

크립토 아트 생태계의 이해와 발전방향에 관한 연구

A Study on Understanding and Development Direction of the Crypto Art Ecosystem

김원재¹

Wonjae Kim¹

요약

본 연구는 크립토 아트 생태계의 구조적 한계를 진단하고 지속가능한 발전 방향을 모색하는 데 목적이 있다. 이를 위해 문화예술산업 서비스 가치 네트워크 모델을 이론적 틀로 활용하여 크립토 아트 생태계를 도식화하고, AS-IS 모형과 TO-BE 모형을 비교 제시하였다. 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 크립토 아트 생태계는 크립토 아트 플랫폼과 경매회사·갤러리를 중심으로 하는 소유시장에 편중된 구조로 형성되어 왔으며, 미술관 등 향유시장 주체의 참여는 매우 제한적이었다. 이러한 구조는 로열티 시스템 구축과 시장 선택의 도입이라는 혁신적 가치를 창출하였으나, 예술적 담론의 부재, 금융화 심화, 신규 게이트키퍼의 형성이라는 구조적 한계를 동반하였다. 둘째, 크립토 아트 생태계의 침체는 크립토 아트 자체의 실패가 아니라 소유시장 중심 구조의 취약성이 표면화된 결과로 해석되었다. 셋째, 본 연구는 개선 방향으로 향유시장 활성화를 중심으로 하는 TO-BE 모형을 제안하고, 그 실현 방안으로 'Web3.0 미술관' 개념을 제시하였다. Web3.0 미술관은 블록체인 기반 가상적 맥락에서 미술관의 전통적 권위를 예술가·관람객과 공유하는 공론의 장으로 기능할 것이다. 본 연구는 개별 기술과 플랫폼 중심으로 진행되어 온 기존 크립토 아트 연구를 생태계의 구조적 관점에서 확장하였으며, 시장 침체기 이후의 생태계 재편 방향을 제시하였다는 데 의의가 있다.

핵심어 : 크립토 아트, NFT 아트, 생태계, 문화예술산업 서비스 가치 네트워크, Web3.0 미술관

Abstract

This study aims to diagnose the structural limitations of the crypto art ecosystem and to explore directions for its sustainable development. To this end, the Service Value Network Modeling for Culture and Arts industry is employed as a theoretical framework to map the crypto art ecosystem, and a comparative analysis of its AS-IS and TO-BE models is presented. The findings are as follows. First, the crypto art ecosystem has been structured around the possession market, dominated by crypto art platforms and auction houses and galleries, whereas the participation of enjoyment market actors such as museums has remained highly limited. While this structure has generated innovative values, including the establishing a royalty system and the introducing of market selection, it has simultaneously entailed structural limitations, such as the absence of artistic discourse, the intensification of financialization, and the emergence of new gatekeepers. Second, the recession of the crypto art ecosystem is interpreted not as the failure of crypto art

¹ Center for Arts & Cultural Management, Kyunghee University, Seoul, Korea [Researcher]
e-mail: duchamp@khu.ac.kr

* 이 논문은 2023년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2023S1A5B5A17087450)

Received(April 21, 2026), Review Result(1st: May 19, 2026), Accepted(June 5, 2026), Published(June 30, 2026)



© 2026 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

itself, but rather as a manifestation of the vulnerabilities inherent in a possession market centered structure. Third, this study proposes a TO-BE model that places the activation of the enjoyment market at its core and introduces the concept of the 'Web 3.0 Museum' as a concrete means of realizing this model. The Web 3.0 Museum is expected to function as a public sphere in which the traditional authority of museums is shared with artists and audiences within a blockchain-based virtual context. By extending prior crypto art research-which has largely focused on individual technologies and platforms-toward a structural, ecosystem-oriented perspective, this study contributes to outlining the direction of ecosystem reconfiguration in the post-recession era.

Keyword : Crypto Art, NFT Art, Ecosystem, Service Value Network Modeling for Culture and Arts industry, Web 3.0 Museum

1. 서론

2021년, 크립토 아트는 디지털 창작물에 대한 새로운 가치평가 방식을 제시하며 예술계와 자산 시장에서 주목받았다. 2021년 3월, 비플(Beeples)의 작품 'Everydays: The First 5000 Days'가 크리스티 경매에서 6,930만 달러에 낙찰된 것을 시작으로, 크립토 아트는 블록체인 기술을 기반으로 예술가-소비자 간 직거래를 가능하게 하고, 로열티를 통해 창작자에게 지속적 수익을 제공할 수 있는 혁신적 대안으로 여겨졌다 [1]. 동시에 전통적 게이트키퍼에 집중되었던 권력 구조를 재편하고, 새로운 디지털 플랫폼과 커뮤니티가 가치평가에 참여할 수 있게끔 하는 예술운동으로 평가되기도 했다 [2][3].

그러나 2023년 이후 크립토 아트 생태계는 급격한 침체 국면에 진입하였다. DappRadar의 분석에 따르면 크립토 아트의 연간 거래액은 2021년 29억 7천만 달러 정점에서 2024년 1억 9,700만 달러로 약 93% 감소하였으며, NFT의 95%가 실질 거래가 없는 'dead NFT'로 분류되었다 [4][5]. 또한, 2025년 9월 크리스티(Christie's)는 3년간 운영해 온 디지털 아트 부서를 폐쇄하였으며, 나아가 2026년에는 초기 크립토 아트 생태계를 견인했던 Nifty Gateway, Foundation의 서비스 종료도 공지되었다 [6][7].

본 연구자는 이러한 시장 침체를 크립토 아트의 실패로 단순화하지 않는다. 침체의 양상과 원인을 면밀히 관찰해보면, 이는 크립토 아트 생태계가 '소유시장'에 극단적으로 편중되어 작동해 온 구조적 한계가 표면화된 결과로 해석할 수 있다. 크립토 아트 운동은 예술가의 직접 유통과 주체성 회복을 지향하였으나, 실제 생태계는 거래 프리미엄과 투자 수익에 초점이 맞춰진 플랫폼·경매 중심 구조로 귀결되었다 [8]. 그리고 예술적 담론과 문화적 맥락을 형성할 수 있는 '향유 시장'은 부재하거나 주변부에 머물러 있었다. 따라서 현재의 침체기는 크립토 아트 생태계의 구조적 불균형을 재조명하고, 지속 가능한 발전 방향을 모색할 수 있는 계기가 된다.

본 연구의 목적은 크립토 아트 생태계를 구조적으로 도식화하고, 시장 침체기 이후의 맥락에서 생태계의 지속가능성을 높이기 위한 개선 방향을 제시하는 데 있다. 구체적으로는 첫째, 문화예술 산업 서비스 가치 네트워크 모델을 이론적 틀로 하여 크립토 아트 생태계의 AS-IS 모형을 도식화

하고, 주체별 역할과 관계를 분석한다 [9]. 둘째, 크립토 아트 생태계의 침체 양상을 생태계 구조의 관점에서 해석한다. 셋째, ‘향유시장 활성화’를 중심축으로 하는 TO-BE 모형을 제안하고, 미술관의 역할과 ‘Web3.0 미술관’의 방안을 제안한다. 본 연구는 크립토 아트에 대한 선행연구가 NFT의 기술적 속성이나 개별 플랫폼의 특성에 주로 집중되어 온 상황에서 생태계라는 구조적 맥락에서 시장 침체 이후의 발전 방향을 제시한다는 점에서 차별성을 갖는다.

2. 이론적 배경

2.1 크립토 아트의 개념과 철학적 배경

크립토 아트는 NFT 아트를 포괄하는 상위 개념으로 정의되고 있다 [3]. 예컨대, 크립토 아티스트이자 역사가인 Ostachowski는 ‘블록체인 아트’, ‘크립토 아트’, ‘NFT 아트’의 정의를 구분한다. 그는 크립토 아트를 ‘블록체인과 결합된 디지털 아트’로 정의한다. 그리고 크립토 아트의 범주를 세 가지 단위로 구분한다. 첫째, ‘블록체인 기술을 활용하는 작품’이다. 예컨대 블록체인의 스마트 컨트랙트 기술을 활용하여, ‘이 계약은 예술이다’, ‘이 계약은 예술이 아니다’라는 문구를 표시하도록 작동한 대화형 스마트 계약 작품인 Rhea Myers의 ‘Is Art’(2014)가 해당한다. 둘째, ‘대체 가능 토큰(Fungible Token)을 활용한 작품’이다. 예를 들어 대체 가능 토큰인 ERC-20으로 제작된 Kevin Abosch의 Forever Rose(2018)가 대표적이다. 이는 크립토 아트의 선구적인 작품으로 평가받는다. 마지막으로, ‘대체 불가능한 토큰(Non-Fungible Token, NFT)을 활용한 작품’이다. 디지털 콘텐츠와 메타데이터를 결합하여 고유성을 부여하여 디지털 자산으로서 가치를 지니도록 한 것으로, 오늘날 크립토 아트 플랫폼에서 가장 활발하게 거래되는 작품이 이에 해당한다. 즉, 크립토 아트는 NFT 아트를 포함하는 상위 개념이자, 블록체인 기술을 활용하는 디지털 예술로서 정의된다. 다만, 현재 크립토 아트 생태계 내에는 NFT를 활용한 크립토 아트가 절대 다수를 차지하며, 시장을 형성하고 있기 때문에 크립토 아트와 NFT 아트가 동일한 수준에서 인식되는 경향이 있다.

크립토 아트와 NFT 아트의 구분은 크립토 아트 운동(Movement)의 철학에서 찾을 필요가 있다. 크립토 아트 운동은 ‘사이퍼펑크(Cyberpunk)’ 이데올로기에 기반한다. 1990년대 초 인터넷과 디지털 기술이 확산되면서 정부의 대규모 감시와 데이터 통제가 개인의 자유를 심각하게 침해할 수 있다는 우려가 커졌다. 디지털 빅브라더에 대한 공포는 디지털 프라이버시와 개인의 자유를 보호하고 기술적 수단을 통해 기존 권력 구조를 탈중앙화하는 철학적·정치적 운동으로 이어지게 했다 [10]. 그리고 이러한 사이퍼펑크 운동은 2008년 블록체인 기술을 등장시킨 주요 원동력이 되었다. 1988년, 티모시 메이는 크립토 아나키스트 선언문을 통해 인쇄 기술이 중세 길드와 사회적 권력 구조를 변화시키고 약화시켰던 것처럼, 암호학적 방법이 기업의 본질과 정부의 경제거래 개입을 근본적으로 바꿀 것이라 주장했다 [11]. 이를 예술계에 대입시켜 보면 크립토 아트의 정신을 예술

가에 대한 게이트키퍼의 개입과 간섭에서 벗어나는 것이라 이해할 수 있다. 최근 신즉물주의적 관점에서 NFT 아트의 크립토 미학 특징을 분석한 연구에서도 ‘분산화’를 강조하는 것을 확인할 수 있다 [12].

크립토 아트의 가치는 단순히 디지털 예술의 상거래 촉진에 있지 않다. 오히려, 예술계의 핵심 권력이 되어 온 갤러리와 경매회사 같은 전통적 게이트키퍼의 통제를 벗어나, 예술가가 자신의 창작활동과 가치를 스스로 정의하고 유지해 나갈 수 있는 주체성을 확보하는 데 있다고 볼 수 있다. 이러한 주체성은 예술가가 더 이상 외부의 자본시장 논리에 휩쓸리거나 기존 시스템의 요구에 종속되지 않고, 오롯이 예술가로서의 가치를 기반으로 자신의 위치와 지위를 만들어 나가는 것을 의미한다. 다시 말해 크립토 아트 운동은 예술가와 소비자 간의 직접적이고 탈중앙화된 관계를 통해 기존 예술 생태계의 구조적 불평등을 해소하려는 움직임이다. 이는 예술가가 기술을 도구 삼아 자신의 목소리를 극대화하고, 자신의 작품이 지닌 본질적 가치를 스스로 구축하며, 진정한 자립성을 획득하는 길을 제시하는 것이라 볼 수 있다.

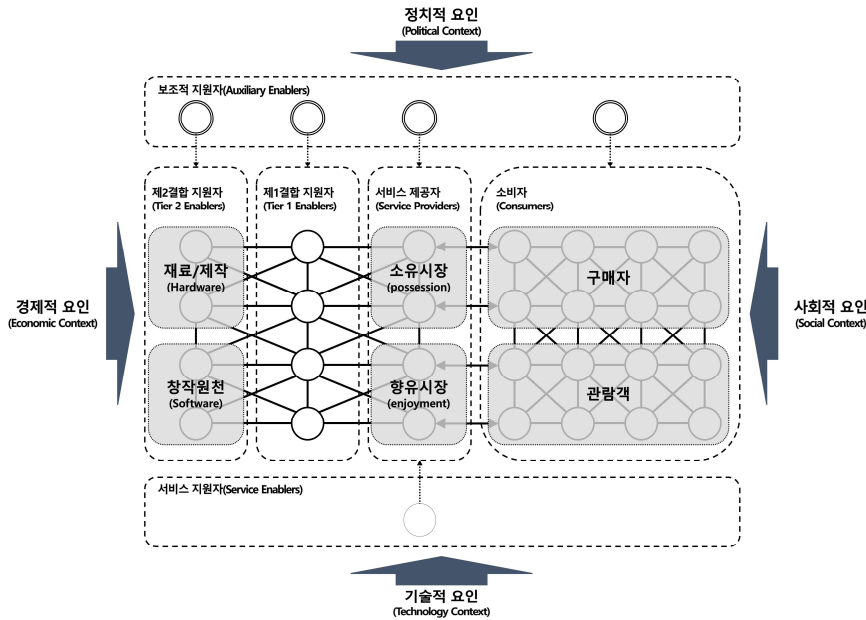
2.2 문화예술산업 서비스 가치 네트워크 모델

‘문화예술산업 서비스 가치 네트워크 모델’은 ‘서비스 가치 네트워크 모델’에서 파생된 개념이다 [9]. ‘서비스 가치 네트워크 모델’은 서비스가 창출되고 전달되는 과정 그리고 복잡성을 네트워크 관점에서 설명하기 위해 제시되었다 [13]. 해당 개념이 기존의 ‘가치사슬’, ‘가치 네트워크 모델’과 차별화된 지점은 서비스의 가치를 발현하는 ‘소비자’를 네트워크의 중심에 위치시키고, 소비자 역할의 중요성을 강조한 데 있다.

‘서비스 가치 네트워크 모델’은 네트워크 내 주체를 ‘소비자(Consumer)’, ‘서비스 제공자(Service Provider)’, ‘제1결합 지원자(Tier 1 enablers)’, ‘제2결합 지원자(Tier 2 enablers)’, ‘보조지원자(Auxiliary enablers)’로 다섯 종류로 구분한다. 그리고 전체적인 네트워크 구조에 영향을 미치는 사회적·기술적·정치적·경제적인 외부 요소인 상황적 영향(Contextual influences)의 개입을 적극적으로 조망한다. 특히, 서비스 가치 네트워크에서 가치 창출의 중심에는 ‘소비자’가 있음을 강조한다. 이는 서비스가 단순히 제공자에 의해 생산되고 전달되는 것이 아니라 소비자의 요구와 기대, 그리고 소비자와의 상호작용을 통해 공동 창출된다는 것을 의미한다. 즉, 과거와 달리 ICT 기술에 기반한 서비스 경제에서 소비자는 네트워크 내 다양한 행위자 간의 상호작용을 촉진하고, 서비스의 최종적 가치를 발현하는 핵심 주체로서 위치하게 된 것이다.

한편, ‘문화예술산업 서비스 가치 네트워크 모델’은 문화예술산업의 특수성을 강조하며 산업의 구조와 지원체계에 중점을 둔다. 특히 소유와 향유라는 이원화된 소비 구조를 통해 문화예술산업의 독특한 맥락에 주목하여, 소비자와 서비스 제공자의 영역을 ‘소유시장’과 ‘향유시장’을 구분한다. 또한 향유시장을 지원하는 ‘서비스 지원자(Service enablers)’라는 새로운 주체를 추가하며 문화

예술산업의 특수성을 반영하고 있다. 이와 같은 문화예술산업 서비스 가치 네트워크 모델은 문화 예술산업의 특수성을 고려하면서, 행위 주체들의 역할과 생태계의 구조적 특징을 조망할 수 있도록 하는 데 유용한 것으로 평가된다. 이에 따라 문화예술경영학계 연구자들은 문화예술산업(특히 공연 분야) 생태계의 분석을 위해 문화예술산업 서비스 가치 네트워크 모델을 활용해 온 바 있다 [14][15]. 아래 [그림 1]은 문화예술산업 서비스 가치 네트워크 모델을 도식화한 것이다.



[그림 1] 문화예술산업 서비스 가치 네트워크 프레임워크

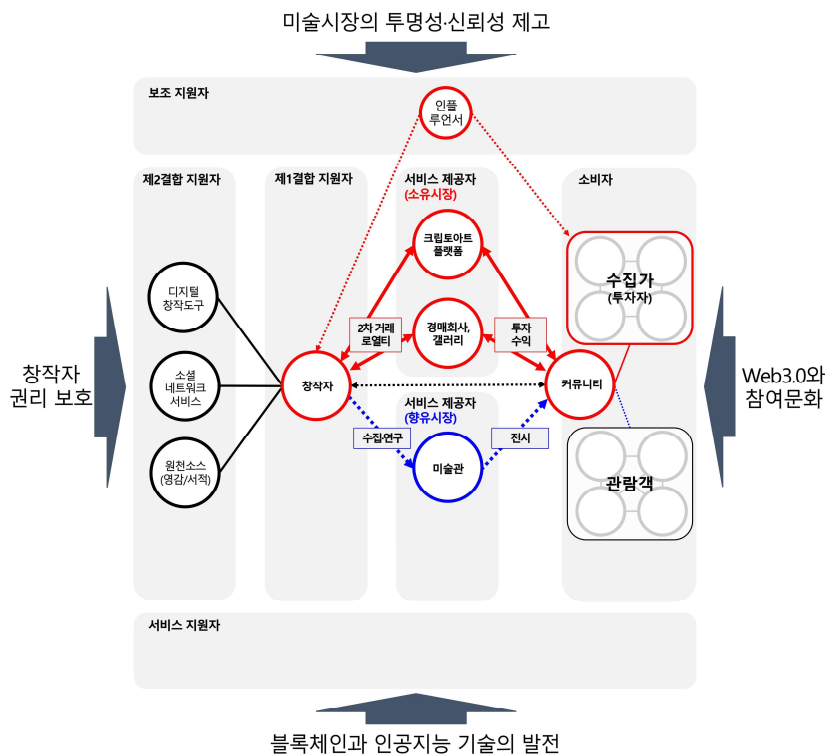
[Fig. 1] Service Value Network Modeling for Culture and Arts industry Framework

3. 분석 결과

3.1 크립토 아트 생태계의 도식화(AS-IS)

크립토 아트 생태계의 구조를 서비스 가치 네트워크 모델에 따라 도식화한 결과는 아래 [그림 2]와 같다. 크립토 아트 생태계에서 제2결합 지원자는 디지털 창작 도구, 소셜 네트워크 서비스, 영감·서적 등의 원천소스로 구성된다. 제1결합 지원자는 창작자이며, 이들은 디지털 창작물을 제작하고 자신의 작품을 홍보하는데, 보조지원자인 인플루언서의 활동을 통해 홍보 활동의 파급력을 확보한다. 이러한 활동은 기존 오프라인 미술시장에서는 갤러리가 주도해 온 역할의 일부를 창작자 스스로 수행한다는 점에서 구조적 차이를 보인다.

서비스 제공자 영역은 소유시장과 향유시장으로 구분된다. 소유시장의 주요 주체로는 크립토 아트 플랫폼(SuperRare, Foundation 등)과 전통적 경매회사·갤러리(Sotheby's, Christie's 등)가 있다. 크립토 아트 플랫폼은 블록체인 기반의 신생 서비스로, 커뮤니티 중심의 큐레이션을 표방하며 예술가와 수집가 간 직거래를 중개한다. 전통적 경매회사·갤러리는 Sotheby's Metaverse와 Christie's 3.0 등 자체 플랫폼을 통해 크립토 아트 생태계에 진입하였으며, 전문가 중심의 엄선된 큐레이션을 내세워 기존의 권위를 디지털 영역에 확장하였다 [2]. 향유시장의 주체로는 미술관 등 공공 문화기관이 고려되나, 현실적으로는 극소수 선도 기관(예: 폰피두센터, 핀란드국립미술관)을 제외하면 그 참여가 제한적이다. 소비자 영역은 ‘수집가(투자자)’와 ‘커뮤니티’로 구성되며, 수집가는 투자 수익을 목적으로, 커뮤니티는 참여와 소속감을 목적으로 활동한다. 관람객은 이론상 존재하나 향유시장 주체의 부재로 인해 실질적 역할이 매우 제한적이다.



[그림 2] 크립토 아트 생태계 도식화 (AS-IS)

[Fig. 2] Crypto Art Ecosystem (AS-IS)

3.1.1 소유시장 중심의 작동 원리와 가치

크립토 아트 생태계는 소유시장을 중심으로 작동해왔다. 이는 두 가지 혁신적 가치를 창출했다.

첫째, 2차 거래 로열티 시스템의 구축이다. 전통적 미술시장에서 예술가는 작품의 최초 판매 이후 2차 거래 수익에서 배제되는 것이 일반적이었고, 추급권(droit de suite)을 도입한 일부 국가를 제외하면 이러한 관행이 고착화되어 있었다. 최근 NFT 시장에서 로열티 폐지가 전개되었으나, SuperRare와 같은 크립토 아트 플랫폼은 스마트 컨트랙트 기반으로 2차 거래에서도 창작자에게 일정 비율의 로열티를 자동 배분하는 구조를 유지하며, 창작자의 지속적 수익 창출 가능성에 기여하고 있다.

둘째, ‘시장 선택(market selection)’의 실현이다. 예술품의 가치 결정 방식은 ‘시장 선택’, ‘동료 선택(peer selection)’, ‘전문가 선택(expert selection)’의 세 유형으로 구분할 수 있는데 [16], 전통적 미술시장은 갤러리·경매회사·평론가 등 전문가 중심의 선택시스템이 지배적이었다. 크립토 아트 생태계는 소비자(수집가·커뮤니티)가 직접 작품의 가치를 판단·선택하는 시장 선택을 활성화함으로써, 가치 판단의 권한을 부분적으로 탈중앙화하였다. 이는 예술가의 시장 진입 장벽을 낮추고, 다양한 창작자의 가시성을 확대하는 효과를 가져왔다.

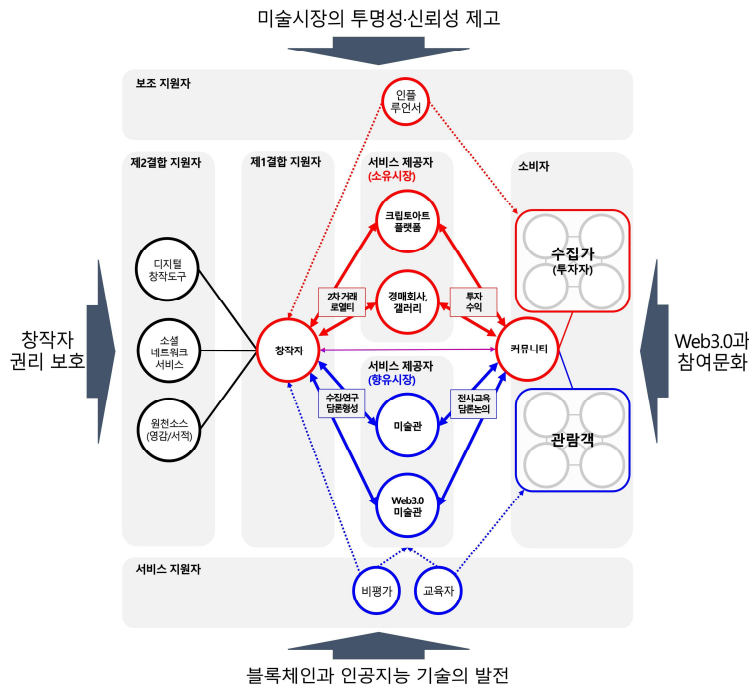
3.1.2 소유시장 중심 생태계의 구조적 한계

소유시장 편중의 생태계 구조는 중대한 한계를 지닌다. 첫째, 예술적 담론의 부재다. 예술 작품의 가치는 거래 가격이 아니라 비평가·학자 등의 담론으로부터 비롯되나, 크립토 아트 생태계는 거래 가격을 중심으로 가치 평가가 이루어지는 경향이 짙다 [17]. 둘째, 금융화 현상의 심화다. 작품이 자산으로 간주되면서 예술적 가치가 경제적 가치에 종속되는 ‘예술의 금융화’가 더욱 공고해진다 [8]. 셋째, 새로운 게이트키퍼의 형성이다. 탈중앙화를 표방했음에도 불구하고, 실제로는 신생 플랫폼과 소수의 ‘고래 투자자(whale collectors)’가 가치 판단과 시장 유동성의 결정권을 집중적으로 행사한다 [18]. 이러한 한계는 크립토 아트 생태계 침체의 주요한 원인으로 볼 수 있다.

소유시장에 기반하여 투자 논리로 작동해 온 생태계는 유동성과 참여자 이탈에 극히 민감하며, 투기 열풍이 가라앉은 뒤 작품의 지속적 가치를 보증할 제도적 장치가 부재하다. 이는 크립토 아트의 예술적·문화적 가치를 소유시장만으로 지탱할 수 없음을 시사한다.

3.2 크립토 아트 생태계의 개선방향(TO-BE)

본 연구는 크립토 아트 생태계의 TO-BE 모형을 아래 [그림 3]과 같이 제안한다. 기존 AS-IS 모형과의 주요 차이는 향유시장 주체로서 미술관의 역할이 강화되고, 서비스 지원자로 비평가·교육자가 추가되어 담론 형성 기능이 구조화되며, 창작자와 커뮤니티 간 전시·수장연구·교육이 소유 거래와 병행하는 흐름으로 나타난다는 점이다. 이러한 TO-BE 모형은 소유시장의 혁신 가치를 부정하지 않되, 향유시장과의 구조적 균형을 통해 생태계의 지속가능성을 확보하는 것을 지향한다.



[그림 3] 크립토 아트 생태계 도식화 (TO-BE)

[Fig. 3] Crypto Art Ecosystem (TO-BE)

3.2.1 소유시장과 향유시장의 균형 회복

크립토 아트 생태계의 지속가능성을 담보하기 위해서는 소유시장과 향유시장의 균형적 발전이 요구된다. 향유시장은 예술 작품의 의미·가치를 감상·해석·논의하는 영역이며, 그 핵심 주체는 미술관이다. 미술관은 작가와 작품의 수집·보존·연구를 통해 동시대 문화예술 담론을 형성하고, 예술가와 작품의 예술적·사회적 가치를 공론화한다. 또한 미술관은 경매회사 중심의 시장이 단순 자산시장으로 치우치는 것을 견제하며, 예술시장의 정당성과 균형을 유지하는 제도적 안전장치로 기능한다. 크립토 아트 생태계의 맥락에서도 미술관은 작품의 경제적 가치뿐만 아니라 예술적·문화적 가치를 공론화함으로써 시장의 예술적 정당성을 강화하는 데 기여할 수 있다.

기존 크립토 아트 생태계에서 미술관은 이례적 사례로만 관찰되었다. 2021년 6월 오스트리아 린츠주립미술관(Franco Carolinum Linz)이 세계 최초의 크립토 아트 전시 <Proof of Art>를 개최하였고, 2023년 1월 프랑스 퐁피두센터는 크립토 아트 18점을 컬렉션으로 수집하였다 [19]. 그러나 이러한 움직임은 소유시장의 속도와 규모에 비하면 현저히 제한적이었다. 따라서 본 연구는 침체기 이후 크립토 아트 생태계의 재편 과정에서 미술관이 향유시장의 주도적 주체로 재정립될 필요가 있음을 제안한다.

3.2.2 Web3.0 미술관의 도입

미술관의 주도적 역할 수행을 위한 방안으로는 ‘Web3.0 미술관’의 도입을 고려할 수 있다. Web3.0은 블록체인 기술을 기반으로 하는 차세대 인터넷 인프라로, 사용자에게 온라인 상호작용과 데이터에 대한 소유권을 부여하는 탈중앙화된 시스템이다. Web3.0 미술관은 블록체인을 기반으로 디지털 공간에 존재하며, 미술관의 전통적 권위를 예술가와 관람객에게 공유하면서 참여를 극대화하는 ‘미술 공론의 장’으로 정의할 수 있다. 이는 기존의 물리적 미술관이 블록체인 기반 플랫폼을 구축하는 형태(예: 핀란드 국립미술관 알루스타(Alusta))로 구현될 수 있다.

전통적 미술관의 경험은 ‘물리적 맥락’을 중심으로 형성되어 왔다. 그러나 크립토 아트는 본디지털(born-digital) 속성을 지니므로, 물리적 맥락에 기반한 기존 미술관에서는 그 의미가 온전히 전달되지 못한다. Web3.0 미술관은 ‘가상적 맥락(virtual context)’을 기반으로 크립토 아트의 고유성을 보존·확장하는 공간으로 기능할 수 있다 [20]. 핵심은 대중이 작품의 가치 평가를 비롯하여 미술관의 의사결정 과정에 적극적으로 참여·논의할 수 있도록 설계하는 것이다. ‘공유된 권한(shared authority)’ 개념을 참조할 때, Web3.0 미술관에서의 대중 참여는 큐레이션·비평·교육·거버넌스 등 미술관 활동 전반에 걸쳐 확장될 수 있다.

Web3.0 미술관의 거버넌스 설계에서는 소수 엘리트와 부유층의 생태계 장악 가능성을 구조적으로 견제할 필요가 있다. 이를 위해 미술관 활동 기여도에 따라 의사결정 투표권으로 기능하는 토큰을 배분하는 방식이 고려될 수 있다. 이러한 토큰은 소유시장의 투기 수단과는 구분되는 미술관의 참여적 기능과 수준의 지표로 기능할 수 있을 것이다.

4. 결론

본 연구는 크립토 아트 생태계를 문화예술산업 서비스 가치 네트워크 모델에 따라 도식화하고 개선 방향을 모색하였다. 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 크립토 아트 생태계는 소유시장(크립토 아트 플랫폼, 경매회사, 갤러리)에 편중된 구조로 형성되어 왔으며, 향유시장 주체(미술관)의 참여는 매우 제한적이었다. 이러한 구조는 2차 거래로 열티와 시장 선택의 활성화라는 혁신적 가치를 창출한 반면, 예술적 담론의 부재, 금융화 심화, 신규 게이트키퍼의 형성이라는 구조적 한계를 함께 노출시켰다.

둘째, 크립토 아트 생태계의 침체는 소유시장 중심 구조의 한계가 표면화된 결과로 해석될 수 있다. 이는 크립토 아트 자체의 실패가 아니라, 특정 시장 형태에 과도하게 의존한 생태계 구조의 취약성이 드러난 것이다.

셋째, 본 연구는 개선 방향으로 향유시장 활성화를 중심축으로 하는 TO-BE 모형을 제시하고, 그 구체적 실현 방안으로 ‘Web3.0 미술관’ 개념을 제안하였다. Web3.0 미술관은 블록체인 기반으로

미술관의 전통적 권위를 예술가·관람객과 공유하고, 가상적 맥락에서 크립토 아트 of 고유성을 보존·확장하는 공론의 장이 될 것이다.

시장 침체기는 크립토 아트의 종말이 아니라, 투기적 열기가 가라앉은 자리에서 예술적·문화적 가치를 재정립할 수 있는 기회이다. 소유와 향유의 구조적 균형을 회복하고, 미술관과 같은 향유시장 주체의 역할을 제도적으로 강화할 때, 크립토 아트 생태계는 유동성 변동에 대한 취약성을 극복하고 지속가능한 문화 생태계로 재편될 수 있을 것이다. 이는 크립토 아트 운동이 본래 지향했던 예술가 주체성의 회복과 탈중앙화 담론 형성의 과제와도 궤를 같이한다.

본 연구는 생태계라는 구조적 관점에서 시장 침체 이후의 크립토 아트 발전 방향을 제시하였다는 점에서 의의를 갖는다. 다만, 본 연구는 문헌자료에 기반한 이론적·구조적 분석에 집중하였으며, 실증적 데이터 수집과 이해관계자 인터뷰를 통한 심층 분석이 부재하다는 점은 한계로 남는다. 후속 연구로는 Web3.0 미술관의 구체적 거버넌스 설계, 국내 공공미술관의 도입 가능성에 대한 실천적 연구를 제안한다.

References

- [1] M. Franceschet et al., "Crypto art: A decentralized view," *Leonardo*, vol. 54, no. 4, pp. 402-405, Aug. 2021, doi: 10.1162/leon_a_02003.
- [2] W. J. Kim and J. W. Lee, "The analysis of the selection system on NFT art platforms," *Journal of Arts & Cultural Management*, vol. 14, no. 2, pp. 147-168, Dec. 2021, doi: 10.15333/ACM.2021.12.30.147.
- [3] M. L. Ostachowski, "History of crypto art," in *Crypto Art Begins*, A. Concas and E. Brizi, Eds., Rizzoli International Publications, 2023, pp. 49-53.
- [4] J. Lawson-Tancred, "Christie's quietly deletes digital art department," *artnet*, <https://news.artnet.com/market/christies-scraps-digital-art-department-2685784> (accessed Mar. 5, 2026).
- [5] D. Cassidy, "The overwhelming majority of NFTs are 'dead,' report says," *ARTnews*, <https://www.artnews.com/art-news/news/majority-nfts-dead-report-1234716174/> (accessed Mar. 5, 2026).
- [6] H. Jacobs, "Christie's reportedly closes digital art department," *ARTnews*, <https://www.artnews.com/art-news/market/christies-reportedly-closes-digital-art-department-1234751156/> (accessed Mar. 5, 2026).
- [7] WEEX, "Why are NFT prices dropping today: A 2026 market analysis," *WEEX*, <https://www.weex.com/questions/article/why-are-nft-prices-dropping-today-a-2026-market-analysis-12063> (accessed Mar. 5, 2026).
- [8] B. Jenkins, "NFTs and the financialization of art," *Cultural Studies*, vol. 39, no. 4, pp. 626-655, Mar. 2024, doi: 10.1080/09502386.2024.2329873.
- [9] H. I. Kwon and J. H. Lee, "Establishment of service value network modeling for the cultivation of the culture and art industry and a comparison of its characteristics," *The Journal of Cultural Policy*, vol. 28, no. 1, pp. 65-89, Jan. 2014, doi: 10.16937/jcp.28.1.201401.65.

- [10] C. Jarvis, "Cyberpunk ideology: Objectives, profiles, and influences (1992-1998)," *Internet Histories*, vol. 6, no. 3, pp. 315-342, Jun. 2021, doi: 10.1080/24701475.2021.1935547.
- [11] T. C. May, "The crypto anarchist manifesto," *Massachusetts Institute of Technology*, <https://groups.csail.mit.edu/mac/classes/6.805/articles/crypto/cyberpunks/may-crypto-manifesto.html> (accessed Feb. 21, 2026).
- [12] Z. Poposki, "Crypto-aesthetics: Towards a new materialist theory of NFT art," *Journal of Visual Art Practice*, vol. 25, no. 1, pp. 33-50, Sep. 2024, doi: 10.1080/14702029.2024.2393554.
- [13] R. C. Basole and W. B. Rouse, "Complexity of service value networks: Conceptualization and empirical investigation," *IBM Systems Journal*, vol. 47, no. 1, pp. 53-70, Dec. 2008, doi: 10.1147/sj.471.0053.
- [14] B. H. Baek, "A study on strategies to revitalize the popular music industry ecosystem using online performances," *Global Cultural Contents*, vol. 52, pp. 249-268, Aug. 2022, doi: 10.32611/jgcc.2022.8.52.249.
- [15] K. C. Kim and S. Y. Kim, "Analyzing the role of online performances of popular music via service value network analysis: Focusing on BTS performances," *Journal of Arts Management and Policy*, vol. 70, pp. 91-126, May 2024, doi: 10.52564/JAMP.2024.70.91.
- [16] N. M. Wijnberg and G. Gemser, "Adding value to innovation: Impressionism and the transformation of the selection system in visual arts," *Organization Science*, vol. 11, no. 3, pp. 323-329, Jun. 2000, doi: 10.1287/orsc.11.3.323.12499.
- [17] F. Russell, "NFTs and value," *M/C Journal*, vol. 25, no. 2, Apr. 2022, doi: 10.5204/mcj.2863.
- [18] K. Vasan, M. Janosov, and A. L. Barabási, "Quantifying NFT-driven networks in crypto art," *Sci Rep*, vol. 12, no. 1, Art. no. 2769, Feb. 2022, doi: 10.1038/s41598-022-05146-6.
- [19] Centre Pompidou, "The Centre Pompidou in the age of NFTs," *Centre Pompidou*, https://www.centrepompidou.fr/en/pompidou-plus/magazine/article/the-centre-pompidou-in-the-age-of-nfts?utm_source=chatgpt.com (accessed Jan. 20, 2026).
- [20] W. J. Kim and J. W. Lee, "A study on the remediation of metaverse exhibitions," *Journal of Museum Studies*, vol. 42, pp. 63-87, Jun. 2022, doi: 10.22884/joksms.42.202206.003.