

동아시아의 창조성*

김청택 서울대학교 심리학과

이 논문에서는 동아시아에서 창조성이 어떻게 정의될 수 있는지와 국가의 창조성이 개인의 창조성과 어떻게 구분되는지를 개관했다. 관용 혹은 개방성이 아시아 사회의 창조성과 서구 사회의 창조성을 구별짓는 중요 변수이라는 점이 논의되었다. 이를 설명하기 위하여 개방성이 어떤 방식으로 사회의 창조성을 높일 수 있는지에 대한 가설이 제시되었다. 사회의 창조성은 개인의 창조성의 변산이 높아짐에 따라 증가하게 되는데, 개방성은 개인들의 창조성의 변산성을 높게 하기 때문에 사회의 창조성을 높게 한다. 이러한 논의에 근거하여, 아시아 사회에서 어떠한 방식으로 사회의 창조성을 증진시킬 수 있는지에 대한 제언을 하였다.

주제어 창조성, 창의성, 혁신, 문화, 아시아

I. 창조성이란 무엇인가?

창조성(creativity, 창의성)은 개인 능력의 한 측면을 나타내는 개념으로 주로 사용되고 발전되어 왔다. 이 분야의 학자들은 창의성을 매우 다양하게 정의하고 있지만, 대부분의 학자들이 동의하는 창의성에 대한 조작적 정의는 다음의 두 가지 중심 개념을 포함하고 있다. 첫째는 창의성은 새로운 아이디어나 대안 등을 만들어내는 능력이라는 것으로 이때의 중심 개념은 새로움(novelty)이다. 창의성은 새로움을 어떻게 정의하느냐에 따라 매우 다양한 형태와 방식으로 정의될 수 있고, 시대와 맥락에 따라 달라질 수 있다. 둘째는 새로운 아이디어나 대안 등이 사람들에게 수용될 수 있어야(acceptable idea) 한다는 것이다(Guildford, 1950).

* 이 연구는 서울대학교 아시아연구소의 2014년도 아시아연구기반구축 사업의 지원을 받아 수행되었으며(#SNUAC-2014-009), (주)두산의 연구비 지원을 받았다.

즉 유용성이 두 번째 중심 개념에 해당되는데, 이 의미는 새로운 상품을 만들어 내거나 새로운 방식으로 다양한 문제를 해결하거나 인간에게 즐거움을 제공하는 것 등을 포함한다. 여기서 새로움과 유용성은 상황에 따라서, 해석하는 사람에 따라서 다르게 정의될 수 있기 때문에 창의성에 대한 다양한 종류의 정의가 존재하게 된다.

이러한 정의에 기초하여 카우프만과 베게토(Kaufman and Beghetto, 2009)는 창조성을 세분화하여 네 가지로 분류했다. 그들은 창조성 연구에서 구분해온 소문자 c와 대문자 C의 창조성에 두 가지 창조성을 추가했다. 대문자-C 창조성(Creativity)은 탁월성 창조성으로 개인의 창조성이 특정한 영역의 창조성에 오랫동안 영향을 남기는 것을 말한다. 피카소나 에디슨, 톨스토이 등과 같은 사람이 이러한 창의성을 지니고 있는 예다. 소문자 c의 창조성(creativity)은 일상적인 창의성으로 일상생활에서 요리를 할 때 새로운 요리법을 만들거나 직장에서 주위 사람과 다른 문제해결 방안을 제시하는 것과 같은 창의성을 말한다. 카우프만은 이에 더하여 mini-c와 pro-c의 창의성을 제안했다. 전자는 c-Creativity를 분화한 것이고, 후자는 C-creativity를 분화한 것이다. 이렇듯 창조성은 다양한 관점과 맥락에서 사용되고 있는 개념이지만, 여기에서는 새로움과 유용성의 두 기본 개념을 중심으로 창조성을 논의하고자 한다.

아시아 국가 특히 한·중·일에서는 자신들의 창조성이 서양에 비해 낮다는 인식을 가지고 있다. 이 창조성 결여가 국가의 발전에 장애가 된다고 인식하고 있어 이를 높이기 위한 노력을 기울이고 있다. 한국에서는 창조경제가 강조되면서 미래창조과학부가 신설되었고, 중국에서는 중국공산당전국대표회의에 제출된 보고서에서 1992년에는 8회에 그쳤던 창조성에 대한 언급이 2002년에는 41회, 2007년에는 65회였을 정도로 더욱 강조되고 있다. 일본에서도 창조성이란 말을 직접적으로 사용하고 있지는 않지만, 2010년 6월에 발표한 신성장 전략에서는 창조성을 강조하고 있다. 국가뿐만 아니라 기업에서도 창의성을 매우 중요시한다. 예컨대 우리나라 대기업의 인재상과 대학의 교육이념에 대부분 창조성(창의성)이란 단어가 포함되어 있다. 삼성의 인재상은 ‘몰입, 창조, 소통의 가치 창조인’이며 LG전자의 네 가지 인재상 키워드 중 하나가 창조성이다.

그런데 아시아 국가들의 창조성은 과연 낮을까? 역사적으로 종이, 나침반, 화

약, 인쇄술 등과 같은 인류의 문명사를 바꾼 많은 발명들이 중국에서 나왔으며, 현재 한국, 중국, 일본의 3국이 새로운 상품을 꾸준히 개발하면서 지속적인 경제성장을 하고 있다. 이렇게 보면 아시아 국가들의 창조성이 낮다고만은 볼 수 없다. 그러나 동서양을 비교한 창의성에 관한 많은 연구들(Yi et al., 2013; Jaquish and Ripple, 1984; Niu and Sternberg, 2010)은 아시아의 학생들이 서양 학생들보다 창조성이 낮다고 보고하고 있다. 우리들은 대체로 이러한 생각에 동의하고 있는 것으로 보이며, 그 이유를 동양의 수직적이고 수용적인 생활방식과 사고방식 탓으로 돌리고 있는 것으로 보인다. 기업들은 창조적인 인재를 절실히 찾고 있지만 학교에서 창조적인 인재를 양성하지 못한다며 비판하고 있으며, 실제로 객관적인 창조성 지표에서 한국의 창조성은 높지 않다.

그렇다면 왜 한국을 비롯한 아시아 국가들의 창조성이 높지 못하다는 것일까? 첫 번째 가능성으로 생각해 볼 수 있는 것은 아시아인의 창조성이 서구인에 비해 태생적으로 낮다는 것이다. 그러나 많은 과학 문명들이 아시아에서 시작되었으며, 수많은 사상가, 예술가들을 배출했고, 최근 경제·사회적으로 괄목할 만한 발전을 이루고 있는 점을 고려하면, 아시아인들의 창의성이 낮다는 과학적 근거는 약한 것으로 보인다. 두 번째 가능성은 아시아의 교육이나 문화가 창조성의 발달을 저해한다는 것이다. 많은 학자가 이러한 설명을 받아들이는 것으로 보인다. 창조성의 기본은 기존에 없던 새롭고 가치 있는 아이디어를 산출해내는 것이다. 아시아인들은 개인으로 살아가기보다는 사회의 한 일원으로 살아가는 데 더 큰 가치를 두기 때문에 전통과 관습에 높은 가치를 둔다. 따라서 자신이 속해 있는 조직의 한 일원으로 역할을 충실히 하는 것을 매우 중요시하며 다른 사람들과 근본적으로 다른 생각을 하는 것을 꺼려하는 경향이 있다. 한국 사람을 대상으로 한 연구에서 창조적인 사람은 다른 사람의 의견에 관심을 기울이지 않고, 고집불통이며, 함께 일하는 사람들과 자주 충돌하면서, 무례하고, 정상적인 행동을 하지 않는다고 생각하는 경향이 있음을 발견했다(Lim and Plucker, 2001). 이는 자신의 조직의 틀을 깨는 아이디어를 만들어내는 사람들에 대해 반드시 긍정적인 생각만을 하지 않는다는 것을 시사하는 것이다.

그러나 기존의 틀을 깨고 새로운 틀을 만들어내는 창조성만 있는 것은 아니다. 기존의 틀 속에서 새로운 것을 찾아내는 창조성도 있다. 후자가 아시아인들

에게 가장 강점으로 나타나는 창조성이다. 우리나라 기업들이 세계 시장에서 경쟁력을 보이는 것은 바로 이러한 창조성 때문일 것이다. 아시아의 창조성 부족은 기존의 틀을 깨고 새로운 틀을 만들어내는 창조성이 부족한 것을 이야기하는 것이다.

아시아의 창의성에 대한 체계적이고 과학적인 동서양의 비교연구는 많지 않은 것으로 보인다. 이 논문에서는 동서양에서 정의되는 창조성은 무엇이며, 이들이 동서양에서 어떤 차이가 나는지를 개관하고자 한다.

II. 서양의 창조성과 동양의 창조성은 동일한가?

창조성에 대한 정의와 연구는 서구를 중심으로 행해져 왔다. 창조성은 사회적 맥락 속에서 다르게 인식되기 때문에 한 사회에서 창조적인 것이 다른 사회에서는 창조적인 것이 되지 않을 수 있다(Plucker and Beghetto, 2004). 서양 세계와 사회의 맥락에서 정의된 창조성의 개념은 서양 중심으로 편향되어 있어서 아시아인이나 사회에는 불리한 방식으로 정의되었을 가능성이 있다. 몇몇 학자들은 서양에서 정의되는 것과 다른 아시아인의 창조성이 있을 수 있음을 지적하고 있다. 리(Li, 1997)는 수직적 창조성과 수평적 창조성이 구분되어야 하며, 아시아의 창조성은 기존에 있던 틀에서 새로운 것을 만들어내는 것, 즉 수직적 창조성에 더 장점이 있다고 주장했다. 이는 서양인들이 기존의 틀을 부수고 새로운 틀을 만들어내는 수평적 창조성에 더 장점이 있는 것과는 구분된다.

실제로 아시아 국가들은 미국의 실리콘밸리와 같이 기존의 틀을 완전히 무너뜨리는 혁신적 제품을 만들어내는 데에는 약점을 보이지만, 기존의 제품을 혁신하여 새로운 가치를 효율적으로 창조해내는 데는 매우 성공적이다. 아시아 국가들은 인재 개발에 많은 투자를 하고, 부단하게 기술을 개발하여 혁신을 이루고 있다. 한·중·일 국민들도 자신들의 창조성이 낮다는 인식을 가지고는 있지만, 서양 사람들의 인식과는 다소 차이가 있는 것으로 보인다. 아도비가 미국, 영국, 독일, 프랑스, 일본을 대상으로 한 창조성 연구(Adobe, 2012)에 따르면, 일본인은 자신들이 미국인보다 덜 창조적이라 생각하지만, 유럽 3개국 사람들은 일본인

을 미국인보다 더 창조적이라고 생각한다. 최근 미국에서는 알리바바의 성공 사례를 중심으로 아시아의 창조성에 대해 관심을 가지기 시작했다. 이러한 점들을 고려하면 아시아 국가들은 수평적 창조성은 부족하지만 수직적 창조성은 높을 개연성이 있다.

그렇다면 왜 아시아 국가 사람들은 수평적 창조성이 낮은 것일까? 사회문화적인 환경에서 그 원인을 찾을 수 있다. 아시아에서는 소위 ‘창조적인 사람’을 반드시 긍정적으로만 평가하지 않는다. 즉 행동과 성격의 측면에서 다소 부정적인 시각을 가지고 있다(Lim and Plucker, 2001; Chan and Chan, 1999; Rudowicz and Hui, 1997). 창의적인 사람들에 대한 가장 대표적인 인상은 비사회적이고 혼자서 일한다는 것이다. 이는 공동체를 중시하는 아시아 문화에서는 바람직한 특성이 아니다. 이러한 사람들에 대한 부정적인 평가는 사회적으로 수평적 창조성을 발휘하는 데 방해가 될 것이다. 창조적인 사람에 대한 이러한 편견은 사실 일반적이다. 칙센트미하이(Csikszentmihalyi, 1996)에 따르면 일반인들이 창조적인 사람에게 흔히 가지고 있는 인상은 사실이 아닌 경우가 많다. 예컨대 창조적인 사람은 거만할 것으로 지레 짐작하는데 실제로는 겸손하면서 자량을 잘하는 성격을 동시에 가지고 있다. 아시아의 경우 이들이 실제로 부정적인 성격적 특성을 가지고 있는지에 대해서는 더 체계적인 조사가 필요할 것이다.

지금까지의 논의를 요약하면, 아시아인의 경우는 수평적 창조성에 대해 약점이 있으며, 이는 사회문화적인 환경적 특성에서 기인하는 것으로 보인다.

III. 개인의 창조성과 사회의 창조성

지금까지의 논의는 개인적 차원에서 동서양의 창조성에 초점을 맞추었다. 그러나 개인적 차원의 창조성에 대한 논의가 사회 내지는 국가적 차원에서의 논의와 반드시 일치하지 않을 수도 있다. 국가나 문화 간 창조성의 수준을 비교할 때 흔히 사용하는 방법은 구성원들의 창조성의 합을 국가의 창조성으로 정의하는 것이다. 앞에서 논의한 바와 같이 개인의 창조성은 사회문화적인 환경에 의해 영향을 받는다. 이러한 측면에서 개인의 창조성의 합이 사회의 창조성을 대

표하지 않을 수 있으며, 개인의 창조성에 영향을 주는 요인들과 사회의 창조성에 영향을 주는 요인들이 다를 수도 있다. 즉 개인들이 높은 창조적 능력을 지니고 있다고 하더라도 사회적으로 높은 창조성을 산출해내지 못할 수도 있고, 개인의 창조성을 결정하는 요인들이 사회의 창조성을 결정하는 요인이 아닐 수도 있다.

사회나 국가의 창조성을 나타내는 지표인 Global Creativity Index(Martin Prosperity Institute, 2011)는 이에 대한 주요한 시사점을 제공한다. 여기에서는 창조성을 기술(technology), 재능(talent), 관용(tolerance)의 세 요인으로 정의했다. 개인의 창조성을 설명하기 위한 새로움이나 유용성과는 완전히 일치되는 개념은 아니다. 기술이나 재능은 새로움, 유용성과 연결될 수 있으나 관용은 개인의 창조성 개념과는 다소 독립적인 개념으로 보인다. 여기에서는 사회적 창조성을 나타내는 특징으로 관용에 초점을 두고자 한다.

관용은 자신의 생각과 가치관이 다른 사람이나 집단에 대한 허용을 말한다. 사회가 관용적이면 자신의 생각과 다른 생각에 대하여 개방적인 태도를 취하게 된다. 사실 관용과 창조성의 연결고리가 명확하지 않다. 어떻게 하면 관용이 새롭고 유용한 상품 및 서비스 등과 동일한 가치를 만들어낼 수 있을 것인가? 이를 사회적 관점에서 살펴보면 창조성과 연계성을 찾을 수 있다.

이제부터는 개인별 창조성의 단순 합이 곧 사회의 창조성을 결정하지 않는다는 사실 및 개방성이 사회의 창조성을 높일 수 있다는 상관관계를 보여줄 것이다. 먼저 관용성과 개방성이 창조성에 미치는 영향을 구분해 보면, GCI에서는 관용성에 더 초점을 두었지만, 창조성과 더 밀접하게 관련이 있는 것은 개방성으로 보인다. 사회의 관용성이 사회의 구성원들에 대한 개방성을 높이는 역할을 하기 때문에 창조성에 영향을 준다는 것이다. 이러한 전제 아래 개방성과 창조성의 관계에 대한 가설은 다음과 같다.

개인의 창조성이 사회의 창조성으로 반영되기 위해서는 개방성이 필수적이다. 다시 말하면 개방적이지 않은 사회에서는 개인의 창조성을 높이는 것으로 사회의 창조성이 높아지지 않을 수 있다. 예컨대, 개인들의 창조성이 높아서 각 개인이 많은 아이디어를 산출할 수는 있지만 개인들 간의 다양성이 없어서 그 산출된 아이디어가 유사한 경우를 생각해 보자. 이때에는 사회적으로 새로운 아

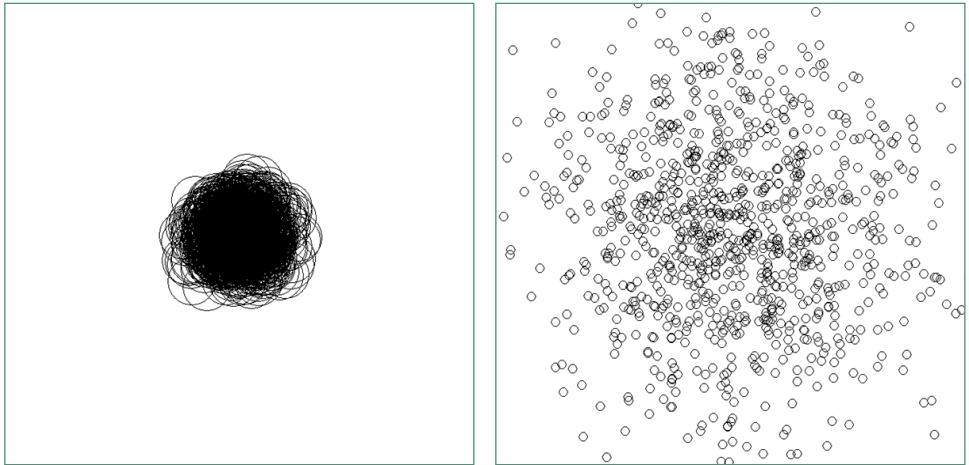


그림 1 창의성의 수준에 따라서 산출된 아이디어들의 합(왼쪽은 개인의 창의성(원의 크기)은 높으나 다양성이 낮은 경우이고, 오른쪽은 개인의 창의성(원의 크기)은 낮으나 다양성이 높은 경우이다)

아이디어의 크기는 그리 크지 않다. 반면 개인들의 창조성은 그리 높지 않지만 다양성이 높은 경우에는 사회적인 창조성은 오히려 크게 된다.

그림 1에 간단한 시뮬레이션의 결과가 제시되어 있다. 사각형은 아이디어의 공간을 나타내고 각 원은 개인의 창의성에 의해 생산된 아이디어의 공간을 나타낸다. 사회 혹은 국가 전체 아이디어의 크기는 사각형 내에서 원들이 차지하는 공간으로 나타낼 수 있다. 그림 1의 왼쪽 부분은 개인들이 높은 창조성을 가지고 있어서 많은 양의 아이디어를 산출하지만 그 아이디어들이 유사하며 사회 전체적으로는 많은 아이디어를 산출하지 못하는 경우를 보여준다. 그림 1의 오른쪽 부분은 개인은 낮은 창조성을 가지고 있어 각자 산출할 수 있는 아이디어 양은 작지만, 개인들이 산출하는 아이디어의 다양성이 높아서 사회 전체의 아이디어 수는 왼쪽 그림에 비하여 많게 된다는 것을 보여준다.

이러한 결과는 국가의 창조성이 각 개인의 창조적인 능력에 의해서만 결정되지 않음을 보여준다. 따라서 국가의 창조성을 논할 때, 사회의 다양성이 더 중요한 변수가 될 수 있다는 것을 시사한다. 국가나 사회의 창조성을 나타내는 지표들에서 사회의 다양성과 관련된 변수들을 포함하고 있는 것도 이러한 이유 때문으로 보인다.

IV. 국가 간 창조성 비교

개인의 창조성과는 달리 국가 창조성의 수준을 결정하는 데에는 개방성이 매우 중요한 요인임을 살펴보았다. 이러한 점들을 고려하여 국가 간의 창조성 수준의 차이에 대해 면밀히 검토해 보자. 국가에 대한 창조성 지표인 Global Creativity Index(GCI)에 의하면 동아시아 국가들의 창조성 수준은 82개 국가 중에서 한국이 27위, 일본이 30위, 중국이 58위로 비교적 낮은 편이다. 이를 자세히 검토해 보면, 아시아 국가들의 기술 수준은 매우 높는데, 관용 수준은 매우 낮은 것을 발견할 수 있다. 기술지표에서는 일본이 2위, 한국이 8위, 중국이 25위이고, 재능지표에서는 한국이 24위, 일본이 45위, 중국이 76위이다. 재능지표는 다시 인적 자본과 창의적 학습으로 나눌 수 있는데, 인적 자본의 경우 한국은 2위, 일본은 29위, 중국은 61위이다. 기술지표가 매우 높은 반면, 관용지표의 경우는 하위권에 위치하고 있다. 일본이 61위, 한국이 62위이다. 중국은 자료가 수집되어 있지 않아 통계가 제시되어 있지 않지만 OECD 관용지수(OECD, 2011)에 따르면 한국이 43점, 일본이 42점, 중국이 34점이므로 중국도 일본 한국과 마찬가지로 낮은 관용 수준을 보이고 있음을 알 수 있다. 이러한 지표들은 한·중·일이 다른 국가들에 비해서 관용의 수준이 매우 낮으며 이로 인해 창조성 지표가 낮은 것을 알 수 있다.

GCI에서는 관용이 창의에 미치는 영향을 다음과 같이 설명한다. 새로운 아이디어는 다양한 인지 양식이 공존하는 곳에서 효과적으로 생산되고, 다양한 인지 양식은 다양한 인구통계학적 다양성과 밀접하게 관련되어 있다. 따라서 새로운 사고방식에 대해 열린 생각을 가진 사회에서 자연스럽게 새로운 아이디어가 산출된다. 이러한 점에서 관용 혹은 개방성은 사회의 창조성에 중요한 요인으로 작용한다. 그러나 GCI에서는 관용성을 인구통계학적인 자료에서 소수 민족이나 소수 인종의 비율과 동성연애자의 수 등으로 측정하기 때문에 관용성에 대한 직접적인 측정치로는 볼 수 없다. 따라서 이 척도에 대한 해석에도 한계가 있다. 이러한 해석을 보강하기 위해 'Global Innovation Index 2013'(GII, Cornell 대학교)을 검토해 볼 필요가 있다.

GII에 따르면 한국의 혁신성은 18위, 일본은 22위, 중국은 35위로 GCI의 27위, 30위, 58위에 비해서 높은 편이다. GII는 매우 다양한 변수들을 광범위하게 사용하고 있고, 산업의 측면을 더 많이 반영하고 있으며, 관용성이나 개방성 항목을 별도로 두고 있지 않다는 점에서 GCI와 구별된다.

이 두 지표를 모두 반영하는 창조성 지표를 산출하기 위해 주성분 분석을 이용하여 새로운 변수를 구성했다. 각 국가는 GCI와 GII에 의해 좌표가 정해지는 2차원 상에 한 점으로 나타날 수 있다. 이 두 점수에 대한 분산을 가장 많이 설명할 수 있는 점수를 먼저 구성하고(C_1), 그 다음으로 C_1 과 상관이 없으면서 나머지 분산을 설명할 수 있는 점수(C_2)를 구성하면 다음과 같이 된다.

$$C_1 = a_1(GCI) + a_2(GII)$$

$$C_2 = b_1(GCI) + b_2(GII)$$

주성분 분석 결과 첫 번째 점수는 GCI와 GII의 가중 평균으로 구성되었고(위의 식에서 a_2 의 기호기가 양수) 두 번째 변수는 두 지표의 가중치가 주어진 차이점수로 구성되었다(위의 식에서 b_2 의 기호기가 음수). 전자(CI_index)는 혁신성과 창조성을 모두 반영하는 것으로 혁신창조성이라 명명하고, 후자는 창조성과 혁신의 차이(*rel. Creativity*)를 반영하는 것으로 창조혁신불일치로 명명하자.

그림 2는 국가들이 두 변수에서 어떤 위치에 놓여 있는지를 나타내고 있다. 가장 큰 특징은 아시아 국가들이 아래쪽에 위치한다는 것이다. 즉 창조성 점수가 혁신 점수에 비해 낮다는 것이다. 동일한 정도의 창조성을 지닌 것으로 보이는 한국, 일본이 이탈리아, 스페인과 비교하면 한국과 일본은 혁신성이 창조성보다 높은 점수를, 이탈리아와 스페인은 그 반대인 경우임을 알 수 있다. 스웨덴, 미국, 핀란드, 싱가포르, 네덜란드, 독일이 전체적인 창조성 점수도 높게 나타나고 창조성과 혁신성이 균형을 이루고 있었다.

이미 논의한 바와 같이 창조성 지표와 혁신성 지표의 차이는 관용성을 포함하고 있느냐, 그렇지 않느냐에 있다. 이에 대한 심층적인 분석을 위해 GCI에서 지표들 간에 가장 괴리가 심한 관용성과 기술성을 살펴보았다. 그림 3에 보는 바와 같이 기술과 관용성은 대체적으로 정적인 관계에 있다. 기술의 수준이 높

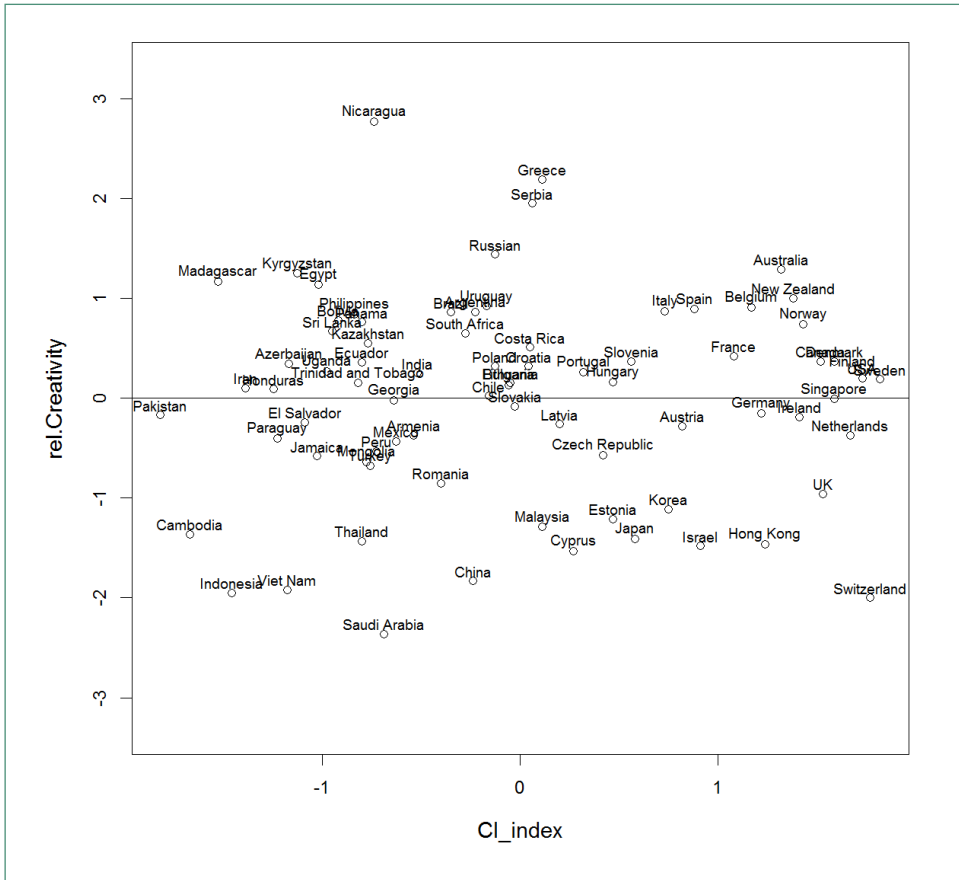


그림 2 X축은 혁신창조지수이며 Y는 불일치지수이다.

은 국가들을 중심으로 살펴보면, 소위 서구 선진국들은 기술에 비해 관용의 정도가 높다. 아시아 국가들에서 특히 한국과 일본은 기술에 비해 관용의 수준이 매우 낮은 편이다(중국의 자료는 수집되지 않음). 이 두 국가의 관용 수준이 이스라엘과 별로 다르지 않는데, 이는 이스라엘의 정치문화적인 상황을 고려하면 한국과 일본의 관용 수준이 매우 낮음을 의미한다.

동아시아 국가들의 창조성을 국가들의 여러 가지 특성을 이용하여 기술해 보았다. 특히 관용성 내지 개방성은 아시아 국가들의 창조성을 설명하는 데 가장 중요한 요인이었으며, 동아시아는 관용성이 낮기 때문에 전체적인 창조성이 낮

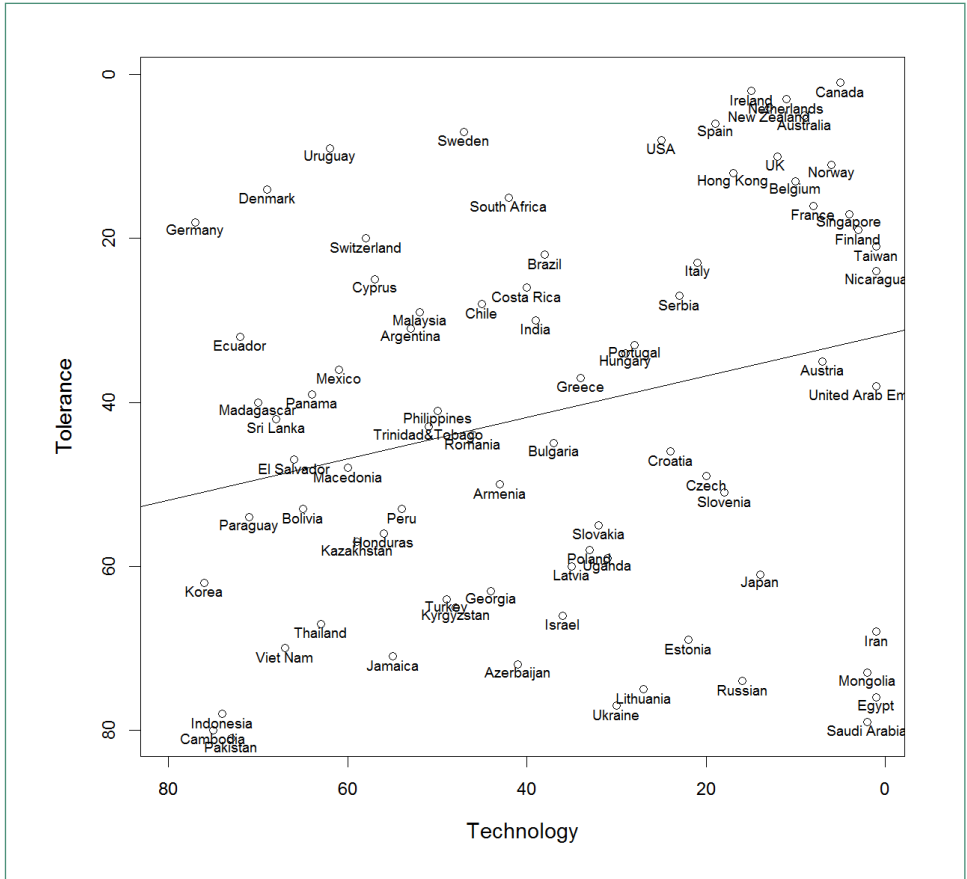


그림 3 기술 대비 관용의 수준(X축과 Y축은 모두 등수를 나타냄)

게 평가되었다. 관용과 개방성은 개인의 창의성을 발휘하게 하는 동력인 동시에 개인별 창의성의 변산성을 높임으로써 개인의 창의성 합을 크게 하는 역할을 한다.

V. 창조성에 대한 인식

지금까지 동서양의 창조성에 대한 개념이 다를 수 있으며, 개인의 창조성과

사회의 창조성을 구분하여 연구해야 한다는 점에 대해 논의했다. 특히 사회적 창조성을 평가하는 데 개방성 내지는 관용성이 매우 중요한 요인이라는 점을 강조했다. 이러한 개방성은 개인의 창조성을 정의하는 요소로써 직접적으로 다루어지지 않았지만, 개인 차원에서도 개방성은 창조성과 관련이 있을 수 있다. 사실 심리학 분야에서 창조성과 개방성은 정적인 상관관계에 놓여 있음이 꾸준히 논의되어 왔다(McCrae, 1987; Silvia et al., 2009). 창조성과 성격 요소에 대한 연구들은 대체로 서구의 창조성 개념과 성격 개념에 근거하여 심리검사를 통해 조사하고 있으므로, 검사에서 제안된 창조와 성격 요소들 간의 관계성만을 찾아낼 수 있다. 따라서 이론과 모형에서 제시되지 않은 성격 특성들과 창조성과의 관계를 탐구할 수 없었다. 이 논문에서는 이러한 문제를 극복하기 위하여 사람들이 스스로 생성한 글을 분석하는 텍스트 분석을 통해 창조성의 개념이 사람들에게 어떻게 표상되어 있는지를 연구했다.

이 연구에서 사용된 텍스트는 박성준(2014)에서 사용된 Big Five(Costa and McCrae, 1992)의 성격 구성 요소에 대한 154명의 대학생들이 작성한 짧은 글들이었다. 대학생들에게 성격의 기본 요인으로 널리 받아들여지는 성실성, 개방성, 친화성, 외향성, 신경증을 가진 사람들에 대하여 짧은 글로 기술하게 했다. 이 글들을 잠재 의미 분석을 통해 분석하여 창의성과 가장 관련이 높은 단어들 추출했다.

잠재 의미 분석(Latent Semantic Analysis: LSA)은 단어와 문장의 수반성(contingency)을 분석하여 의미를 파악하는 방법이다. 기본적인 가정은, 한 문장의 의미는 그 문장에 나타나는 단어들의 조합으로 파악된다는 것이다. 이때 한 문장에서 나타난 단어들이 어떤 문장들에서 출현했는지에 대한 정보도 이용하므로 이 단어를 통해 다른 문장들과의 관계성을 표상할 수 있다(김청택·이태현, 2002; Landauer and Dumais, 1997; Landauer et al., 1998).

이 분석에서 단어들 간 연합의 정도는 코사인(cosine)으로 계산되는데, 이는 단순히 두 단어가 동시에 얼마나 자주 등장했는지에 대한 1차 상관관계뿐만 아니라, 두 단어가 동일한 문장에서 동시에 나타나지는 않았지만 두 단어가 모두 제 3의 단어들과 동시에 나타나서 형성되는 2차 관계, 더 나아가 고차관계들로 반영한다.

표 1 '창의'와 코사인인 가장 높은 어휘들

순위	어휘	cosine	순위	어휘	cosine
1	인정해주다	0.9994993	11	외국	0.9944279
2	차별	0.9971079	12	사상	0.9940079
3	개방적	0.9970763	13	한국	0.9938338
4	자유롭다	0.9970309	14	견해	0.9935916
5	미국	0.9968098	15	문화	0.9926867
6	받아들여지다	0.9957855	16	나라	0.9923821
7	적응해나가다	0.9953718	17	외국친구	0.9915991
8	진보적	0.9950702	18	기존	0.9914666
9	수용	0.9948949	19	먹어보다	0.9913983
10	보헤미안	0.9945905	20	아프리카	0.9913967

잠재 의미 분석을 이용한 텍스트 분석에서 창의성과 강한 연합을 가지고 있는, 즉 코사인의 값이 가장 높은 단어들이 표 1에 제시되어 있다. 가장 연관성이 높은 단어가 인정, 차별,¹ 개방으로 이는 개방성과 관용성을 반영하는 어휘다. 또한 '받아들여지다', 수용 등도 관용성과 관련되어 있다. 이는 아시아인들, 적어도 한국의 대학생들은 창조성과 가장 크게 관련된 특성이 관용성, 개방성이라고 생각하고 있다는 것이다. 이러한 현상은 개인의 창조성을 이해하는데 개방성이 매우 중요한 요소이며, 창의성을 다루는 연구들에서 개방성의 문제가 체계적으로 다루어져야 할 필요가 있음을 시사한다.

또한 흥미 있는 발견은 미국, 외국, 외국친구와 같은 외국이라는 말이 자주 등장한다는 것이다. 창조성이 우리나라보다는 미국과 같은 외국의 속성이라고 보는 인식이 높은 것으로 보인다. 이미 논의한 바와 같이 동양인들은 스스로 창조적이라고 생각하지 않고 서양인들이 보다 창의적이라고 생각하는 경향이 있는데, 이러한 특성 때문에 창조성과 미국 혹은 외국이라는 단어가 높은 연합 강도를 가지고 있는 것으로 해석할 수 있다.

개인적 창조성과 사회의 창조성이 개방성을 포함하느냐, 하지 않느냐에 의해서 다르게 정의되고 측정되고 있으나 사람들은 개인의 창조성에도 개방성이 중

¹ 차별이라는 어휘가 “차별한다”와 “차별하지 않는다”에서 나타난다. 여기에서는 ‘차별하지 않는다’와 창조성이 연합되어 있을 것이다.

요한 역할을 한다고 생각한다. 따라서 개방성은 개인과 사회적 차원에서 모두 창조성과 밀접한 관련을 가지는 것으로 잠정적인 결론을 내릴 수 있다.

VI. 맺는말

이 논문에서는 창조성의 개념이 동서양이 다르고, 개인과 사회의 창조성의 특성 또한 다르다는 점을 논의했다. 개인의 창조성에서는 수직적 창조성과 수평적 창조성으로 동서양의 차이를 설명했고, 사회의 창조성에서는 개방성으로 동서양의 차이를 설명했다.

먼저 개인의 창조성에서 동서양을 비교해 보면, 아시아와 서양의 창조성의 개념이 다르고 각자의 장점이 다를 수 있지만, 아시아 국가들에게 소위 수평적 창조성이 부족하다는 데에는 대체로 의견의 일치를 보이는 것 같다. 수평적 창조성이 낮은 이유로는 사회의 관용 혹은 개방성이 부족하기 때문이라고 설명하고 있다. 이는 사회의 창조성에서 아시아 국가들이 관용 혹은 개방성에서 낮은 것과 일치하는 설명이다. 아시아 지역 사회에서는 자신과 다른 의견이나 태도를 상대적으로 덜 수용하려는 경향이 있는 것이다.

아시아 국가들에게 수평적 창조성이 낮다는 것은 최대의 약점이다. 그러나 수평적 창조성만이 중요한 것은 아니다. 수평적 창조성과 수직적 창조성이 균형을 이룰 때 사회의 창조성에 공헌하게 된다. 수평적 창조성은 새로운 아이디어를 산출하는 데, 수직적 창조성은 그 아이디어를 유용하게 만드는 데 공헌하게 된다. 수평적 창조성만 강조되면 많은 아이디어는 산출되겠지만 이를 실용화하는 데에는 한계가 있기 때문에 사회의 창조성을 향상시킬 수 없다. 즉 개별적인 창의성의 측면에서 보면 새로움은 있지만 유용성이 없으면 창의적이라고 할 수 없기 때문이다.

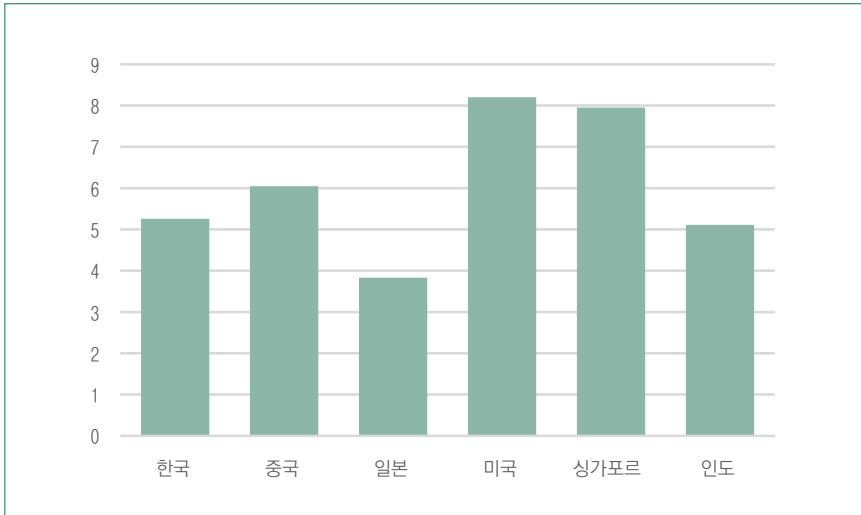
사실 창의성에 대한 많은 논의들에서 유용성은 새로움에 비해 크게 강조되지 않았다. 아시아 사람들은 유용성 측면에서 더 강점이 있는 반면 새로움에 약점이 있기 때문에, 창조성에서 높은 평가를 받지 못하는 것도 같은 맥락이다. 아시아 국가들은 수직적 창조성에 근거한 사회의 발전을 이루어내고 있기 때문에,

여기에 수평적 창조성이 보장된다면 발전을 가속시킬 수 있을 것이다.

이러한 논의를 바탕으로 아시아에서 창조성을 증진시킬 수 있는 방안들을 생각해 볼 수 있다. 첫째 개인의 창조성을 고양시키기 위해서는 적절한 교육이 필요하다. 창조성을 키우려고 할 때 가장 먼저 고려할 수 있는 것이 창조성 관련 과목을 만들어서 교육하는 것이다. 그러나 창조성은 이러한 방식으로는 교육될 수가 없다. 기존에 생각하지 않았던 새로운 아이디어를 창작해내는 것이 창조성인데, 학교에서 정형화된 커리큘럼 속에서 가르칠 수는 없는 것이다. 학생들이 남과 다른 생각을 하는 것을 격려하고 그러한 생각을 구체화하는 것을 도와주는 방식으로 교육이 이루어져야 할 것이다. 이를 위해서는 교사들과 주변 동료들이 자신의 생각과 다른 아이디어에 대해 인내심을 가지고 대하는 것이 필요하다. 학생들이 만들어내는 새로운 아이디어가 대부분 가치가 없을 수 있지만, 일부만이라도 가치가 있다면 창조성 교육은 의미가 있는 것이다. 모든 학생들이 틀을 깨는 창조성을 가지는 것은 가능하지도 바람직하지도 않다. 몇몇 소수의 학생을 키워내는 것이 교육의 중요한 목표에 해당한다.

둘째, 교육을 통한 개인의 창조성을 육성하는 것과 더불어서 국가의 창조성을 높이기 위해서는 개방적인 사회가 되어야 한다. 다양한 생각을 하는 많은 사람들로 사회가 구성되어야만 사회적인 창조성이 증가하게 되는 것이다. 즉 사회적 다양성을 높이면 국가적인 창조성도 증가하게 된다. 다양성을 높이기 위해서는 자신의 가치와 다른 사람들을 포용하고, 자신이 속해 있지 않은 다른 집단에 대한 의견을 존중하면서, 충돌하는 의견을 조정할 수 있는 인내와 관용이 필요하다.

특히 중국과 일본과는 달리 한국의 경우 인구가 많지 않고 동질적인 사회이기 때문에 개방성을 높이는 것이 쉽지 않다. 개방성을 높이기 위해서는 국가 내의 다양성을 최대한으로 존중하는 노력도 해야겠지만, 세계의 자원을 적극적으로 활용하는 것도 생각해 보아야 할 것이다. 그 중 하나가 국가의 외부에서 창조적인 인력을 유입하는 방법이다. 그림 4에 제시된 해외 고급인력 유인지수에 따르면 한국(31위), 일본(41위)은 미국(1위), 싱가포르(4위)에 비해서 현저하게 낮다. 다만 중국(24위)은 상대적으로 한국과 일본에 비해 높은 점수를 보이고 있다. 이는 현재 중국이 아시아에서 새로운 강국으로 부상하는 것과 관련되어 있을 것



출처: IMD(2013).

그림 4 해외 고급인력 유인지수(2013)

으로 보인다. 따라서 한국과 일본은 해외 고급인력을 유치할 수 있는 방안들에 대하여 모색해야 할 것이다. 경제적인 지원 등과 같은 다양한 방법들을 생각해 볼 수 있지만, 여기에서도 또한 사회의 다양성 내지는 관용성을 높여주는 것이 외부의 인력을 유인하는 데 필수적인 요인으로 보인다.

아시아의 미래를 위해서는 창조성이 무엇보다도 필요하다는 데에 사회적 공감도 있는 것도 사실이다. 이에 창조성을 증진시키기 위한 방안들에 대하여 다양한 논의가 진행되고 있다. 많은 경우 개인의 창조성만을 강조하는 측면이 있는데, 국가적 차원의 창조성에 대해서도 논의를 시작해야 할 것이다.

창조성과 개방성의 관계를 파악하려는 이 논문은 탐색적인 성격을 띠고 있다. 즉 기존의 자료와 문헌들에서 창조성에 대한 가설을 제한한 논문이다. 국가의 창조성에 대한 구체적 특성을 이해하기 위해서는 더 많은 변수들을 포함한 경험적이고 체계적인 연구가 필요하다.

투고일: 2014년 12월 16일 | 심사일: 2015년 1월 12일 | 게재확정일: 2015년 1월 19일

참고문헌

- 김청택 · 이태현. 2002. “잠재 의미 분석을 사용한 문서 분류.” 『한국심리학회지: 인지 및 생물』 14권, 309-319.
- 박성준. 2014. “A Comparison between Factor Structure and Semantic Representation of Personality Test Items Using Latent Semantic Analysis.” 서울대학교 석사학위 논문.
- Adobe. 2012. “State of Create Study: Global Benchmark Study on Attitudes and Beliefs about Creativity at Work, School, and Home.” https://www.adobe.com/aboutadobe/pressroom/pdfs/Adobe_State_of_Create_Global_Benchmark_Study.pdf (검색일: 2014. 9. 1).
- Chan, D. W. and L. Chan. 1999. “Implicit Theories of Creativity: Teachers’ Perception of Student Characteristics in Hong Kong.” *Creativity Research Journal* 12, 185-195.
- Cornell University, INSEAD, and The World Intellectual Property Organization. 2014. *The Global Innovation Index 2014*.
- Costa, P. T. Jr. and R. R. McCrae. 1992. *Revised NEO Personality Inventory and NEO Five-Factor Inventory Professional Manual*. Florida: Psychological Assessment Resources.
- Csikszentmihalyi, M. 1996. *Creativity: Flow and the Psychology of Discovery and Invention*. New York: Harper/Collins.
- Guilford, J. P. 1950. “Creativity.” *American Psychologist* 5, 444-454.
- Kaufman, J. C. and R. A. Beghetto. 2009. “Beyond Big and Little: The Four c Model of Creativity.” *Review of General Psychology* 13, 1-12.
- IMD. 2013. *World Competitiveness Yearbook*.
- Jaquish, G. A. and R. E. Ripple. 1984. “A Life-span Developmental Cross-Cultural Study of Divergent Thinking Abilities.” *International Journal of Aging and Human Development* 20, 1-11.
- Landauer, T. K. and S. T. Dumais. 1997. “A Solution to Plato’s Problem: The Latent Semantic Analysis Theory of Acquisition, Induction, and Representation of

- Knowledge.” *Psychological Review* 104, 211-240.
- Landauer, T. K., P. W. Foltz, and D. Laham. 1998. “Introduction to Latent Semantic Analysis.” *Discourse Processes* 25, 259-284.
- Li, J. 1997. “Creativity in Horizontal and Vertical Domains.” *Creativity Research Journal* 10, 107-132.
- Lim, W. and J. A. Plucker. 2001. “Creativity through a Lens of Social Responsibility: Implicit Theories of Creativity with Korean samples.” *Journal of Creativity Behavior* 35, 115-130.
- Martin Prosperity Institute. 2011. “Creativity and Prosperity: The Global Creativity Index.” Toronto, ON, CA: MPI. http://martinprosperity.org/media/GCI_Report_Sep_2011.pdf (검색일: 2014. 9. 1).
- McCrae, Robert R. 1987. “Creativity, Divergent Thinking, and Openness to Experience.” *Journal of Personality and Social Psychology* 52, 1258-1265.
- Niu, W. and R. J. Sternberg. 2001. “Cultural Influences on Artistic Creativity and Its Evaluation.” *International Journal of Psychology* 36, 225-241.
- Plucker, J. A. and R. A. Beghetto. 2004. “Why Creativity Is Domain General, Why It Looks Domain Specific, and Why the Distinction Doesn’t Matter.” In R. J. Sternberg, E. L. Grigorenko and J. L. Singer eds. *Creativity: From Potential to Realization*, 153-167. Washington, DC: APA.
- Rudowicz, E. and A. Hui. 1997. “The Creative Personality: Hong Kong Perspective.” *Journal of Social Behavior and Personality* 12, 139-148.
- Silvia, P. J., E. C. Nusbaum, C. Berg, C. Martin, and A. O’Connor. 2009. “Openness to Experience, Plasticity, and Creativity: Exploring Lower-Order, High-Order, and Interactive Effects.” *Journal of Research in Personality* 43, 1087-1090.
- Yi, X., W. Hu, H. Scheithauer, and W. Niu. 2013. “Cultural and Bilingual Influences on Artistic Creativity Performances: Comparison of German and Chinese Students.” *Creativity Research Journal* 25, 97-108.

Abstract

Creativity in East Asian Countries

Cheongtag Kim Seoul National University

This paper examines how creativity is defined in East Asian cultures and how the notion of creativity is different from a societal to an individual level. It is argued that the society's tolerance or openness to minority groups is one of the most critical factors that contribute to the differences between Asian and Western creativity. A mechanism of how openness helps promote creativity in a society is proposed. Since openness increases the variance of individual creativities, the sum of individual creativities increases as the openness level increases. Based on this discussion, methods are suggested on how creativity in Asian societies can be promoted.

Keywords | creativity, innovation, cultural difference, Asia

