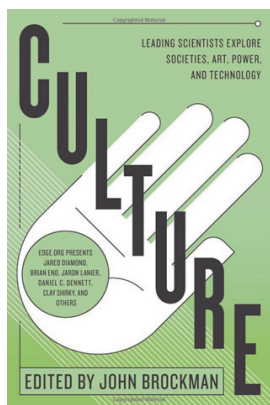


크리에이티브 리뷰

이번 달 크리에이티브 리뷰에서는 스페셜 이슈인 <창조기술로 대한민국 UP그레이드하기>와 함께 읽으면 좋을 책, 보고서, 그리고 논문을 소개한다. 선진 학자들의 예술과 기술 융합의 배경에 대한 고찰로부터 빅 데이터, 3D 프린팅, 디지털 미디어 등 최근 떠오르는 키워드들에 대한 담론까지, 창조기술을 조명하는 다양한 관점들을 만나보기 바란다.

Creative Books

| 박현아 (KOCCA 미래전략팀 주임연구원) |

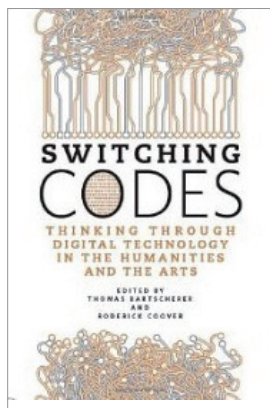


문화: 선진 과학자들의 사회, 예술, 권력, 기술 탐구

Culture: Leading Scientists Explore Societies, Art, Power, and Technology

왜 문명은 생성되고 소멸하는가? 예술의 기원과 목적은 무엇인가? 기술은 어떻게 사회를 형성하는가? 문화는 인간의 진화에 직접 영향을 미치는가? 인터넷은 민주화의 대리인인가 아니면 독재자인가? 사회, 예술, 정치, 그리고 심지어 인간의 생물적 발전에 이르기까지 매우 강력한 영향을 미치지만 너무 알게 이해되었던 문화는 이제 인간 행동의 정점에 있다. 이 책은 여러 질문들을 낳은 문화의 특징에 대하여 오늘날 영향력 있는 과학자와 학자들을 통해 설명하고 있다.

●저자 : John Brockman ●출판사 : Harper Perennial ●출간일 : 2011.08.16

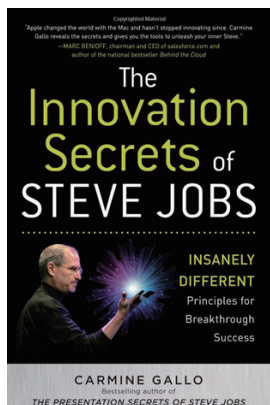


코드 전환: 인문학과 예술분야에서 디지털 테크놀로지를 통해 생각하기

Switching Codes: Thinking Through Digital Technology in the Humanities and the Arts

디지털 시대로 들어선지 반세기동안 지적·문화적 삶에 대한 정보 기술의 영향력은 광범위하게 논의되고 있지만 이해도는 여전히 낮은 실정이다. 이 책은 미국과 유럽의 학자, 과학자, 예술가들을 통해 디지털 정보와 관련 기술의 급속한 성장이 우리의 생각과 행동 방식을 어떻게 변화시키고 있는지에 대하여 다룬다. 에세이, 대담, 짧은 소설, 그리고 게임 디자인 등의 다양한 형태를 통해 IT전문가들과 학자, 예술가들의 관점을 보여주고 있다.

●저자 : Thomas Bartschere, Roderick Coover ●출판사 : University of Chicago Press ●출간일 : 2011.05.30



스티브 잡스의 혁신 비법: 획기적인 성공을 위한 특별한 원칙들

The Innovation secrets of Steve Jobs: Insanely Different Principles for Breakthrough Success

이 책은 Apple사 CEO였던 스티브 잡스의 방식을 통해 어떻게 비즈니스를 재정의하고, 제품을 재창조하며, 성공에 대한 비전을 재설정할지를 가르쳐 준다. 이 책에서 제시하는 혁신의 7개의 주요 원칙은 : 1) 당신이 하는 일을 사랑하라. 2) 우주에 흔적을 남겨라. 3) 뇌를 활성화하라. 4) 제품이 아닌 꿈을 팔아라. 5) 1,000번 '아니오'라고 말하라. 6) 훌륭한 경험을 만들어라. 7) 메시지를 담아라. 스티브 잡스의 사례를 통해 독자는 잠재된 창의성을 일깨우고 혁신을 복돋우는 환경을 만드는 방법을 발견할 수 있다.

●저자 : Carmine Gallo ●출판사 : McGraw-Hill ●출간일 : 2010.09.20

Creative Reports

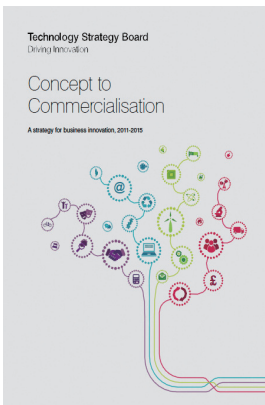


중요한 것을 계산하기: 빅 데이터가 문화 분야에 기여하는 것

Counting What Counts: What Big data can do for the cultural sector

이제 예술문화기관들도 다른 분야에서 '빅 데이터'로 통용되는 것을 정착시키기 위하여 데이터에 대한 접근법을 변화시킬 때가 되었다. 이 보고서의 목표는 문화 정책 결정자들이 빅 데이터의 잠재성을 다르게 인식하고 환경의 변화와 metrics, 그리고 기술에 적응하도록 돕는 것이다. 이 보고서에서는 데이터의 이용뿐만 아니라 예술, 방송, 그리고 넓은 문화적 분야의 빅 소셜 데이터의 이용을 살펴보고자하며, 대부분의 기관에서 적용하는 세 가지의 데이터 성숙도를 이용했다. 그리고 결론적으로 '빅 데이터 기회'를 얻기 위해서 새로운 데이터 전략, 패스파인더 프로젝트, 역량 강화를 제안한다.

●저자 : NESTA ●출간일 : 2013.02



상업화를 위한 컨셉 Concept to Commercialisation

TSB의 목표는 비즈니스 주도의 혁신을 촉진하고 지원함으로써 경제적 성장을 가속화하는 것이다. TSB는 비즈니스, 학계, 그리고 정부를 넘나들며 활동하고, 더 효과적인 혁신 환경을 조성하며, 위험요인을 줄이고 콜라보레이션, 지식교환과 오픈 이노베이션을 장려함으로써 혁신의 장벽을 제거하기 위해 노력하고 있다. 향후 5개 주요 분야에 초점을 맞추려고 한다.: 1) 컨셉과 상업화 간 교류의 가속화, 2) 혁신의 사례 연결, 3) 정부 정책의 비즈니스 기회 전환, 4) 잠재성에 기반을 둔 우선 분야 투자, 5) 지속적인 TSB의 역량 강화가 그것이다.

●저자 : Technology Strategy Board(TSB) ●출간일 : 2011.05



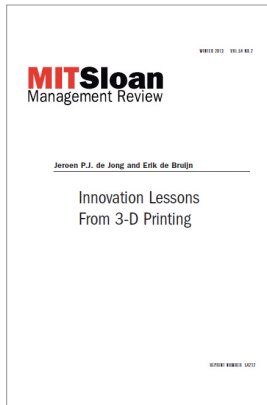
문화기술 전망 CT Outlook 2011

이 보고서는 문화기술(CT)을 기반으로 한 전략분야의 심층적 전망을 통해 향후 CT시장의 트렌드를 분석하고, 전략분야에 대한 핵심기술의 전망과 더불어 콘텐츠 상품을 발굴하고자 했다.

문화기술 관련 문헌 심층조사 연구를 추진하여 T소셜, 사피엔스, N르네상스의 3가지 키워드를 도출했으며, 이를 기반으로 50개 아이디어 도출, 10개 전략제품 시나리오를 통해 5개 전략분야 및 상품을 도출했다. 세부적으로는 인공지능 전자책, 증강현실 노래연습장, 콘텐츠 네트워킹 서비스, 스포테인먼트 콘텐츠, 공연프로젝션 360°맵핑콘텐츠가 있다.

●저자 : 한국콘텐츠진흥원 ●출간일 : 2011.09

Creative Articles



3D 프린팅으로부터 얻는 혁신 교훈 Innovation Lessons From 3-D Printing

최근 3D프린팅이 부상하면서 3D프린팅과 다른 연관 기술들에 대한 논의가 증가하고 있다. 3D프린팅의 진화는 경영자들에게도 기술 혁신의 변화에 대한 중요한 경영학적 교훈을 준다. 이 논문은 오픈 소스 3D프린팅의 급진적 발전이 온라인 커뮤니티에 의한 오픈 소스 트렌드에 어떻게 편입되어가는가를 살펴본다. 그리고 기존 기업들이 산업 내에서 일어나는 오픈 소스 혁신에 대처해야 하는 방법과 그러한 혁신 프로젝트가 기존 비즈니스에 위협 요인인지 기회 요인인지를 알아본다.

●저자 : Jeroen P.J. de Jong and Erik de Bruijn ●출판사 : MIT Sloan Management Review ●출간일 : 2013. winter



대중에게 빅 어널리틱스를 Bringing Big Analytics to the Masses

빅 데이터 상품들은 일반적으로 많은 IT관리요원을 필요로 하며, 빅 어널리틱스는 다양한 정보종류와 소스를 배울 때 가장 필요한 분야이다. 그러나 작은 기업들은 복잡하고 진보된 기술을 이용하는 빅 어널리틱스를 사용하는 직원을 찾기가 어렵고, 빅 데이터를 다루는데 필요한 저장고와 네트워크, 머신러닝 같은 분석기술을 사용할 여력이 없다. 이에 대한 해결책으로 떠오른 클라우드는 작은 기업의 서비스 공급자들이 어널리틱스를 이용할 수 있게 함으로써 빅 어널리틱스가 가능하도록 하고 있다. 이를 통해 작은 기업들은 엄청난 양의 데이터를 수집하기 위한 저렴한 저장고를 쓸 수 있고, 높은 대역폭의 네트워크를 통해 공급자들에게 보낼 수도 있게 된다.

●저자 : Neal Leavitt ●출판사 : IEEE ●출간일 : 2013.01



왜 디지털 미디어는 전략적 사고를 필요로 하는가

Why Digital Media Require a Strategic Rethink

2012년 말 가장 큰 히트작 <레미제라블>은 단 몇 달 만에 온디맨드 서비스되고 DVD로 제작되었다. 로우 마진 채널의 상품 이용을 연기시켜 높은 마진 채널에서의 수익을 극대화시키는 전략은 미디어 기업들의 전형적인 수법이다. 그러나 이 연구에서는 디지털 마켓, 특히 해적판 콘텐츠가 주류를 이루는 시장에서 이 전략이 덜 효과적임을 보여준다. 이 연구의 세 가지 요점은 다음과 같다: 1) 디지털 가용성을 연기시키는 것은 다른 판매를 끌어올리지 못한다. 2) 필요할 경우 해외 판매 창구를 축소해야 한다. 3) 반(反)저작권침해 법률이 도움이 될 수 있다.

●저자 : Michael D. Smith and Rahul Telang ●출판사 : Harvard Business Review(HBR) ●출간일 : 2012.10