

A Study on the Artistic Expression Media AI and Acceptance of AI's Images

Misook Lee

Abstract: The purpose of this study is to establish an academic foundation by establishing terms and concepts that can clearly distinguish AI as an art expression tool and AI image results. To this end, through the review of previous studies, first, art media were divided into mechanical media, industrial media, mass media, and advanced scientific and technological media. In addition, it was found that these media influenced new perspectives and concepts to create an art movement. Second, it suggested that AI technology and the essence of art are different. Third, the necessity of a new term for AI in the field of painters and art was proposed. The implication of this study is to discuss the situation of art in the age of AI from a researcher's point of view. And it was classified as a species in order to accommodate AI that works for the purpose of art rather than as a tool. If an in-depth study that can extract the opinions of later artists and non-artists is conducted, this study is thought to have more objectivity and validity.

Key Words: AI, Art Media, Expression Tool, Essence of Art, Art Movement

예술 표현매체 AI와 AI의 이미지 수용에 대한 소고(小考)

이 미 숙*

요약: 본 연구의 목적은 예술 표현 도구로서의 AI와 AI 이미지 결과물에 대한 확연한 구분을 할 수 있는 용어 및 개념을 정립하여 학문적 토대를 마련하는 데 있다. 이를 위하여, 선행연구에 대한 검토를 통해 첫째, 예술 매체를 기계 매체, 산업 매체, 대중매체, 첨단과학 기술 매체로 구분하여 고찰하였다. 또한 이러한 매체가 새로운 관점과 개념에 영향을 미쳐 미술사조를 탄생시키는 것을 알 수 있었다. 둘째, AI 기술과 예술의 본질이 다르다는 것을 제시하였다. 셋째, 화가와 예술분야의 AI에 대한 새로운 용어의 필요성을 제안하였다. 본 연구의 시사점은 연구자의 관점에서 AI 시대의 예술이 처한 상황에 대해 논의한 점이다. 그리고 도구가 아닌 예술을 목적으로 활동하는 AI를 수용하기 위해서 하나의 종으로 분류한 점이다. 향후 예술가와 비예술가의 의견을 추출할 수 있는 심도 있는 연구가 이루어진다면 본 연구가 보다 객관성과 타당성을 가질 것으로 사료된다.

핵심어: AI, 예술 매체, 표현 도구, 예술의 본질, 미술사조

□ 접수일: 2021년 7월 27일, 수정일: 2021년 8월 20일, 게재확정일: 2021년 8월 20일

* 조선대학교 미술체육대학(미술) 문화콘텐츠학부 초빙교수
(Lecturer, Chosun Univ., Email: lilyahn7@hanmail.net)

I. 서론

2018년 10월 미국 뉴욕 크리스티 경매(Christie's in New York)에서 오비어스(Obvious) AI가 그린 초상화 '에드몽 드 벨라미'가 43만 2,500달러로 높은 가격에 낙찰(구본권, 2021. 5. 20. 검색)되면서 저작권과 AI 예술작품에 대한 논란을 초래하였다.

이러한 이슈로 2018년 11월 문화체육관광부와 이화인문과학원 주최로 이화여자대학교에서 '4차산업혁명시대 예술과 기술의 미래'를 주제로 한 토론회가 열렸다. 미학자 진중권은 "미적 가치는 물리적 속성이 아니다"라며 "인공지능이 만들어낸 것은 예술이 아니라 이미테이션 게임인 시뮬레이션에 불과하다"고 주장했다. 그는 "창작품은 그것이 독특한 패턴을 갖고 있다는 게 아니라 창작 주체가 자신의 작품을 예술이라고 감상자를 설득시킬 수 있어야 하는 게 핵심"이라고 말했다(구본권, 2021. 5. 22. 검색).

예술가들이 AI 기술을 표현 매체로 이용하는 것은 수용할 수 있으나 AI 이미지 결과물을 예술작품 또는 AI 예술가라는 표현은 이해하기에 거북스럽다. 예를 들어 오비어스 AI가 제작한 그림이라고 한다면 크게 문제가 되지 않으나 AI '화가'나 오비어스의 '예술작품'이라는 말은 수용하기가 힘들다. 인간과 과학·기술을 동등한 자격으로 화가, 예술작품이라는 말을 불편함 없이 자연스럽게 사용한 점이다. 예술분야의 AI에 관한 구분과 이에 관한 개념 정립의 필요성이 인식된다. 미술사조를 살펴보면 산업 기술 발달과 함께 예술영역의 새로운 매체 적용은 당대의 핫이슈로 논쟁이 되었으나 시간의 흐름과 패러다임의 변화를 겪으면서 개념이 정립되었음을 파악할 수 있다.

국내 선행연구를 살펴보면 크게 두 분류다. 장소영(2019), 강민석(2020)은 인공지능이 예술가로서 예술작품을 창작한다고 볼 수 없다는 주장이며, 이현남(2020)은 인공지능은 하나의 매체로 보며 시뮬라크르의 확산이라고 주장했다.

기존 연구와 시각의 차별성은 'AI 화가'와 'AI 창작 예술품'이라는 단어의 문제 제기와 'AI가 예술 표현매체로서 타당한가'에 대한 사례를 미술사의 흐름을 통해서 제시하는 것이다. AI 기술은 지금보다 더 혁신적인 차세대 AI를 향해 기술 발전을 추진하고 있다. 예술 분야에서 시대의 흐름에 대응한 지속적인 연구와 공개 토론회 등 왕성한 움직임의 필요성이 제기된다.

따라서 연구의 목적은 예술표현 도구로서의 AI와 AI 이미지 결과물에 대한 확연한 구분을 할 수 있는 용어 및 개념을 정립하여 기초학문에 초석을 마련하는 데 있다.

II. 이론적 배경

1. 예술 매체의 흐름

미술사조에서 예술 매체의 흐름은 새로운 기술 매체가 예술분야에 적용되면서 예술가에게 혼란을 불러일으켰다. 예술의 주요 매체는 기계 매체, 산업 매체, 대중매체, 첨단 과학기술 매체로 구분할 수 있다. 첫째, 기계 매체로 카메라 등장은 아름다운 찰나의 순간을 사진으로 남김으로써 인간의 시각적 확장성을 가져왔다. 사진은 다게르(Louis J. M. daguerre, 1787~1851)의 다게레오타입(Daguerréotype) 사진술이 최초로 프랑스 학술원의 공인을 받았다. 그 당시 사진은 현실을 모방하는 고정된 건축물과 풍경 그리고 가족사진이나 초상사진 등 어떤 대상을 복제하는 재현의 도구로써 사용되었다(이승하, 2018). 1859년 사진협회전의 개최가 인가되었을 때, 사진은 “예술과 과학의 하인으로서, 마치 문예를 창조하거나 대신할 수 없는 인쇄나 속기와의 같이 단순한 일만 하는 겸손한 하인으로 머물러야만 한다”는 보들레르(Charles Pierre Baudelaire, 1821~1867)의 비판은 당시의 상황을 확연하게 보여준다. 그러나 1960년대 미니멀리즘과 개념미술의 등장으로 조형예술 분야에서 사진의 역할은 더욱 확대되었다(장정민, 2013). 사진은 대상에 대한 작가의 관점과 시선 그리고 해석이 개입되면서 다양한 이미지를 창출할 수 있는 독창성이 있기 때문이다. 디지털 기술의 발달로 디지털카메라는 대상 이미지를 변형, 삽입, 삭제, 합성 등 자유롭게 재구성을 할 수 있다. 이러한 카메라 기술은 사진작가가 작품의 주제를 표현하고 새로운 이미지를 창출하면서 새로운 예술 장르로 발전할 수 있었다. 기계 매체인 카메라를 이용한 사진은 사진작가에 의해 오늘날 미술관과 갤러리에서 예술작품으로 관람자에게 제공하고 있다. 카메라는 예술 분야에 중요한 매체로 자리매김하고 있다는 것을 알 수 있다.

둘째, 산업 매체의 등장은 뒤샹(Marcel Duchamp, 1887~1968)의 샘(Fountain, 1917) 작품으로 평범한 소변기 하나를 선택해 전시작품으로 제출하였다. 이는 미술사적으로 보면 형태에서 개념으로 변화시키는 혁신적 사건으로 동시대 미술에 엄청난 충격과 반향을 불러일으켰다. 뒤샹은 예술과 비예술의 영역을 무너뜨렸으며, 일상생활에서 발견할 수 있는 새로운 개념들을 강조하였다. 레디메이드(ready-made)의 형식은 기계에 의해 대량 생산된 상업적인 형태를 갖추고 있지만 뒤샹은 선택이라는 정신적 행위를 통해서 그 물질적이고 형태적인 측면이 관념적·개념적으로 승화될 수 있다는 것을 보여주었다. 이는 현대미술사에서 지각에서 개념으로의 전환이었으며 지각에 의한 재현에서 개념에 의한 표현이라는 큰 이념

적 변화를 초래하였다(박수경, 2013).

셋째, 대중매체인 TV·비디오·컴퓨터가 예술의 표현 도구로 적용되었다. 컴퓨터는 제1, 2차 세계대전 당시 독일군의 에니그마(Enigma) 암호를 해독하기 위해 튜링머신(turing machine)을 만들었다. 전쟁이 끝난 후 군사적 목적으로 개발된 컴퓨터를 실용화하기 위한 발상은 예술, 디자인, 음악분야에 접목하게 되면서 실용성·상업성·예술성으로 발전하게 되었다. 그리고 TV 매체는 상업 광고, 토크쇼, 드라마 등 사회적·국가적·세계적 상호작용 및 일상의 흐름을 제공한다. 그러나 미디어아트의 매체로서 TV는 창작작품으로 변환되어 특별한 시·공간의 차원으로 가상세계와 현실세계가 중첩(이이남, 2017)이 되는 예술 매체의 표현 도구가 되었다.

대중매체는 작품의 도구이자 매개체로 활용해 시공간적 한계를 넘어 자유로운 상호작용적 예술로 발전시켰다(조해나, 2017).

넷째, 첨단과학·기술로 인한 AI의 진화는 인간을 돕고, 인간을 대체할 수 있게 인간의 뇌를 부호화, 패턴화하여 다양한 분야에서 AI의 역할이 활발히 진행되고 있다. 의료분야에 활용되는 인공지능은 주로 CNN(convolutional neural network)에 의료 이미지 데이터를 입력하여 타입을 분류, 이미지 내부의 특정 패턴을 추출, 비슷한 특성끼리 분류 등 다양한 작업의 딥-러닝 모델을 활용하여 수행한다. 영상의학과에서는 종양을 찾아내는 과정과 치과에서는 치아 및 턱관절의 상태를 파악하며 병리학 분야에서는 종양이 나타난 위치를 찾아내는 과정에 활용하고 있다(Inforiencem 2021. 6. 27. 검색). 광고분야에서 아우디 A5 Coupe 런칭쇼를 AI가 실시간 리드하며 선보였다. AI의 역할은 조명과 맵핑, 공간과 중력을 자유로이 통제 조절이 가능하며 다양한 언어와 디자인 기술 제어까지 완벽하게 소화할 수 있는 인공지능의 역량을 역동적으로 보여주었다(이미숙·전효진, 2020).

장소영(2019)에 따르면 구글의 ‘딥드림(Deep Dream)’이 그린 작품은 예술가들의 기법을 학습해 특정 부분을 모방, 재현, 추상화 시킨 새로운 미술 작품이라면서 예술가로서 예술의 가치를 창출한다고 볼 수 없다고 주장했다. 이와 같은 논의에 대해서 연구자 역시 공감하며 동일한 관점이다. 그러나 예술 매체가 변천하는 과정은 유사한 단계를 거치면서 예술 매체에 대한 개념의 변화가 있었다. 여기에서 주목해야 할 점은 카메라, 산업생산물, 컴퓨터, TV, 인터넷, 빔프로젝트 등은 말 그대로 표현 도구로써 예술가의 선택이었다. 그러나 AI는 예술가의 표현 도구로써 AI와 예술가 AI라는 구분의 모호성을 가지고 있어서 기존의 예술 매체와는 확연하게 다르다는 것을 알 수 있다.

통상적으로 예술분야 만큼은 AI가 정복할 수 없는 부분이라는 견해가 많았다. 인간과 기

계를 구분하는 감정이 예술분야에서 가장 중요한 요소이기 때문이다.

2. 예술표현 매체의 변화에 따른 새로운 미술사조

일반적으로 미술사조는 예술가들의 작품을 표현하는 매체의 기법에 따라 결정되었다. 새로운 사조와 새로운 표현 도구의 시도와 그에 따른 미술사조는 밀접한 관계가 있다는 것을 미술사 흐름을 살펴보면 쉽게 파악할 수 있다. 이에 대한 사례는 다음과 같다.

첫째, 카메라 기술로 인한 사진의 등장은 세밀한 초상화를 전문적으로 하는 화가에게는 위기감에 놓여 있었다. 그러나 이를 계기로 화가만이 표현할 수 있는 새로운 색채기법을 활용하여 명도와 채도 즉, 색의 대비를 극대화하였다. 결론적으로 화가들에게 위협하는 사진 기술은 인상파(1863~1890)라는 미술사조를 탄생시켰으며, 추상표현주의(1940~1950) 등에도 영향을 미쳤다.

둘째, 뒤샹의 레디메이드에 대해서 앙드레 브르통(André Breton, 1896~1966)은 “예술가의 선택을 통해 명실상부한 예술품으로 승격한 기성품”이라고 정의했다. 이처럼 뒤샹이 선택한 자전거 바퀴, 소변기, 삽, 타자기 덮개 등은 오브제(object)로 새로운 의미를 창출하게 된다. 즉 공장 생산품이 레디메이드로 선택된 순간부터 창작 미술작품으로서 가치를 지닌다. 이는 ‘발견이 곧 미(美)’가 된다는 혁신적 예술의 개념이 된 것이다(도재기, 2021. 7. 5. 검색). 이러한 예술의 개념은 다다이즘의 작품 표현 방식에 영향을 주었다. 베를린 다다이스트의 작품 제작방식을 보면 레디메이드 이미지를 이용해 포토몽타주를 제작하였다(윤영범·김성현, 2013). 레디메이드 개념은 전통적인 제작방식에서 벗어나 고정관념을 타파하려는 다다이즘, 초현실주의, 팝아트, 개념미술 등에 지대한 영감을 주었다.

셋째, 대중매체로 통용되는 TV와 컴퓨터 또는 광고매체로 이용하는 LED조명, 빔프로젝터 등을 활용하여 예술가는 생성과 소멸의 빛, 공간, 인터랙티브 등 관람자에게 새로운 공간을 제공하고 상호작용을 시도한다. 이러한 대중매체나 광고매체를 활용하여 예술가는 작품과 관람자의 상호작용 및 교류를 넘어서 네트워크에 의한 원격현전(telepresence)과 쌍방향의 상호작용성(interactivity)이 두드러지며 관람자의 능동적 참여를 유도하였다(이미숙, 2016). 더 나아가 IT 기술의 발전과 함께 예술작품 표현은 3D 비디오 맵핑기법을 사용하여 실시간 컴퓨터 프로그래밍으로 더욱 다양한 증강현실(AR), 가상현실(VR), 홀로그램 등 영상 이미지의 생생한 빛, 소리, 바람 효과, 입체감, 역동성 등 나날이 발전하였다(홍유리, 2021. 7. 6. 검색).

예술가의 표현 도구인 대중매체는 미디어아트(비디오 아트, 컴퓨터 아트, 그래픽 아트, 디지털 미디어 아트, 멀티 미디어 아트)에 지대한 영향을 주었다.

위와 같이 기계, 생산품, 대중매체를 표현 도구로 하여 기존의 평면 회화나 조각 작품과는 차별화된 미학적 공간·탈공간적·형이상학적인 작품이 전개(신문과방송, 2021. 7. 6. 검색)됨으로서 예술영역 범위의 확장과 더불어 새로운 미술사조가 탄생하였다. <표 1>은 앞의 내용을 정리한 것이다.




<표 1> 기술 매체: 예술의 표현 도구 진화

구분	매체	미술사조
기계	카메라	사진: 예술영역 범주
산업	소변기, 자전거 바퀴	개념미술
대중	비디오, TV, 컴퓨터	미디어아트
첨단과학·기술	AI	AI 도입단계(현시점~)

3. 도구로서의 AI, 예술의 확장인가

최초로 이미지 표현 도구 AI를 이용한 것은 2014년 구글의 AI 딥드림(Deep Dream)이 이미지를 생성한 알고리(CNN)즘이었다. 그 당시 이미지의 수준은 기괴한(creepy) 느낌과 패턴이 복사된 결과물이었다. 그러나 이안 굿펠로(Ian Goodfello)가 제안한 GAN(generative adversarial network)(2014) 기술 등장은 기존의 어떤 방법보다도 사실적인 이미지를 만들 수 있는 획기적인 알고리즘 기술이라는 평가를 받았다. 2015년에 구글이 딥러닝을 적용해 개발한 프로그램 AI ‘딥 드림(Deep Dream)’은 여러 이미지 정보를 입력하면 패턴을 찾아내 혼합한 다음 스스로 새로운 이미지를 만든다. <표 2>는 초원의 나무 한 그루와 동물, 사람, 건물 그림을 접한 인공지능은 이런 정보들을 무작위로 섞어 자신만의 이미지를 만든다. 이미지 결과물은 시공간의 제약을 뛰어넘어 초현실적인 세계(2021. 6. 8. 검색)를 상상할 수 있는 시각적 효과를 낸다. 그러나 동물과 같은 얼굴과 자동차 바퀴의 반복적인 패턴 이미지를 구현하는 수준이다.

〈표 2〉 예술 분야 AI의 이미지 진화

년도	자료	AI 결과물
2015, Deep Dream Generator AI, 구글		
2016, The Next Rembrandt AI, 마이크로소프트사		
2017, Vincent AI, 엔비디아사		
2018, Obvious AI 인공지능 학생예술집단		
2020, Obvious AI 작품명: Parietal Burner #1		
2021, Obvious AI 작품명: Parietal Burner #2		

2016년 칸광고제(Cannes Lions)에서 마이크로소프트(Microsoft)사의 넥스트 렘브란트(The Next Rembrandt) 프로젝트는 17세기 바로크 시대의 화가 렘브란트의 작품을 주제와 스타일을 모방한 작품을 구현하라고 알고리즘을 부여한 자가 지시했다. 이 기획 프로세스는 렘브란트의 작품 346점을 3D로 스캐닝하고 표현기법(각도, 붓질 방법, 물감 색상, 배합 비율 등)을 딥러닝 시킨 뒤, 인공지능의 안면 인식 기술과 심층학습 알고리즘을 적용해 지시한 렘브란트의 화풍을 3D 프린팅 기술로 재현했다(2021.6.8. 검색). 원본에 비해 결과물 이미지는 포토샵 느낌을 주는 초상화지만 지금 현시대의 초상화로 해석하기에 손색이 없는 것 같다.

2017년 독일 뮌헨에서 열린 ‘GTC 유럽’ 행사에서 인공지능 컴퓨터 기업 엔비디아(Nvidia)가 시연한 ‘Vincent AI’가 GAN으로 구현한 이미지이다. 사용자가 스타일러스를 이용해 간단한 스케치를 입력하면 실시간으로 완성이 된다. 이에 대한 결과물은 19세기 영

국 풍경화가 터너의 유화로 새로운 풍경 이미지이다(2021. 6. 8. 검색). ‘Vincent AI’는 박물관이나 미술관 관람자를 대상으로 흥미로운 AI 체험에 상당한 효과가 있을 것으로 예상된다.

2018년 프랑스 AI 예술팀의 ‘오비어스’(Obvious) 기획은 이미지 생성에 주로 활용되는 AI 알고리즘(GAN·생성적 적대 신경망)으로 알려졌다. 캔버스에 인쇄된 이미지는 14~20세기에 걸친 서양 초상화 1만 5000여 작품을 데이터 베이스로 분석한 이후 이를 기반으로 창작된 초상화다(2021. 6. 8. 검색). 이 작품은 2018년 10월 미국 뉴욕 크리스티 경매장에서 세계 최초로 AI 오비어스가 그린 초상화 ‘에드몽 드 벨라미’가 경매에서 한화 약 5억원의 높은 가격에 낙찰됐다(2021. 5. 20. 검색).

2020년 12월에 Obvious 프로젝트의 작품 ‘Parietal Burner #1’은 선사시대 라스코 동굴 벽화와 현대 거리미술가 로스(Raws)의 ‘chaos’ 작품을 혼합하여 AI 생성 작품의 새로운 이미지를 제작하였다(2021. 6. 22. 검색).

2021년 4월 Obvious 프로젝트는 독일 거리예술가 트룰루브(Bond Truluv)의 스타일과 라스코 동굴벽화 중 하나를 선택하여 ‘Parietal Burner’ 시리즈의 두 번째 작품 ‘Parietal Burner #2’를 만들었다(2021. 6. 23. 검색).

〈표 2〉에서 이미지를 제작한 AI를 기술적 차원에서 분석하자면 첫째, 초창기 AI 이미지 결과물은 어느 한 패턴을 반복적으로 나열하여 괴상하고 야릇한 이미지이었으나 진화된 GAN 알고리즘을 통해 특정 스타일, 붓질 등 정밀한 부분까지 특정 화가와 유사하게 이미지를 구현했다는 점이다. 둘째, 알고리즘 부여자의 창의적 시도와 지시에 따라 다양한 이미지를 제작할 수 있다. 셋째, 알고리즘 부여자가 예술가면 AI 기술은 예술가의 표현 도구로써 훌륭하다는 점이다. 넷째, AI 기술의 상용화로 인하여 예술가·비예술가와 상관없이 이미지를 제작할 수 있다. 다섯째, AI의 알고리즘을 이용하여 제작한 이미지가 문화적 기호로 인식됨으로서 특정 소비자의 욕구 충족을 할 수 있다.

결론적으로 AI 기술은 다양한 이미지들을 스캔, 융합, 변형 등을 통해 표현을 확장 시킬 수 있는 도구라고 판단된다. 현재까지 AI 이미지 결과물은 예술작품의 주체성은 부재이며 단지 광고나 미술 체험 등 상업용으로 활용도가 높을 것으로 예상되며 경매 시장에서의 뜨거운 호응은 당대의 희소성, 취향, 문화적 기호로 해석된다.

Ⅲ. AI와 차세대 AI의 예술작품에 대한 논의

1. 차세대 AI

차세대란 “다음의 세대”를 뜻하며(2021. 7. 5. 검색) AI를 기반으로 다음 세대에 도래할 새로운 AI 기술을 차세대 AI라 칭한다.

과학기술정보통신부에 따르면 2024년 AI 칩 상용화에서 2030년쯤에는 인간지능을 넘어서는 차세대 AI 기술로 도입할 계획이다. 이러한 계획은 작은 데이터로 효율적인 학습과 더불어 추론·적응과 확장이 용이한 AI 알고리즘을 개발한다. 더 나아가 AI 활용성을 개선해서 사람 수준의 의사소통, 인지, 교감, 행동 등 사람과 교감할 수 있는 AI 기술을 개발하는 것이 초점을 두고 있다. 기본적으로 인간을 위한 기술개발이며 “인간 수준의 기술개발을 위해 현재의 AI 기술이 가진 한계를 극복하고 신뢰성을 강화해 인간이 보다 잘 활용할 수 있는 기술을 확보하는 게 차세대 AI 사업의 목표”라고 강조했다. 인공지능의 인공지능으로 불리는 ‘초거대(hyper scale)’ 인공지능(AI) 시장 선점을 위해 전 세계 주요국과 글로벌 빅테크 기업들이 사활을 건 경쟁에 돌입했다. 이런 가운데 정부가 3000억 원이 넘는 연구개발(R&D)비를 투입해 차세대 AI 핵심 원천 기술 확보를 하겠다고 발표했다(2021. 7. 3. 검색).

본 연구에서의 논지하고자 하는 핵심은 차세대 AI 기술개발 사업의 목표에서도 알 수 있는 것처럼 인간이 잘 활용할 수 있는 기술이라는 점이다. 즉, 차세대 AI 기술도 예술가의 표현 수단이 될 것이다.

2. AI 기술과 예술의 본질

최첨단 과학과 기술력을 지닌 AI와 차세대 AI도 예술가의 표현 도구로 보조되는 것이 합당하다고 본다. 이러한 새로운 예술 매체는 실험과 모험을 시도하는 아방가르드를 이끄는 예술가에게 현안을 제공하는 격이다. 이러한 전위예술 활동은 어느 시대에도 있었으며 새로운 양식을 태동하는 발판이 되었다. 미술사조에 있어서 새로운 양식은 개념이나 새로운 기술 매체에 의해 탄생 되었음을 미술사에도 알 수 있다.

일반적으로 예술과 기술의 다른 점은 상상력이다. 예술가에게 있어 상상력(imagination)은 내면의 빛이라 할 수 있다. 상상력은 대상을 보면서 닮음과 다름을 꿰뚫어보는 투시력과

대상을 보고 상호 이질적이고 무관한 것을 연결시켜 보이지 않는 것을 표면화 시킬 수 있는 구상 능력이라고 생각한다. 이러한 상상력은 평면이나 입체로 제작하거나 표현할 때 새로운 창조적 활동을 산출한다.

보편적으로 예술가의 창작작품은 그 작가만이 지닌 고유성, 순수성, 독창성 등 예술적 잔흔을 그대로 반영한다. 그래서 예술작품은 동서고금을 막론하고 예술가의 정신적 활동의 소산이라 했다. 창조적 작품을 구현하는 도구가 최첨단의 기술을 지녔다 하더라도 표현 도구에 불과할 뿐이다. 예술가의 상상력과 창조성은 예술의 본질 그 자체를 그대로 드러낸다.

3. AI 이미지와 예술작품의 논의

고대부터 현대에 이르기까지 모든 예술작품의 창작 주체는 인간이라는 점에 대해서는 한 점의 의혹도 제기할 수 없는 절대적 진리였다. 그러나 구글 AI가 이미지를 처음 선보였을 때, 첨단과학과 융합된 그래픽기술의 발달은 놀라움을 넘어선 경이로움 그 자체였다. 그 경이로움은 현대예술을 전복시키기에 충분한 힘이 있었다. 즉 진화된 알고리즘 GAN의 기술은 AI가 그린 그림인지, 예술가가 그린 그림인지에 대한 구분은 시각으로 구분한다는 것 자체가 사실상 무의미해졌기 때문이다.

2018년 미국 뉴욕 크리스티 경매(Christie's in New York)에서 오비어스(Obvious) AI가 그린 초상화 ‘에드몽 드 벨라미’가 한화 약 5억원의 높은 가격에 낙찰되면서 저작권과 AI 예술작품에 대한 논란을 초래하였다.

AI 기술차원에서 저작권에 대한 논란은 예술사적 또는 법률적 관점으로 보았을 때 충분히 설득력이 있다. 그러나 예술작품에 대한 논란은 코로나19처럼 역사적으로 처음 발생한 초유적 사건이기 때문에 무척 당황스러울 수밖에 없을 것이다. 이러한 이슈와 관련하여 다음과 같은 자성(自省)의 질문이 가능할 것이다.

첫째, ‘예술가란 무엇인가?’ 가장 근본적인 물음이 시작될 것이다. 누구나 작품을 만들 수는 있다. 그러나 통상적으로 예술가는 기본적인 소양 과정을 거친 후 직업이든 취미든 예술활동을 한다. 둘째, AI 이미지가 예술작품인가, AI 이미지를 예술작품이라고 인정하려면 충분한 담론을 거쳐서 다양한 의견을 숙성시켜야 할 것이다. 인간의 사회활동에 있어서 어떤 개념이 상식적으로 수용되기 위해서는 다양한 계층의 다양한 의견들이 수렴되어 누구나 보편적으로 인정하는 상식의 범위까지 수용되어야 하기 때문이다. 이러한 담론은 예술가, 예술작품, 예술활동 등이 역사적으로 인간을 중심으로 개념화된 용어이기 때문이다. 셋째,

AI 이미지 개념에 대한 적합한 개념이 필요하다. AI 기술은 다양한 분야에서 적용되고 있다. 고객상담 분야에서는 고객과 대화할 수 있는 AI 챗봇(chat bot)을 사용한다. 그렇다고 의료계에서 AI 기술로 환자를 치료한다고 해서 AI를 의사로 호칭을 하지 않는다. 예술분야에서도 챗봇 사례를 적용해야 할 것으로 판단된다. 즉 인간인 예술가와 아트봇(art bot)을 구분하듯이 예술가의 작품과 사이버 작품(AI 작품)을 구분하는 개념을 정의해주면 예술가의 예술작품과 확연하게 구분이 될 것이다. 넷째, AI는 예술매체로써 도구일 뿐이다. AI는 매체로써 작품 제작 시 편리성·효율성·정밀성 등 표현 효과를 상승시킬 수 있는 도구로 규정할 필요가 있다. 다섯째, AI 그림에 대한 고가의 경매 입찰은 문화적 코드로 해석할 수 있다. 즉 전통적인 예술작품의 가치가 아니라 당대의 핫이슈가 되거나 호기심의 대상 또는 작품의 희소성에 대한 소비심리, 취향 등 경제적 관점에서 소유 가치로 수용할 수 있을 것이다. 여섯째, 작가 서명이다. 예술가는 작품 제작이 종료되면 서명을 한다. 그런데 현재 AI 이미지 결과물은 알고리즘 기호가 입력되어 있다. 오비어스 AI는 작품에 서명 대신 제작에 사용된 알고리즘을 적었다(2021. 6. 17. 검색). AI 이미지 결과물은 기술 데이터 알고리즘 코드라는 점에서 상업적·과학적·기술적으로 느낄 수밖에 없다. 일곱째, AI와 차세대 AI를 새로운 종(species)으로 분류하여 사이버 사피엔스(cyber sapiens)로 호칭하는 것도 하나의 방법이다. 진화된 AI가 작품 창작의 주체가 된다면 진화된 AI의 예술적 작품을 수용할 수도 있기 때문이다. 인간과 확연하게 구별되는 하나의 집단으로 분류하여 이들의 모든 활동을 인정하는 것도 하나의 방법이라고 판단된다. 이렇게 직면한 현실은 거부할 수 없는 시대의 흐름이라는 점에서, 이 시대의 예술가들이 피할 수 없는 난관일 것이다. 그렇다면 이러한 시대의 난관을 어떻게 개념화하고 수용할 수 있을 것인지에 대한 화두를 조심스럽게 던져본다.

IV. 결론

2018년 미국 뉴욕 경매장에서 오비어스 AI가 제작한 초상화 ‘에드몽 드 벨라미’가 높은 가격으로 낙찰되면서 세계적으로 화두가 되었다. 예술분야에 적용된 AI 기술의 결과물인 새로운 초상화는 예술에 도전이라는 꼬리표가 붙었다. 따라서 본 연구는 예술표현 도구로써의 AI와 AI 이미지 결과물에 대한 확연한 구분을 할 수 있는 용어 및 개념 정립에 대해 모색을 하였다.

첫째, 예술표현 매체와 AI에 관한 수용 및 개념 정립의 필요성을 전개하기 위해 먼저 예술의 매

체를 기계 매체, 산업 매체, 대중매체, 첨단과학 기술 매체로 구분하여 각 시대의 새로운 매체 등장과 표현 도구로 이용되는 개념의 변화를 살펴보았다. 또한 AI에 대한 개념을 정립하기 위해서 AI에 대한 수용과 AI가 예술표현 매체로서 타당한가에 대해 미술사의 흐름을 고찰하였다. 둘째, AI에 대한 개념이 정립되지 않는 상황에서 용어의 구분이 필요하다는 문제 제기와 AI 화가'와 'AI 창작 예술품'이라는 새로운 용어의 필요성에 대해 살펴보았다. 그리고 AI 저작권과 AI 예술작품에 대한 화두를 연구자 관점으로 전개한 내용은 다음과 같다. 첫째, 예술가란 무엇인가, 둘째, AI 이미지가 예술작품인가, 셋째, AI 이미지 개념에 대한 적합한 용어의 필요성, 넷째, AI는 예술 매체로써 도구인가, 다섯째, AI 이미지의 가치는 문화적 코드인가, 여섯째, 작품을 제작하는 AI와 화가의 서명에 대한 차이점 등 직면한 현실의 문제를 제기하고 이론적 고찰을 통해 예술의 미래를 열 수 있는 관점을 제시하였다.

이론적 시사점은 첫째, 미술사를 토대로 각 시대에 새로운 예술표현 매체가 수용되는 과정을 학문적으로 체계화하여 정리한 점이다. 둘째, 새로운 매체가 차기 미술사조에 영향을 줌으로써 새로운 매체에 대한 개념의 변화와 창작작품에 대한 가치의 변화를 시사한 점이다. 셋째, AI가 예술에 적용된 현 상황에서 예술가들이 사용하는 표현 도구의 AI와 작품을 제작하는 AI 명칭에 대한 구분의 필요성을 제안한 점이다. 넷째, AI와 차세대 AI를 하나의 종으로 분류하여 수용의 여부를 제기한 점이다. 실무적 시사점은 예술가들이 사용하는 AI와 수학적 코드를 입력하여 기술자·체험자 등의 결과물을 제작하는 AI에 대한 구분으로 신조어를 제안한 점이다.

본 연구의 한계점은 연구자의 관점으로 AI 시대의 예술의 문제를 논의한 점이다. 향후 이러한 논의를 예술가와 비예술가의 관점을 설문으로 탐색하거나 심도 있는 연구가 지속적으로 이루어질 바란다.

【참고문헌】

- 구본권(2018), “‘AI의 창작활동’, 예술의 위기인가 지평 확대인가’, 『한겨레』(11월 25일), <<https://www.hani.co.kr/arti/economy/it/871729.html>(2021. 5. 22. 검색)>.
- 김정기(2018), “AI 스피커 지속사용의도에 미치는 인공지능 에이전트의 음성품질 요인에 관한 연구”, 연세대학교 대학원 석사학위 논문.
- 도재기(2020), “인공지능이 그린 그림, 예술인가 기술인가”, 『경향신문』(5월 22일), <https://m.khan.co.kr/view.html?art_id=202005221605005#c2b(2021. 7. 5. 검색)>.
- 민병일(2011), “예술사상의 주체와 객체에 대한 미적가치연구”, 대구가톨릭대학교 대학원 박사학위논문.
- 박설민(2020), “AI, 예술의 영역을 정복할 수 있을까”, 『시사위크』(9월 7일), <<https://www.sisaweek.com/news/articleView.html?idxno=137339>(2021. 6. 15. 검색)>.
- 박수경(2013), “반미술로서 개념미술에 관한 연구 -해체주의와의 의미연관을 중심으로-”, 강원대학교 대학원 박사학위논문.
- 변지민(2016), “인공지능이 꿈을 꾸다면 어떤 모습일까?”, 『동아사이언스』(12월 4일), <<http://dongascience.donga.com/news.php?idx=15120>(2021. 6. 18. 검색)>.
- 신문과방송(2020), “기획연재 「인간의 상상력과 인공지능의 절묘한 조합, ‘뉴칼라’ 광고 낳는다」 광고와 인공지능”, 『한국언론진흥재단』(10월 26일), <https://blog.naver.com/kpfjra_/222124053651(2021. 7. 6. 검색)>.
- 양은지(2019), “뉴미디어아트를 기반으로 시공간 활성화 방안”, 『디지털경영연구』, 5(2): 27-38.
- 오상현(2021), “정부, 사람과 교감하는 ‘차세대AI’ 개발 3,000억 투입”, 『머니투데이』(5월 24일), <<https://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2021052115313955461>(2021. 7. 5. 검색)>.
- 윤영범·김성현(2013), “다다이즘과 포토몽타주에 대한 고찰”, 『한국콘텐츠학회논문지』, 13(7): 117.
- 이미숙·전효진(2020), “디지털 미디어 파사드와 AI 미디어 파사드 광고 효과 -주목성, 다양성, 몰입성과 브랜드 태도를 중심으로-”, 『한국디자인트렌드학회』, 25(3): 121-132.
- 이승하(2018), “디지털 이미지의 가상과 실재 상호작용 표현 연구 -연구자 미디어 아트 작

- 품 중심으로-”, 조선대학교 대학원 박사학위논문.
- 이이남(2017), “미디어 아트 시물라크르에 대한 메타포리즘 해석학 -연구자 작품을 중심으로-”, 조선대학교 대학원 박사학위논문.
- 이현남(2020), “인공지능을 활용한 창작 프로젝트 <넥스트 렘브란트> 연구”, 『유럽문화예술학논집』, 11(1): 19-41.
- 장소영(2019), “인공지능에 의한 예술 창작의 가능성 연구”, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 장정민(2013), “현대 사진예술과 조각의 관계성 연구 -사진과 조각의 존재론적 특성을 중심으로-”, 상명대학교 대학원 석사학위논문.
- 조해나(2017), “포스트모더니즘 이후 확장된 조각의 미디어 활용 연구 -영상설치를 통한 상호작용성과 본인 작품을 중심으로-”, 서울시립대학교 대학원 석사학위논문.
- 홍유리(2018), “장대한 빛의 놀이터, 디지털로 경험하라”, 『중앙선데이』(10월 20일), <<https://news.joins.com/article/23052334>>(2021. 7. 6. 검색)>.
- 홍해나(2020), “AI가 세상에 없던 초상화를 그릴 수 있었던 이유”, 『Byline Network』(10월 7일), <<https://byline.network/2020/10/7-80/>>(2021. 6. 17. 검색)>.
- BBC NEWS(2018), “인공지능: AI가 그린 그림 크리스티 경매서 5억 원에 낙찰”, 『BBC NEWS 코리아』(10월 26일), <<https://www.bbc.com/korean/45987013>>(2021. 5. 20. 검색)>.
- beliefn2456(2017), “빔프로젝트 중고 빔프로젝터 전통회화, LED조명, 빔 프로젝트가 어우러지면?”, (5월 17일), <<https://belooio0222.tistory.com/2>>(2021. 7. 6. 검색)>.
- Daum 사전, “차세대”, <<https://dic.daum.net/search.do?q=차세대>>(2021. 7. 5. 검색)>.
- NEWSLETTER(2017), “생성적 적대 신경망(GAN) 이론”, 『Hot Issue on the R&D』, 11(3).
- Inforience(2021), “의료분야에서의 인공지능”, 『Inforience』(1월 18일), <<https://inforience.net/2021/01/18/ai-in-medicine/>>(2021. 6. 27. 검색)>.
- pumucle200(2006), “서양미술사 레디메이드(ready-made)”(5월 19일), <<https://m.blog.naver.com/PostView.naver?isHttpsRedirect=true&blogId=pumucle200&logNo=150004438043>>(2021. 7. 5. 검색)>.