을 끼칠 수 있다는 가능성을 시사한다.

둘째, 참가자들에게 기사를 통한 증진이론의 접화만으로도 일시적으로 다음 수행의 독창성과 정교성이 증가한 것으로 나타났다는 점에서 본 실험의 결과는 교사, 부모 및 조직 관리자들에게 시사점을 제공한다. 연구 1에서 사용된 접화 방법은 일상에서 학생이나 조직

구성원이 접할 수 있는 메시지들이다. 실제로 증진 이론적인 심리 구조(incremental belief mindsets)를 학생들에게 소개하는 것으로도 지속적이고 안정적인 이득이 나타남이 연구로 증명되었다(Blackwell et al., 2007; Yeager, Trzsniewski, & Dweck, 2012). 사회 전반적으로 창의성과 혁신에 대한 요구가 높아지고 있음을 고려할 때 본 연구는 창의성을 촉진시킬 수 있는 유효한 방법을 제안하고 있다.

셋째, 본 연구는 선행연구와 달리 개인의 인지와 수행에 미치는 암묵적 이론의 영향을 타인에 대한 평가 영역에까지 확장시켜 살펴 보았다는 점에서 의의가 있다. 지금까지의 창의성 연구는 창의적인 사고를 하고 산물을 생산하는 주체에 초점을 맞춰왔다. 그러나 Csikszentmihalyi의 체계 모델(1996)에서 언급되었듯이 창의성의 발현에는 혁신을 가져오는 개인 외에도, 혁신을 제대로 평가하고 수용하는 현장의 역할이 중요하다. 연구 2에서는 이러한 평가자로서의 개인이 지니고 있는 암묵적 이론의 영향을 규명함으로써 암묵적 이론이 개인의 수행 뿐 아니라 창의적 산물에 대한 평가에도 영향을 미칠 가능성을 보여주었고 더불어 창의성의 영역에서의 평가자 연구의 필요성을 입증하였다. 또한 암묵적 이론이 평가자 편향의 선행될 수 있다는 가능성을 제기하여 평가 과정에 보다 정교하고 장기적인 개입이 필요함을 시사하고 있다.

한편, 표집의 특성상 본 연구가 가지는 제한점이 있다. 실험에 참가한 학생들은 서울 소재 4년제 대학교에 재학 중인 학생들로, 비교 집단은 없지만 이미 일정 수준 이상의 인지 능력을 검증받은 것으로 추정해 볼 수 있다. 때문에 좀 더 다양한 구성원의 표집을 대상으로 연구가 실시된다면 좀 더 타당한 연구

로서 함의를 가질 수 있을 것이다. 같은 맥락에서 실험 연구가 참가자 간 설계로 이루어져 성격, 정서 등을 제외한 다른 변인의 통제가 이루어지지 못한 점을 미루어 볼 때, 추후 연구에서는 시간차를 둔 참가자 내 설계 등으로 실험 방법을 정교화 할 필요가 있을 것이라고 예상된다. 이 외에도 암묵적 이론의 작동 매커니즘 규명하는 과정에서 본 연구는 소비자 심리학에서 주로 사용하는 변인을 사용하였다는 한계가 있다. CVPA는 비록 시각적 제품에 대하여 개인마다 가지고 있는 심미적 취향의 개인차를 잘 측정하는 도구이지만, 암묵적 이론의 영향을 받는 귀인 방식이나 판단 준거라고 하기에는 특성화되고 간접적인 변인을 측정하였다고 볼 수 있다. 때문에 보다 직접적이고 구체적인 귀인 양식, 동기, 의사결정 준거 변인을 측정하여 암묵적 이론과의 영향 관계를 명확하게 규명할 필요가 제기된다. 마지막으로, 평가라는 활동의 특성 상 통제되었어야 할 많은 변인들이 개입되었을 가능성이 있다. 디자인이라는 산물의 특성과 집단주의-개인주의, 혁신 제품에 대한 수용도, 물질주의 등의 변인들도 제품의 평가에 영향을 미쳤을 가능성이 있다. 따라서 추후 연구에서는 '창의적 산물'이라 할 수 있는 자극의 다양화 혹은 변수의 통제를 통해 정교화된 연구가 가능할 것이라고 예상된다.

참고문헌

김영록, 이순목 (2004). 한국판 창의적 산물 평가도구의 개발 및 구조확인. *한국심리학회지: 산업 및 조직*, 17(3), 305-327.

박병기 (1998). *창의성 교육의 기반*. 서울: 교육

과학사.

송인섭, 김혜숙 (1999). 창의성 개념 정립을 위한 탐색적 연구 · 암시적 창의성 이론을 중심으로. *교육심리연구*, 13(3), 93-117.

안서원, 김범준, 박수애 (2008). 고액권 사용에 대한 연구: 만원 10장 ≠ 10만원 1장? *한국심리학회지: 사회 및 성격*, 22, 35-43.

정옥분, 김경은, 박연정 (2005). 청소년과 교사가 지각하는 창의성교육의 실태조사. *한국가정교육학회*, 17(1), 29-53.

하주현 (2000). 창의적 인성검사 개발. *교육심리연구*, 4(2), 187-210.

한기순 (2000). 창의성의 영역한정성과 영역보편성에 관한 분석과 탐구. *영재교육연구*, 10(2), 47-69.

한기순 (2003). 과학영역에서의 창의성 계발을 위한 프로그램의 개발과 적용. *영재와 영재교육*, 2(1), 135-176.

Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to "the social psychology of creativity."* Westview Press.

Amabile, T. M. (1989). *Growing up creativity: Nurturing a lifetime of creativity.* 전경원(역) (1989). *창의성과 동기유발*. 창지사

Amabile, T. M. (1983). The social psychology of creativity: a componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 357-376.

Baer, J. (1999). Domains of Creativity. In Runco, M. A. & Pritzker, S. R.(Eds.), *Encyclopedia of Creativity* (pp.591-596). Academic Press.

Baer, J. (1998). The case for domain specificity of creativity. *Creativity Research Journal*, 11, 173-177.

Barron, F., & Harrington, D. M. (1981).

- Creativity, intelligence, and personality. *Annual Review of Psychology*, 32, 439-476.
- Besemer, S. P., & O'Quin, K. (1999). Confirming the three-factor creative product analysis matrix model in an American sample. *Creativity Research Journal*, 12, 287-296.
- Besemer, S. P. (1998). Creative Product Analysis Matrix: Testing the Model Structure and a Comparison Among Products-Three Novel Chairs. *Creativity Research Journal*, 11, 333-346.
- Besemer, S. P., & O'Quin, K. (1987). Creative product analysis: Testing a model by developing a judging instrument. *Frontiers of creativity research: Beyond the basics*, 367-389.
- Besemer, S. P., & O'Quin, K. (1986). Analyzing creative products: Refinement and test of a judging instrument. *The Journal of Creative Behavior*, 20, 115-126.
- Bergen, R. (1991). *Beliefs about intelligence and achievement-related behaviors*. Unpublished doctoral dissertation, University of Illinois, Urbana-Champaign.
- Blackwell, L. S., Trzesniewski, K. H., & Dweck, C. S. (2007). Implicit theories of intelligence predict achievement across an adolescent transition: A longitudinal study and an intervention. *Child development*, 78, 246-263.
- Bloch, P. H., Brunel, F. F., & Arnold, T. J. (2003). Individual differences in the centrality of visual product aesthetics: Concept and measurement. *Journal of consumer research*, 29, 551-565.
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*, New York: Harper Collins.
- Csikszentmihalyi, M. (1988). Society, culture, and person: a systems view of creativity. In R. J. Sternberg (Ed), *The Nature of Creativity*, (pp. 325-339). Cambridge: MA: Cambridge University Press.
- Davis, G. A. (1999). *Creativity is forever*(4th ed). IO: Kendall/Hunt.
- Dacey, J. S., Lennon, K., & Fiore, L. B. (1998). *Understanding creativity: The interplay of biological, psychological, and social factors*, 8. San Francisco: Jossey-Bass.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Springer.
- Diakidoy, I. N. & Spanoudis, G. (2002). The issue of domain specificity in creativity testing: A comparison of performance on general divergent-thinking test and a paralld content-specific test. *The Journal of Creative Behavior*, 36, 41-61.
- Dweck, C. S., Chiu, C. Y., & Hong, Y. Y. (1995). Implicit theories and their role in judgments and reactions: A word from two perspectives. *Psychological Inquiry*, 6, 267-285.
- Dweck, C. S., yi Hong, Y., & yue Chiu, C. (1993). Implicit Theories Individual Differences in the Likelihood and Meaning of Dispositional Inference. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 19, 644-656.
- Dweck, C. S. (1986). Motivational processes affecting learning. *American psychologist*, 41, 1040-1048.
- Dweck, C. S., & Leggett, E. L. (1988). A social-cognitive approach to motivation and personality. *Psychological review*, 95, 256-273.

- Elliott, E. S., & Dweck, C. S. (1988). Goals: An approach to motivation and achievement. *Journal of personality and social psychology, 54*, 5-12.
- Ennis, R. H. (1990). The extent to which critical thinking is subject-specific: Further clarification. *Educational Researcher, 19*(4), 13-16.
- Eisenberger, R. & Cameron, J. (1998). Reward, Intrinsic motivation, and Creativity: New Findings. *American Psychologist, 53*, 673-682.
- Eisenberger, R., & Cameron, J. (1996). Detrimental effects of reward: Reality or myth? *American Psychologists, 51*, 1153-1166.
- Eisenberger, R., & Selbst, M. (1994). Does reward increase or decrease creativity?. *Journal of Personality and Social Psychology, 66*, 1116-1127.
- Goodnow, J. (1981). Everyday ideas about cognitive development, In J. P. Forgas (Ed.). *Social cognition perspectives on everyday understanding*, 85-112, New York: Academic Press.
- Guilford, J. P. (1956). The structure of intellect. *Psychological Bulletin; Psychological Bulletin, 53*, 267-293.
- Hocevar, D., & Bachelor, P. (1989). A taxonomy and critique of measurements used in the study of creativity.
- Hayes, J. R. (1989). Cognitive presses in creativity. In J. A. Glover, R. R. Ronning, & C. R. Reynolds (Eds.), *Handbook of creativity* (pp.135-146). New York: Plenum Press.
- Hennessey, B. A., Amabile, T. M., & Mueller, J. S. (1999). Consensual assessment. *Encyclopedia of creativity, 1*, 346-359.
- Hennessey, B. A., & Zbikowski, S. M. (1993). Immunizing children against the negative effects of reward: A further examination of intrinsic motivation training techniques. *Creativity Research Journal, 6*, 297-307.
- Kaufman, J. c., & Baer, J. (2004). Hawking's Haiku, Madonna's math: Why it's hard to be creative in every room of the house. In R. J. Sternberg, E. L. Grigenko, & J. L. Singer (Eds.), *Creativity: Form Potential to realization(pp.3-19)*. Washington DC: American Psychological Association.
- Knee, C. R., Patrick, H., & Lonsbary, C. (2003). Implicit theories of relationships: Orientations toward evaluation and cultivation. *Personality and Social Psychology Review, 7*, 41-55.
- Lubart, T. I. (1994). Creativity. In R. J. Sternberg (Ed.), *Thinking and problem solving* (pp.289-332). New York: Academic Press.
- MacKinnon, D. W. 1978. *In search of human effective-ness: Identifying and developing creativity*. Buffalo: Creative Education Foundation.
- Mayer, R. E. (1999). 22 Fifty Years of Creativity Research. *Handbook of creativity, 449*.
- Mumford, M. D., & Gustafson, S. B. (1988). Creativity syndrome: Integration, application, and innovation. *Psychological bulletin, 103*, 27-43.
- Mednick, S. (1962). The associative basis of the creative process. *Psychological review, 69*, 220.
- O'Connor, A. J., Nemeth, C. J., & Akutsu, S. (2012). Consequences of Beliefs about the Malleability of Creativity. in Press.
- Orth, U. R., Campana, D., & Malkewitz, K. (2010). Formation of consumer price

- expectation based on package design: Attractive and quality routes. *The Journal of Marketing Theory and Practice*, 18, 23-40.
- Piirto, J. (2004). Understanding creativity. Scottsdale, AZ: Great Potential Press.
- Plucker, J. A. (1998). Beware of simple conclusions: The case for content generality of creativity. *Creativity Research Journal*, 11, 179-182.
- Ross, M. (1989). Relation of implicit theories to the construct of personal histories. *Psychological Review*, 96, 341-357.
- Runco, M. A., Plucker, J. A., & Lim, W. (2001). Development and psychometric integrity of a measure of ideational behavior. *Creativity Research Journal*, 13, 393-400.
- Runco, M. A., Montuori, A., & Purser, R. (1999). Creativity need not be social. *Social Creativity*, 1, 237-264.
- Shalley, C. E., Gilson, L. L., & Blum, T. C. (2000). Matching creativity requirements and the work environment: Effects on Satisfaction and Intentions to leave. *Academy of Management Journal*, 43, 215-223.
- Sternberg, R. J. (2005). The domain generality versus specificity debate: How should it be posed? In J. C. Kaufman & J. Baer (Eds.), *Creativity across domains: Faces of the muse* (pp. 299-306). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Sternberg, R. J., Kaufman, J. C., & Pretz, J. E. (2002). *The creativity conundrum*. New York: Psychology Press.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1995). *Defying the crowd: Cultivating creativity in a culture of conformity*. Free Press.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1991). An investment theory of creativity and its development. *Human development*.
- Sternberg, R. J. (1987). Implicit theories: An alternative to modeling cognition and its development. *Formal methods in developmental psychology: Progress in cognitive development research*, 155-192.
- Sternberg, R. J. (1985). *Beyond IQ :A triarchic theory of human intelligence*. New York: Cambridge University Press.
- Torrance, E. P. (1990). Torrance test of creative thinking: Norms technical manuals. Figural (Streamlined) form A and B. IL: Scholastic Testing Service.
- Torrance, E. P. (1966). *Torrance test on creative thinking: Norms-technical manual*. Lexington, Mass: Personnel.
- Turiel, E. (1989). Domain-specific social judgments and domain ambiguities. *Merrill-Palmer Quarterly*, 35, 89-114.
- White & Smith, 2001
- Unsworth, K. (2001). Unpacking creativity. *The Academy of Management Review*, 26, 289-297.
- Wallach, M. A., & Kogan, N. (1965). *Modes of thinking in young children*. NY: Holt.
- Weisberg, R. W. (1999). Creativity and knowledge: A challenge to theories. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of creativity* (pp.226-250). New York: Cambridge University Press.
- White, A., & Smith, B. L. (2001). Assessing advertising creativity using the creative product semantic scale. *Journal of Advertising Research*, 41, 27-34.

Yeager, D. S., Trzesniewski, K., & Dweck, C. S. (in press). An implicit theories of personality intervention reduces adolescent aggression in response to victimization and exclusion. *Child Development*.

투고일자 : 2019. 05. 17.

수정일자 : 2019. 06. 20.

게재확정일자 : 2019. 06. 25.

The effect of implicit theories of creativity on creative thinking and evaluation

Jihyun Ahn

Young Woo Sohn

Eun Kyoung Chung

Yonsei University

Kangwon National University

The purpose of this study is to examine the effects of two different types of implicit theories (entity and incremental) and personal traits on creative thinking and evaluation of creative products. Ninety university students participated in the experiment. In study 1, participants were manipulated to endorse either incremental theory of creativity or entity theory of creativity and were asked to perform TTCT test, and to evaluate their performance. Results indicated that incremental group showed higher TTCT score than those with entity theories. In study 2, incremental theorists rated higher score in product evaluation and showed higher product liking and willingness to purchase than entity theorists. In addition, participants' centrality of visual product aesthetics mediated the relationship between implicit theories and product liking as well as purchasing intention. Theoretical and practical implications and limitations of these results are discussed.

Key words : *creativity, implicit theories, creative performance, creative product evaluation*