

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2024.10.3.731>

JCCT 2024-5-82

NFT 미술품 구매자의 예술적 인식과 가치 수용에 대한 양적 연구

A Quantitative Study on the Artistic Perception and Value Acceptance of NFT Art Buyers

방진원

Bang Jin wonA*

요약 본 연구는 상품화된 디지털 예술인 NFT 미술품 구매자의 예술적 인식과 가치 수용에 대한 양적 연구를 수행하였다. 블록체인과 융합된 디지털 자산인 NFT는 투자 상품으로 급속한 성장을 보여왔지만, 최근 가치가 하락하는 추세이다. 그러나 혁신 위험이 있음에도 불구하고, 고유성과 희소성을 지닌 NFT 미술은 새로운 기회와 가치를 창출하기 위해 지속적인 발전을 거듭하고 있다. 새로운 기술인 NFT는 전 세계의 화가와 예술가, 미적 취향을 지닌 창작자, 미술관, 문화단체, 기업 등에서 적극적으로 예술로 활용하고 있다. 그러나 한편으로는 기술적 예술인 NFT 미술 자체에 대한 비판과 실물 작품의 NFT 전환으로 인한 저작권 논란 및 거품 우려 등에 대한 부정적인 의견도 있다. 특정한 계층을 대상으로 하는 미술품의 가치는 예측하기 어렵고, 가상 통화의 가치 변동과 함께 경제적 가치가 변하는 혁신적 예술인 NFT 미술의 가치는 더욱 예측하기 어렵다. 이에 새로운 예술인 NFT 미술의 성장과 발전에 중요한 역할을 하는 구매자에 관한 연구를 통해 NFT 미술의 확장에 도움이 되고자 한다.

주요어 : NFT 미술, 기술적 예술, 새로운 예술, 미술품 구매자. 양적 연구

Abstract This study conducted a quantitative research on the artistic perception and acceptance of value among buyers of commodified digital art known as NFT artworks. NFTs, digital assets, have shown rapid growth as investment products, but recently there has been a trend of declining value. However, NFT art, characterized by uniqueness and scarcity, continues to undergo continuous development to create new opportunities and values. Nonetheless, there are also negative opinions regarding NFT art itself as a form of technological art, as well as concerns about copyright disputes and fears of a bubble due to the conversion of physical artworks into NFTs. Predicting the value of artworks targeting specific demographics is difficult, and the value of innovative art such as NFT art, which changes along with the fluctuation of cryptocurrency values, is even more challenging to predict. Therefore, through research on the buyers who play a crucial role in the growth and development of this new form of art, the study aims to contribute to the expansion of NFT art.

Key words : NFT Art, Technological Art, New Art, Art Buyers. Quantitative Research

*정회원, 강남대학교 교수 (제1저자)
접수일: 2024년 3월 4일, 수정완료일: 2024년 4월 10일
게재확정일: 2024년 4월 20일

Received: March 4, 2024 / Revised: April 10, 2024
Accepted: April 20, 2024
*Corresponding Author: sjartspace@naver.com
Dept. ,Universal Art Design, Kangnam Univ, Korea

I. 서론

블록체인을 기반으로 생성되는 기술적 예술인 NFT 미술은 토큰 경제와 결합된 21세기의 혁신적 예술이다. 상품화된 디지털 예술인 NFT 미술품은 새로운 미술시장을 열었고, 시장은 수요와 공급의 원칙에 의해 운영된다. 암호 화폐 예술인 NFT미술도 자본주의 사회의 경제 원칙에 따르고 있다. 특히 NFT 미술의 가치는 가상경제의 등락과 함께 변화하기 때문에 구매자의 예술적 인식에 대한 더욱 세밀한 분석이 필요하다.

실물 원본이 있는 전통적인 회화와 마찬가지로 디지털 파일인 NFT 미술도 향유재이며 동시에 투자재이다. 도입초기, 주로 투자 상품으로 인식되었던 디지털 자산인 NFT 미술은 이제 예술적 가치, 기술 경험적 가치 등 다양한 방식으로 활용되고 있다. 그러나 구매자가 없다면 NFT 미술시장은 성장할 수 없다. 따라서 NFT 미술시장이 발전하기 위해서는 구매자의 예술적 인식과 가치 수용에 관한 연구가 필요하다. 본 연구가 NFT 미술의 성장을 위한 기초자료로 활용되기를 기대한다.

II. 양적 연구(quantitative research)

NFT 미술에 대한 구매자의 예술적 인식과 가치 수용에 대한 현황을 분석하기 위해 2023년 10월에 눈덩이 표집 방식으로 양적 조사를 실행했다. 눈덩이 표집(snowball sampling)방식은 초기 조사 대상자를 통해 추가적인 참여자를 확보하는 방법으로, 연쇄적으로 참여자를 확장해가는 방식이다. 양적 분석은 정형 데이터를 바탕으로 통계적 분석을 진행하기 때문에 객관적인 결과를 도출할 수 있는 분석 방법이다.

1. 연구 참여자

양적 연구에는 확률적 표집(probability sampling)과 비확률적 표집(nonprobability sampling)이 있다. 비확률적 표집은 연구자의 주관적 판단에 따라 표본을 선택하는 방식으로, 임의 표집(convenience sampling)과 눈덩이 표집 등이 있다. 본 연구는 눈덩이 표집 방식을 활용하여 소셜 네트워크(Social Network)를 통한 모바일 양적 연구를 실행했다. 모바일의 카카오톡을 활용하여 설문 내용을 지인에게 전달하고, 지인이 또 다른 지인에게 전달하는 방식으로 조사를 진행했다. 설문이 몇 명에게 전달되었는지 알 수 없었지만, 102명의 응답이 있었다. 4차 산업의 정보통신 기술을 활용한 모바일 설

문으로 양적 연구를 진행한 결과 응답자의 72%가 문화 예술 관련자임을 확인할 수 있었다. 이는 사회적 관계를 기반으로 형성된 네트워크를 통해 유사한 관심을 가진 그룹에게 설문이 전달되었을 가능성을 시사한다.

2. 양적 연구 방법

양적 연구는 자료수집과 분석을 통해 연구 문제에 대한 이해를 증진하는 방법으로, 현상을 보다 일반화된 관점에서 이해할 수 있다. NFT 미술품 구매자의 예술적 인식과 가치 수용 방식을 조사하기 위해 모바일을 활용하여 설문 조사를 실행했다. 미술품 구매자의 특성과 유형에 따라 시장을 세분화하는 전략은 NFT 미술 시장을 정확하게 이해하고 구매자에게 적합한 작품을 제공하기 위해 중요한 역할을 할 수 있다.

이에 시장 세분화(market segmentation) 변인을 기반으로 설문을 작성했다. 시장 세분화를 위해서는 측정가능성(measurability), 접근가능성(accessibility), 실질성(practicality) 차별화 가능성(differentiability), 실행가능성(actionability)의 5가지 조건이 필요하다.

(그림 1)

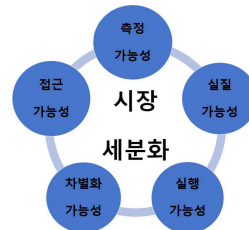


그림 1. 시장 세분화에 필요한 전제 조건, (Kotler&Scheff, 1977)

Figure 1. Prerequisites for market segmentation

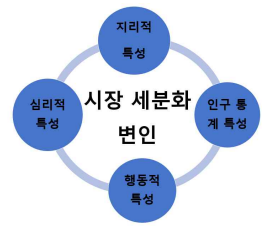


그림 2. 시장 세분화의 네 가지 대표적 변인(Kotler&Scheff, 1977)

Figure 2 Four classic drivers of market segmentation

디지털 자산인 NFT 미술은 시장 세분화를 위한 5가지 요소인 측정 가능성, 접근 가능성, 실질성, 차별화 가능성, 실행 가능성을 모두 갖추고 있다.

블록체인 기반의 NFT 미술시장은 미술품에 대한 모든 자료가 투명하게 공개되어 측정이 가능한 미술시장이며, 온라인 NFT 플랫폼을 통한 미술 유통은 쉽게 접근할 수 있는 새로운 시장이다. 또한 재판매가 빈번한 NFT 미술시장은 창작자, 구매자, 거래자에게 실질적인 소득이 발생하는 시장이다.

암호 화폐 예술을 거래하는 NFT 미술시장은 메타버스를 이해하는 구매자를 대상으로 하는 차별화된 시장

이며, 특수한 취향을 가진 소비자의 욕구를 충족시킬 프로그램을 개발하고 실행해야만 수익을 창출할 수 있는 시장이다. 상품화된 예술인 NFT 미술의 시장 세분화에 관한 연구는 메타버스 예술인 NFT 미술의 미래를 예측하고 미래 가치를 증진하기에 적합한 연구이다.

NFT 기술에 특화된 NFT 미술시장에는 시장 세분화에 필요한 행동적 특성, 심리적 특성, 인구 통계적 특성, 지리적 특성의 4가지 변인이 존재한다 (그림 2).

행동적 변인에는 구매자의 구매 의도, 구매 과정, 소비 패턴, 사용 경험, 추구하는 혜택, 편의성, 상호작용을 통해 영향을 미치는 소셜 인터랙션(Social Interactions) 등이 있다. 이를 파악하기 위해 실물 원작과 NFT 미술품 구매 경험에 관한 질문을 했다. (문제 1, 2)

심리적 변인은 구매자의 인지적 편향, 개인적 선호도, 개인의 취향, 개인적 가치관, 감정적 연관성, 사회적 영향, 기대 수준, 미학적, 교육적 관심 등을 포함한다. 사회 심리적 기준에 따르는 질문(문제 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9)으로 NFT 미술품 구매자의 예술적 인식과 가치 수용에 관한 설문은 실행했다.

인구 통계 변인은 성별, 연령, 소득 수준, 지역, 학력, 직업, 직위, 국적, 종교, 결혼 여부 등을 포함한다. 예를 들어 디지털 환경에서 태어나고 자란 디지털 네이티브(digital native)들은 다른 연령대에 비해 기술적 혁신을 통해 창출된 NFT 미술에 대한 관심이 더 많을 수 있다. 성별이 구매자의 선호도와 구매 동기에 영향을 미칠 수도 있고, 소득을 발생시키는 직업은 예술 작품의 구매 결정에 영향을 줄 수 있다. 이를 파악하기 위해 나이, 성별, 직업에 관한 질문을 했다. (문제 10, 11, 12)

표 1. NFT 미술품 구매자의 인식과 수용에 대한 연구 문제
 Table 1. Research questions on the perception and acceptance of NFT art

연구문제	NFT 인식과 수용에 대한 설문지 내용	평가 내용
문제 1	NFT 미술 거래 경험이 있나?	행동적 변인
문제 2	실물 원작 거래 경험이 있나?	행동적 변인
문제 3	NFT 미술 거래 계기는?	심리적 특성
문제 4	NFT 미술 경험이 없다면 이유는?	심리적 특성
문제 5	NFT미술을 거래하는 것에 대해 어떻게 생각하나?	심리적 특성
문제 6	NFT미술을 구입한다면	심리적 특성

	지출 가능한 금액은?	
문제 7	NFT 미술과 실물 원본 중 어느 것을 선호하나?	심리적 특성
문제 8	NFT 미술을 선호한다면 이유는?	심리적 특성
문제 9	실물 작품을 선호한다면 이유는?	심리적 특성
문제 10	응답자 성별	인구 통계적 변인
문제 11	응답자 연령	인구 통계적 변인
문제 12	응답자 직업	인구 통계적 변인

3. 설문 조사(Questionnaire Surveys)

NFT 미술의 미래 전망에 관한 연구와 분석은 조사에서 시작한다. 행동적 변인, 심리적 변인, 인구 통계적 변인을 통해 NFT 미술품 구매자의 인식과 수용에 대해 조사를 진행했다. 양적 연구를 위해서 시장 세분화의 변인에 따른 12문항의 설문 조사를 진행했다(표1)

1) NFT 미술품 거래 경험과 실물 원작 거래 경험에 관한 질문 결과, NFT 미술품 거래 경험이 있는 응답자는 10.8%에 해당했다(그림 1). NFT 미술품 구매 경험자가 10.8%에 이른다 것은 혁신적 예술인 NFT 미술이 예술적으로 인식되고 가치로 수용되고 있다는 것을 시사하는 결과이다.

2) 실물 원작 구매자가 50%이다(그림 2). 시장 세분화의 행동 기준은 예술품 구매와 사용에 직접적으로 관련된 행동적 변인에 따라 결정된다. 응답자의 10.8%가 NFT 미술품을 구매했고, 50%가 실물 작품을 구매했다는 결과는 풍부한 예술 소비가 이루어지고 있다는 것을 보여주는 중요한 결과이다.

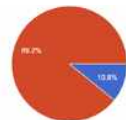


그림 1. NFT 미술품 거래 경험이 있으십니까? 응답 102, Figure 1. Please put the title of figure here.

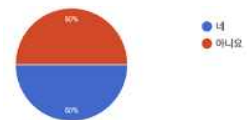


그림 2. 실물 원작 거래 경험이 있으신가요? 응답 102, Figure 2. Do you have experience trading original art?

3) NFT 미술품 구매 경험에 관한 질문은 구매자의 심리적 성향을 파악하기 위한 질문이다. 구매 동기와 구매 하지 않는 이유, 즉 개성을 반영하는 심리적 특성에 관한 질문에서, 새로운 예술에 관한 관심에서 NFT

를 구매한 비율이 46.7%이며, SNS와 미디어의 영향을 받았다고 응답한 비율이 28.9%이다(그림 3).

개성은 다른 사람이나 대상과 구별되는 고유의 특성으로, 자신의 주변 환경에 대한 반응으로 형성되는 심리적 특성이다. 미술품 구매자들은 대체로 자신의 개성에 맞는 작품을 선호하는 경향이 있다. 응답자들의 답변을 통해 NFT 미술품 구매 결정에서 전문가나 지인의 추천보다는 구매자의 개성이 중요하다는 것을 알 수 있다. 새로운 예술에 관한 관심에서 NFT 미술을 구매하는 경향은 기술적 예술인 NFT 미술의 발전 가능성을 보여주는 중요한 신호라고 할 수 있다.



그림 3. NFT 미술품 거래 계기는? 응답 45
Figure 1. Why trade NFT art?

4) NFT 미술품을 구매하지 않은 가장 큰 이유는 '가치가 없다'로, 이에 해당하는 비율은 32.3%이다. 거래 의사가 있지만 거래 방법을 모르는 비율이 29.9%, 그리고 흥미가 없다는 비율이 28.7%이다(그림 4). 예술이 확장되기 위해서는 알고, 이해하고 활용하는 단계가 필요하다. '가치가 없다.'는 32.3%는 NFT 미술에 대해 아는 것이고, '거래 방법을 모른다'는 29.9%는 흥미가 있음을 시사한다. 결과를 통해 구매자가 NFT 미술에 대해 알아가기 시작하는 초기 단계임을 알 수 있다.



그림 4. NFT 미술품 거래 계기 경험이 없다면 이유는?
응답 102, Figure 4, .Why don't I have experience with NFT art trading instruments?

5) NFT 미술품 거래에 대해 긍정 의견이 45%, 매우 긍정이 10.8%이고, 부정적인 의견은 39.2%였고, 매우 부정적인 의견은 4.9%였다. 긍정적인 의견을 합한 결과는 55.9%였으며, 부정적인 의견을 합한 결과는 44.1%로, 긍정적인 의견이 11.8% 더 높았다. 새로운 예술인 NFT 미술에 대한 구매자의 가치 수용이 이루어지는 단계임을 알 수 있다.

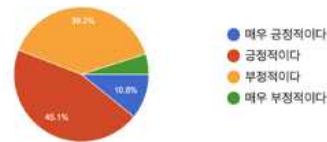


그림 5. NFT 미술품 거래하는 것에 대해 어떻게 생각하시나요? 응답 87
Figure 5, What do you think about trading NFT art?

6) NFT 미술품 구매 가능 금액에 관한 질문의 응답 결과는 구매 가능 금액 50만 원 이하가 63.7%, 50-100만 원 이하가 26.5%, 100만 원-500만 원 이하가 8.8%, 500만 원 이하가 8.8%였으며, 500만 원 이상은 1%에 불과했다. 이러한 설문 결과는 NFT 미술시장 발전을 위한 마케팅 전략 및 시장을 파악하는 유용한 정보로 활용될 수 있다.

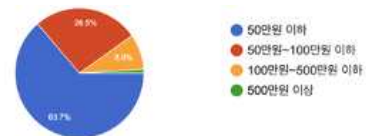


그림 6. NFT 미술품 거래한다면 지출 가능한 금액은? 응답 102, Figure 6, How much can you spend if you trade art

7) NFT 작품과 실물 작품에 대한 선호도를 조사한 결과. 응답자 중 94.1%가 실물 작품을 선호하고, 5.9%가 디지털 예술인 NFT를 선호했다. 이러한 결과는 새로운 기술인 NFT를 기반으로 한 예술 작품의 선호도가 낮다는 것을 보여준다. 이는 기술의 발전이 예술을 새로운 방식으로 경험하고 전달하는 데 영향을 끼치지 않지만, 아직은 비물질적 예술인 디지털 파일에 대한 구매자의 가치 수용도가 낮다는 것을 알 수 있다.

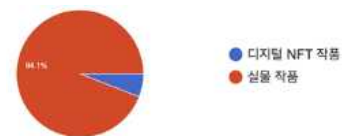


그림 7. NFT 미술품과 실물 작품 중 선호하는 것은? 응답 102, Figure 7, .Which do you prefer, NFT artwork or physical artwork?

8) NFT 작품을 선호하는 이유는 주로 NFT에 대한 흥미(67.9%)였다. 투자 가치를 위해 NFT를 구매하는 경우는 18.9%에 그쳤으며, NFT의 소장 가치를 높게 평가하는 응답자는 9.4%였고, NFT 기술의 신용도를 높게 인식하는 응답자는 3.8%였다. NFT 미술품의 소장 가치를 중시하는 9.4%의 응답률을 통해 미술품 소유 방식이 가상으로 확장되고 있음을 알 수 있고, NFT

미술의 가치가 다양화되고 있는 것을 확인할 수 있다. 특히 응답자의 67.8%가 NFT에 대한 흥미를 보였다. 결과는 NFT 미술이 예술 시장에서 새로운 차원으로 발전할 수 있다는 가능성을 제시하고 있다.

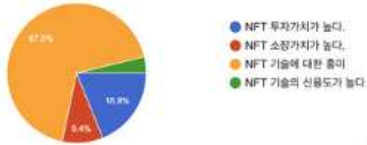


그림 8 NFT 미술을 선호한다면 이유는? 응답 53
 Figure 8 If you prefer NFT art, it's because

9) 전통적으로 예술은 향유재와 동시에 투자재로 간주된다. 실물 원본을 선호하는 구매자의 60.6%는 실물의 소장 가치가 높다고 응답했으며, 26.3%는 실물의 장식적 효과를 중시했고, 9.1%는 실물 원본의 투자 가치에 주목했다. 실물보다 NFT 작품을 선호하는 경우, 투자로 접근하는 비율이 높았는데, 이는 NFT 작품이 새로운 투자 수단으로 간주되고 있다는 것을 시사한다. 그러나 실물 작품(9.1%)과 NFT 미술품(18.9%) 모두에서 투자로 접근하는 비율이 비교적 낮은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 예술 작품을 투자 수단으로 사용하는 것이 일부라는 점을 시사한다.

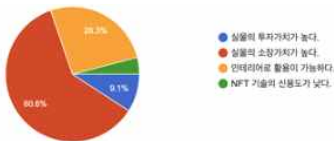


그림 9, 실물 작품을 선호한다면 이유는? 응답 102
 Figure 5, What do you think about trading NFT art?

10) 응답자의 64.7%가 여성이었으며, 이는 성별이 NFT 미술시장에서 중요한 요소임을 보여준다. 성별은 예술 작품의 창작과 소비에 있어서 아직도 차이를 만들어 내는 주요 요인 중 하나이다. 최근에는 남녀 간의 구별이 약화하고 있지만, 예술 시장에서는 여전히 성별에 따른 차이가 존재한다는 것을 알 수 있다. 향후 미술시장의 세분화 과정에서 성별을 고려하는 것은 NFT 미술의 발전에 유효할 수 있다. 성별에 따른 선호도와 관심사를 파악하여 이를 바탕으로 미술시장을 세분화하는 것은 다양한 측면에서 NFT 미술시장의 성장과 발전에 도움이 될 수 있을 것이다.

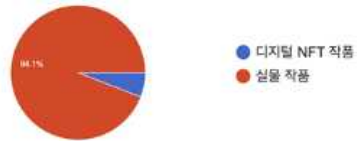


그림 10. 응답자 성별? 응답 102
 Figure 10, Respondent Gender

11) 연령은 시장 세분화의 중요한 기준 중 하나이다. 응답자의 연령대는 다양하게 분포되어 있음을 확인할 수 있다. 39세 이하가 39.2%, 50세 이상이 26.5%, 49세 이하가 26.5%, 그리고 29세 이하가 13.7%였다. 각 연령대에 따라 예술에 대한 선호도나 향유 동기가 다르게 나타날 수 있다. 그러나 설문 결과를 통해 21세기의 첨단 기술을 활용하는 NFT 미술이 특정 세대에만 국한되지 않고 널리 수용되고 있다는 것을 알 수 있다.

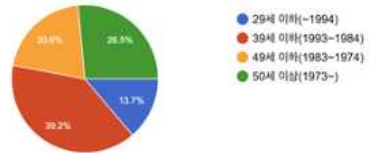


그림 11, 응답자 연령? 응답 102
 Figure 11 Respondent age Answer 102

12) 직업은 소비자의 행동 및 구매 패턴에 큰 영향을 미치며, 이에 따라 시장을 세분화하는 것은 매우 중요하다. 하지만 단순히 성별, 나이, 직업과 같은 인구 통계적 특성만으로는 소비자의 특성을 정확하게 이해하기 어려울 수 있다. 따라서 심리적, 행동적 특성과 함께 인구 통계적 특성을 고려하여 시장을 세분화하는 것이 중요하다. 특히 혁신적 예술인 NFT 미술은 구매자의 예술적 인식과 가치 수용 방식을 더 잘 파악하기 위해서는 다양한 특성들을 종합적으로 고려해야 한다.

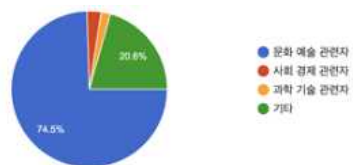


그림 12 응답자 직업 응답자 102
 Figure 12 Respondent job, Answer 102

III. 설문 조사 결과 비교 분석

2021년부터 2023년까지 NFT 미술에 대한 설문 조사로 실시한 경우는 다음과 같다. 노태협(2021.10)은 미술 분야에서 종사하거나 학업을 진행하는 80명을 대상으로 설문 조사를 실시했고, 이에 응답한 72명은 모두 대학교 재학 이상의 학력을 가졌다. 이안(2022.08)은 서울 마포구 아트센터에서 열린 NFT 미술품 전시에 방문한 103명을 대상으로 조사를 실시했다. 이 중 58명은 미술 또는 관련 전공을 가진 졸업자이며, 36명은 전문 예술가 및 디자인 관련 직종에 종사하는 사람들이었다.

본 연구(2023.10)는 일반인을 대상으로 모바일 설문 조사를 실행했으나, 모바일 카톡 응답자 102명 중 문화예술 관련자가 74.5%였다. 본 연구는 일반인을 대상으로 모바일을 활용하여 눈덩이 표집 방법을 시도했으나 선별 편향이 되어 대표성이 부족할 수 있다는 한계가 있었다. 결과적으로 NFT 미술에 대한 3번의 설문 조사는 주로 문화예술에 관심을 지닌 사람들을 대상으로 진행되었다.

표 2. NFT 미술에 대한 인식과 수용에 관한 연구 방법
Table 2. How to research NFT recognition and acceptance

논문 제목	연구 방법
나화승, 이상우(2023. 03), NFT 소비자의 구매 행동을 이끄는 요인은 무엇인가?: 심리적 소유감의 조절효과를 중심으로	질적연구: 인터뷰와 언어 네트워크 분석, 텍스트마이닝분석(text mining analysis)
박현희(2022.09), NFT 미술 현황에 대한 국내작가 인식 연구	질적 연구: 심층 인터뷰
이안(2022. 12), NFT 현황 분석과 국내 미술작품 활용방안 연구	양적 연구: 설문 조사
노태협(2022.08), 미술시장의 디지털 전환과 NFT도입	양적 연구: 설문 조사
박정아(2022, 06), NFT 기반 디지털 작품 인식 현황 연구	양적 연구: 언어 네트워크 분석, 텍스트 마이닝분석
김보름, 용호성(2022. 06), NFT 미술시장에 대한 사회적 인식 연구	양적 연구: 언어 네트워크 분석, 텍스트 마이닝분석

노태협의 연구에서 미술 분야 관련자 72명 중 7%가 NFT를 제작, 거래, 소유한 경험자였고, 이안의 연구에서는 전시 방문객 103명 중 7.8%가 NFT를 거래했다. 그리고 본 연구에서는 102명 중 10.8%가 NFT를 거래한 것으로 조사되었다. 3년의 연구 결과를 통해(2021년

7%, 2022년 7.8%, 2023년 10.10.8)NFT 구매자가 해마다 점차적으로 증가하고 있다는 것을 확인할 수 있다.

NFT를 선호하는 이유가 노태협의 연구에서 새로운 기술에 대한 흥미가 22%였으나, 본 연구에서는 새로운 예술에 대한 흥미가 67.9%로 나타났다. 이를 통해 NFT의 주요 장점이 신기술을 활용한 새로운 예술임을 알 수 있다. 그러나 노태협의 연구에서 25%가 신기술에 대한 이해가 부족하고, 본 연구에서는 29.9%가 NFT 거래 방법을 모른다고 응답했다. 신기술인 NFT에 대한 흥미는 있지만 이해도가 낮다는 점을 확인할 수 있다.

NFT의 구매 이유에 대한 조사에서는 노태협의 연구에서는 투자 목적이 28%로 나타났으나, 이안의 연구에서는 30%, 본 연구에서는 18.9%였다. 2023년에 투자 목적이 현저하게 낮아졌다는 것을 알 수 있다. 투자를 중심으로 부상하던 NFT 미술에 대한 예술적 인식과 가치 수용 방법이 변화하고 있다는 것을 알 수 있다.

V. 결론

본 연구는 NFT 미술품 구매자의 예술적 인식과 가치 수용에 대한 양적 연구를 실시했다. 예술 작품을 감상하고 해석하는 과정인 예술적 인식과 예술 작품에 대한 개인적이고 주관적인 평가를 나타내는 가치 수용은 예술 작품을 이해하고 평가하는 과정에서 중요한 요소이다. 혁신적 예술인 NFT 미술이 예술적으로 인식되고 가치가 수용되기에는 시간이 필요하다. 그러나 상품화된 디지털 예술인 NFT 미술은 이미 다양한 주체들에 의해 예술 상품, 문화상품 등으로 적극적으로 활용되고 있으며 앞으로도 더욱 다양한 분야에 활용될 것으로 예상된다.

가상경제의 침체로 인해 투자 가치로서의 NFT 미술이 쇠퇴기에 처해있지만, 다양한 활용도를 지닌 NFT 미술은 여전히 미래 예술로서 가치를 지니고 있으며, 전통미술과 첨단기술을 융합하는 예술로 활용되고 있다. 그러나 양적 연구 조사 결과, 새로운 예술인 NFT 미술에 대한 예술적 인식과 기술 수용에 대한 경험이 다소 부족한 것으로 나타나는데, 이는 다양한 활용성을 지닌 NFT 미술에 대한 정보와 경험을 제공하는 관련 사업이 부진하다는 것을 시사한다. 현재 NFT 미술이 주로 투자 상품이나 수익 사업을 위해 활용되고 있지만, 메타버스와 함께 성장하는 NFT 미술은 발전 가능

성이 높은 예술이다. 예술적 인식과 가치 수용은 예술과 관련된 경험과 상호작용에서 중요한 역할을 한다. NFT 미술품 구매자의 예술적 인식과 가치 수용에 관한 본 연구 결과가 NFT 미술의 확장을 위한 중요자료로 활용되기를 기대한다.

References

- [1] Bang Jin-won, Sun-young Kim, “The Creative Destruction Of Schumpeter In NFT Art”, The Korean Society of Culture and Convergence, 08/2021, 43(8), pp. 417-435
- [2] Cheon Mi Lim, Kim Hong Kyu Kim, “The Future and Prospects of NFT Art : On the basis of Actor-Network Theory”, The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT), 07/31/2022, Vol. 8, Issue 4, pp. 397-405
- [3] Kim B. R, & Yong H.S , “Issues and Perspective on the NFT Art Market,” Journal of Digital Art Engineering & Multimedia, 09/ 2021, vol. 8, No. 3, pp. 325-337
- [4] Kim B. R, & Yong H.S , “A Study on the Social Perception of the NFTs in the Art Market”, cultural industry research, 06/2022, 22(2), pp.83-92
- [5] KWON EUN YONG, “Perspectives on NFT art and art market”, trans, 06/2022, 0(13), pp.1-16
- [6] Lee, Ahn, “Analysis of the Current Status of NFT Art and Methodology on Utilizing Domestic Artworks”, The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT), 11/30/2022, Vol. 8, Issue 6, pp. 215-222
- [7] park Jung A, “A Study on the Status of Digital Work Recognition Based on NFT”, Korea Design Research 06/ 2022, 7(2), 23, pp.9-19
- [8] Park Hyun Hee, “A Study on the Perception of Korean Artists on the Status of NFT Art”, Bulletin of Korean Society of Basic Design & Art. 10/ 31/ 2022 23(5), pp207-221
- [9] Roh Tae Hyup, “Digital Transformation and Introduction of NFT in the Art Market”, The Journal of the Convergence on Culture Technology (JCCT), 01/31/2022, Vol. 8, Issue 1, pp. 261-269