

# 블록체인 기반 소셜 플랫폼 사용자 경험 연구 -스팀잇을 중심으로-

한상욱<sup>1</sup>, 김승인<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>홍익대학교 국제디자인전문대학원 디지털미디어디자인 전공, <sup>2</sup>홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수

## A User Experience Study In Blockchain Based Social Platform -Focused on a Steemit-

Sang-Wook Han<sup>1</sup>, Seung-In Kim<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Digital Media Design, Hongik University, International Design School for Advanced Studies

<sup>2</sup>Prof. of Digital Media Design, Hongik University, International Design School for Advanced Studies

요 약 이 연구는 블록체인 기반 소셜 플랫폼 중 국내 사용자가 활발히 사용하는 스팀잇(Steemit)을 중심으로 그 사용자 경험을 분석하고, 필요한 개선사항을 제안하는 것에 목적이 있다. 먼저 블록체인과 블록체인 기반 소셜 플랫폼의 특징을 조사하였다. 스팀잇 사용자 경험을 조사·분석하기 위해 허니콤 모형을 이용하였으며, 이를 바탕으로 설문조사와 심층 인터뷰를 통해 정량적 데이터와 정성적 데이터를 분석하였다. 연구결과, 스팀잇은 사용과정에서 서비스의 핵심 기능이라고 할 수 있는 보팅 기능이 높은 유용성을 가지고 있는 것을 알 수 있었다. 개선점으로 콘텐츠를 생성하는데 사용하는 편집 도구와 보팅 기능 남용의 개선이 필요하다는 것을 제안하였다. 이 연구를 통해 블록체인 기반 소셜 플랫폼의 사용자 경험을 개선하는 데 기초 연구 자료로 활용되길 바란다.

주제어 : 블록체인, SNS, 사용자 경험, 토큰이코노미, 스팀잇, 암호화폐

**Abstract** The purpose of this study is to analyze the user experience and suggest the necessary improvements, in the blockchain based social platform Steemit. First, I investigated what is the blockchain and the characteristic of social platforms based on blockchain system. The honeycomb model was used to investigate and analyze the Steemit user experience, and the quantitative and qualitative data were analyzed through questionnaires and in-depth interviews. As a result of the research, the voting function, which is core function of the service in use, has high usefulness. Improvements suggestion that the editing tools and the abuse of voting function should be improved. I hope that this study will be used as a basic research material to improve the user experience of blockchain based social platforms.

**Key Words** : Blockchain, SNS, User Experience, Token Economy, Steemit, Cryptocurrency

### 1. 서론

#### 1.1 연구 배경 및 목적

‘블록체인(Blockchain)’은 2016년 세계경제포럼에서

발표한 상위 10대 최첨단 미래 유망 기술 중 하나로 포함되었다[1]. 블록체인의 핵심은 탈 중앙 시스템으로 중간 의 중계자 혹은 중앙 시스템을 거치지 않고 사용자끼리 직접적인 거래 및 정보 교환이 가능한 기술이다. 이는 단

\*This study was supported by 2018 BK21 Plus at IDAS, Hongik University

\*Corresponding Author : Seung-In Kim (r2d2kim@naver.com)

Received June 8, 2018

Accepted August 20, 2018

Revised August 8, 2018

Published August 28, 2018

순한 신기술이 아닌 새로운 경제체제의 구축을 유발할 수 있는 큰 파괴력이 예상되는 기술이며, 이에 대한 개발·산업육성 전략이 활성화되고 있다[2].

이런 배경으로 현재 국내의 많은 기업은 블록체인 기술을 다양한 분야에 연계하여 연구와 개발을 진행 중에 있다[3]. 그 중 소셜 네트워크 플랫폼과 결합한 서비스가 등장하고 있다. 기존에 소셜 네트워크는 중앙 집중형 비즈니스 모델로, 서비스 플랫폼 소유자가 중간에 수수료 혹은 광고를 게시하면서 수익을 가져갔다. 하지만 블록체인의 중심인 탈 중앙적 플랫폼은 소유자가 따로 존재하지 않고, 사용자들의 참여로 분산된 네트워크로서 서비스를 유지하고, 콘텐츠를 만든다. 그에 따른 기여자 모두에게 보상을 주는 비즈니스 모델을 가지고 있다[4]. 이러한 특징을 가진 블록체인 기반의 소셜 플랫폼은 사용자가 단순한 콘텐츠 소비자와 생산자가 아닌 서비스 유지에 있어서 주체적인 역할을 가지게 된다.

새로운 형태의 블록체인 기반 소셜 플랫폼에서 사용자가 어떤 경험을 가지고 있는지, 사용성은 어떠한지에 관한 연구가 필수적이다. 본 논문은 국내 사용자가 제일 많이 사용하는 블록체인 기반 소셜 플랫폼인 스팀잇을 중심으로 사용자 경험 분석 연구를 진행하였다. 연구를 통해, 앞으로 사용자 중심의 서비스에 있어 도움이 되고자 하는 것에 그 목적이 있다.

## 1.2 연구 범위 및 방법

첫째, 블록체인에 관한 이론적 배경과 개념 그리고 블록체인 기반 소셜 플랫폼에 대해 문헌 연구를 진행하였다. 둘째, 사용자 심층 인터뷰와 스팀잇 사용자를 대상으로 설문조사를 하였다. 사용자 심층 인터뷰는 사용자 경험 추출을 위해 태스크(task)를 설정하여 실시하였으며, 피터모빌(Peter Movable)의 허니콤 모형(Honeycomb Cycle Model)을 재구성한 항목으로 인터뷰를 진행하였다.

## 2. 블록체인 기반 소셜 플랫폼

### 2.1 블록체인의 특징

블록체인은 2009년 1월 9일 사토시 나카모토(Satoshi Nakamoto)에 의해 발명된 암호화폐인 ‘비트코인(Bitcoin)’에서 처음 소개된 기술이다[5]. 블록체인의 특징은 참여 당사자 간에 거래되고 실행된 정보가 기록되

는 분산된 데이터베이스 위변조 방지 기술이다. 입력된다면 정보는 다시는 지워질 수 없으며 블록체인에는 모든 단일 거래에 확실하고 검증 가능한 기록이 포함된다[6]. 거래내역은 중앙서버에 저장 및 관리되는 방식이 아니라 거래명세서가 포함된 블록을 모든 참여자가 공유하는 방식이다[7].

블록체인 1.0 기술이 적용된 비트코인의 한계점은 암호화폐의 발행·유통·거래에만 제한되어있다[8]. 이러한 한계점을 극복한 ‘이더리움(Ethereum)’이라는 확장성을 가진 2.0 기술이 등장하였다. 블록체인 2.0은 ‘DApp Platform(Decentralized Application Platform)’을 기반으로 탈 중앙화된 분산 애플리케이션을 구동시킬 수 있다[9]. 블록체인 기반의 소셜 플랫폼은 이런 블록체인 2.0의 기술과 이론을 바탕으로 설계되었고 다양한 서비스가 사용자 중심으로 제작되어 결합하고 공유될 수 있는 확장성을 가지고 있다.

### 2.2 블록체인 기반 소셜 플랫폼

소셜 네트워크 서비스는 다양한 사람들과 인적네트워크를 구축하고 상호간에 정보를 공유하는데 필수적인 매체가 되었다[10]. 매체적인 특성 외에 음악, 게임, 비즈니스 인맥, 위치기반 서비스로 다양화되고 전문화되었으며 일상에서 금융, 쇼핑, 게임, 비즈니스에 이르기까지, 융합이 가속화되고 있다. 이는 SNS가 커뮤니케이션 및 비즈니스 플랫폼으로 활용될 수 있음을 의미한다[11].

블록체인 기반 소셜 플랫폼은 분산형 플랫폼으로 참여한 개별 컴퓨터가 서버를 이루고 모든 데이터와 운영은 투명하게 공개된다. 기존의 소셜 플랫폼은 네트워크 특성상 데이터의 위·변조가 일어날 수 있지만[12], 블록체인은 데이터베이스가 분산되어 있어, 중간자가 데이터를 위·변조하기가 어렵다. 또한, 서비스 운영과 규칙은 서비스 재단과 참여한 사용자의 합의나 투표 의해 결정된다[13]. 수익 또한 콘텐츠를 생성하는 것에 있어 암호화폐로 보상을 주고 사용자끼리 자율적으로 직접적인 보상을 줄 수 있다. 이는 정보 통제권과 수익구조를 정보제공자인 사용자가 가질 수 있으며, 큰 잠재력과 영향력을 보유하고 있다는 것을 의미한다[14]. 위와 같은 사실을 통해서, 블록체인 기반 소셜 플랫폼에서 사용자는 주체적인 역할을 가질 수 있다는 것을 알 수 있다.

블록체인 기반의 대표적인 소셜 플랫폼과 이들의 특징은 다음 Table 1과 같다.

Table 1. Types and Characteristics of Blockchain Based Social Platforms

Platform	System Type	Characteristic
Steemit	<ul style="list-style-type: none"> <li>Steem blockchain system</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>most active blockchain based social platform</li> <li>no cost is incurred</li> </ul>
Askasha	<ul style="list-style-type: none"> <li>based on ethereum platform</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a platform free from censorship.</li> <li>pay ethereum gas when creating post</li> </ul>
Yoyow	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yoyow blockchain system</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>chinese based platform</li> <li>similar to steemit</li> </ul>
Civil	<ul style="list-style-type: none"> <li>Civil blockchain system</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>decentralized news platform</li> </ul>

이 중 '스팀잇(Steemit)'은 가장 활발히 사용되는 플랫폼으로, 다양한 국가의 사용자들이 콘텐츠를 올리고 있다. 스팀잇의 전체 사용자는 100만을 넘어섰으며[15] 스팀잇 대표 네드 스캇(Ned Scott)의 말에 의하면 한국인 이용자 수는 전체 사용자 중 7%~10%인 7~10만 명으로 추산된다고 하였다[16]. 스팀잇을 중심으로 국내 사용자 대상 블록체인 기반 소셜 플랫폼 사용자 경험 연구는 큰 의미가 있다고 할 수 있다.

### 2.3 스팀잇의 특징

스팀잇은 스팀이라는 블록체인 기술에 기반을 두어 만들어진 소셜 플랫폼이다. 서비스는 증인이라고 불리는 여러 사용자의 직접투표로 선출된 사용자 20명과 스팀잇 재단이 운영한다. 증인들은 스팀잇 서버처리와 데이터 저장을 분산화된 컴퓨터로 유지 및 운영한다. 증인들은 이런 기여에 따라 암호화폐인 스팀을 생성하여 받게 되며, 생성된 암호화폐는 게시물에서 다른 사용자에게 받은 '보팅(Voting; 투표)' 수에 따라, 보상으로 나누어준다. 보상은 보팅을 받는 사람뿐만 아닌 보팅을 한 사람도 보상을 받는다. 보상의 형태는 스팀파워와 스팀달러이며, 전자는 스팀과 교환되며, 후자는 스팀 1달러의 가치에 대응되는 토큰이다. 사용자 간에 암호화폐를 보팅을 통해 주거나 직접 송금할 수 있다. 보팅의 보상량은 사용자가 가지고 있는 스팀파워를 통해 높일 수 있다[17]. 스팀파와 스팀달러는 암호화폐 거래소에서 사거나 팔 수 있다.

스팀잇에 주로 올라오는 콘텐츠는 태그를 필수적으로 포함하고 있다. 태그를 통해 현재 스팀잇에 주로 올라오는 콘텐츠는 일상, 사진, 스팀잇, 비트코인, 암호화폐를 주제로 가지고 있는 게시물이 많다.

스팀잇의 서비스 이용과정은 먼저 회원가입 신청이 완료되어야 한다. 승인까지의 기간은 1~2주 정도 소요된다. 회원가입 승인 뒤에 자신의 아이디를 만들 수 있고 암호는 무작위 50자리로 생성되어 사용자에게 준다. 사용자는 이 암호를 개인 저장공간에 따로 보관하여야 한다. 로그인 후 게시물 작성 기능을 통해서 콘텐츠를 작성할 수 있다. 모든 게시물은 작성 후에는 삭제 불가능하다. 사용자는 직접 게시물을 작성하는 것 외에도 자신이 관심 있게 본 타인의 게시물을 큐레이션 할 수 있다. 올라온 게시물은 다른 사람들의 보팅과 댓글을 받을 수 있다. 게시물은 1주일 동안 보팅을 받을 수 있는 기간과 수정을 할 수 있는 기간이 주어지며, 그 기간 동안 받은 보팅에 따라 보상을 받을 수 있다. Fig. 1은 스팀잇 사용과정과 보상까지의 단계를 도식화한 그림이다.

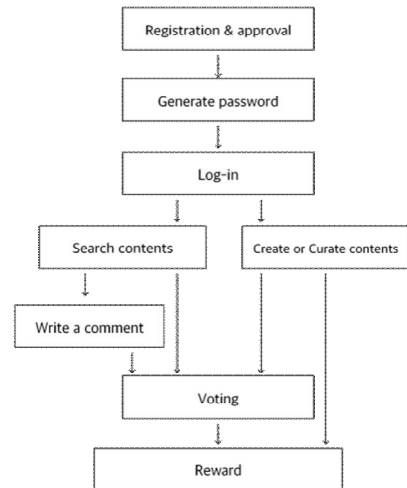


Fig. 1. Steps from using Steemit to reward

## 3. 연구 방법 및 대상

연구 방법으로 피터모빌의 허니콤 모형을 이용하여 플랫폼에서 이루어지는 사용자 경험을 심층 인터뷰와 설문조사로 데이터를 추출하여 분석하였다.

허니콤 모형은 웹 서비스에서 사용자 경험을 다각적으로 측정할 수 있는 도구이다[18]. Fig. 2에서 왼쪽은 기존 허니콤 모형이다. 스팀잇의 핵심 기능인, 게시물 작성 과정에서의 경험을 측정하기 위해 오른쪽과 같이 재구성하였다. 유용성(Useful)은 사용자가 어떤 유용성을 서비스에서 느끼는지, 사용성(Usable)은 기능의 작동에서

만족하는지, 검색성(Findable)은 정보나 기능을 찾는 데 문제는 없는지, 매력성(Desirable)은 브랜드와 요소들이 심미적인지, 편집성(Editable)은 글쓰기 과정에 문제가 없는지, 이렇게 5개 중심으로 재구성하였다.

설문조사에는 정량적인 데이터 외 정성적 데이터를 얻기 위하여 서비스에 대하여 어떻게 생각하는지에 대한 서술형 문항을 추가하였다.

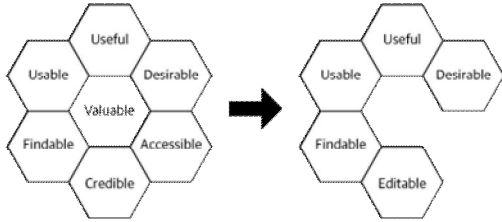


Fig. 2. Original and reconstructed model

허니콤 모형을 기반으로 둔 사용자 경험 연구에 필요한 질문은 온라인 설문과 심층 인터뷰 두 가지 방식으로 진행하였다.

온라인 설문은 2018년 5월 10일부터 14일까지 진행하였다. 모집대상은 스팀잇을 2개월 이상 사용하고, 게시물을 2개 이상 게시한 사람들을 선정하였다. 설문지는 Fig. 2의 항목으로 설정된 질문을 리커트 5점 척도로 측정하였으며, 설문지 마지막 항목에는 서비스에 대한 설문자의 경험과 생각에 대해 자율적으로 서술할 수 있는 문항을 추가하였다.

사용자 심층 인터뷰는 2018년 4월 24일부터 5월 12일까지 스팀잇 외, 다른 SNS를 2년 이상 이용한 경험이 있으며, 블록체인의 기본 개념을 알고 있는 8명을 대상으로 진행하였다. 인터뷰 대상자의 특성은 Table 2와 같다.

Table 2. Interviewees Profile

	Age	Understanding level of blockchain system	Experience of cryptocurrency	Job
A	28	High	YES	Office worker
B	27	Middle	YES	Student
C	27	Low	NO	Student
D	24	High	YES	Soldier
E	26	Low	NO	Student
F	27	Middle	NO	Office worker
G	27	high	YES	Student
H	26	Low	NO	Non

Table 2에서 블록체인 이해도는 블록체인의 대표적인 특징이 무엇인지, 서비스 사례는 무엇이 있는지를 피면접자가 알고 있는 정도를 가지고 상·중·하로 나누었다.

피면접자를 대상으로 사용자 경험을 분석하기 위해 태스크를 실행하였다. 태스크는 서비스 이용의 과정과 주요 기능에 따라 구성되었으며 Table 3과 같다.

Table 3. User Task

Element	Task
Sign up & Log in	Task 1-1. Sign up a steemit account Task 1-2. Input the ID and password to log in Steamit.
Look around the main page	Task 2. Go to main page and popular articles and browse randomly.
Search & read a post	Task 3. Search for post with given keywords. Then go randomly selected post, read the content, and re-comment.
Create a contents	Task 4. Write a post with the text and photos from the given document.
Transmit a steem	Task 5. Transmit a steem to the given account.

태스크를 실행한 뒤에 각 사용자별로 인터뷰를 진행했으며 질문 항목 및 내용은 다음 Table 4와 같다.

온라인 설문 응답에서 정량적 데이터를 추출하고 원인을 분석하기 위해 심층 인터뷰를 진행하였고, 이를 통해 필요한 개선점을 제안하였다.

Table 4. Interview Questions

Elements	Contents
Useful	What do you think is the difference between and other social networks? What do you think about Voting functionality? How do you think about main page overall contents? How do you think the content is being generated and consumed?
Usable	How do you think the process of understanding the overall functionality of a service? What about the sign up process? How do you think the process of the log in? How do you think the cryptocurrency transfer? How do you think about the service functionality in this platform.
Findable	How do you think about the process of searching posts? What do you think about the tag that using for search contents. How do you think the process in finding the features you want?

Desirable	Do you think the identity of the service is reflected in the design. What do you think about the layout of the screen? What do you think of the menu composition and icons? What do you think about fonts and sizes in reading? What do you think about the thumbnail image and title size?
Editable	How do you think about the process of creating posts? What do you think about the ability to save drafts? What do you think about the ability to delete posts? When posting a post, hoe do you think about the tag?

#### 4. 사용자 경험 분석

##### 4.1 온라인 설문조사 결과

설문조사의 응답자는 현재 스팀잇을 사용하는 한국인 61명이었으며, 77%(47명)는 남성 23%(14명)는 여성이었다. 연령대 구성은 20대가 38%(23명), 30대가 36%(22명), 40대가 23%(14명), 50대 이상이 3%(2명)이었다. 응답자의 스팀잇 사용 목적은 콘텐츠 생성(47%)과 콘텐츠 소비(37%)가 주된 목적으로 나왔다. 설문 문항에 대한 결과는 다음 Table 5와 같다.

Table 5는 리커트 5점 척도를 통해 얻은 데이터를 기술통계로 분석하였다. 각 항목에 평균값(Mean), 표준편차(Standard deviation:SD)를 표기하였다.

Table 5. The Mean and Standard Deviation of Element

Element	Mean	SD
Useful		
Be more useful than other SNS service.	4.0491	0.8836
Voting provides utility in service.	4.4590	0.8674
The contents on the main page are useful.	2.7868	1.1271
The creation and consumption of contents are appropriate.	2.4918	0.9767
Usable		
There are difficulty in learning the function of service.	3.9180	0.8811
It takes a long time to get a improvement.	4.2131	1.0019
It has a trouble entering the password.	3.7540	0.9942
It is convenient to send a cryptocurrency.	4.3442	0.91077
Overall, satisfied with the service functions.	3.1639	0.8977

Findable		
It is easy to search for and find the desired posts.	2.2950	1.1596
It can easily acquire information through tags.	2.8360	1.0357
Be ready to find the function one wants.	3.7540	0.9942
Desirable		
The identity of the service is reflected in the design.	3.2786	0.9152
The screen layout is appropriate.	3	1.0488
The menu and icons are well designed.	2.9508	1.0712
Font and size are appropriate for reading	3.4098	0.9895
Image and title size of thumbnail contents is appropriate.	3.3278	0.9953
Editable		
Writing editing tools are useful	2.0983	0.9256
The ability to save posting temporarily is needed.	4.0819	1.0691
It must be able to delete the posts you have written.	3.6393	1.0650
Entering post tags is useful.	3.8032	1.0459

응답 결과, 유용성에서는 보팅 기능에 대한 항목이 높은 평균값을 가지고 있었다. 반대로 메인페이지 콘텐츠 유용성과 콘텐츠의 생성과 소비 항목은 낮은 평균값을 가지고 있었다. 사용성에서는 암호화페를 결제 항목에 높은 평가 값이 나왔으며, 이어서 가입승인까지의 시간 항목이 높았다. 검색성에서는 원하는 게시물 검색기능 항목이 낮은 평균값으로 나왔다. 매력성에서는 메뉴 및 아이콘 디자인 항목이 낮은 평균값을 가지고 있었다. 편집성에서는 글 쓰는 편집도구 항목이 가장 낮은 항목을 가지고 있었으며, 게시물 임시저장에 대한 항목은 높은 평균값을 가지고 있었다.

##### 4.2 사용자 경험 분석 결과

사용자 경험 분석은 통계로 얻는 항목 중 높게 나온 값과 낮게 나온 값을 중심으로 그 이유와 원인을 분석하였다. 분석은 설문조사에서 응답자가 서술한 서술형 항목과 심층 인터뷰에서 발견한 응답을 가지고 진행하였다.

먼저 유용성에서 사용자들은 보팅 기능이 서비스에서 큰 유용성을 지닌다고 하였으며, 메인페이지에서 올라오는 게시물 기준에 따른 콘텐츠 소비는 적절하지 않다고 응답하였다. 그 이유로 “스팀파워에 따른 콘텐츠 노출 순위 변동”, “보상을 받기 위한 무의미한 게시물 작성 및 보팅 기능 남용”이라고 설문조사 서술 문항과 심층 인터뷰에서 얻을 수 있었다.

사용성에서 서비스 내 암호화폐 송금 기능은 편리하다고 응답하였다. 다만 심층 인터뷰에서 송금이 되었다고 바로 피드백이 오지 않아, 송금이 이루어졌는지 확인이 어려운 상황이 발생한다는 답변이 있었다. 가입승인 항목은 승인까지의 기간이 오래 걸리며 서비스 기능을 배우는 것에 진입장벽이 있다고 응답하였다.

검색성에서는 원하는 게시물을 찾는 데 오랜 시간이 걸린다고 응답하였다. 그 이유로 “자신이 작성한 게시물이 많을 시 찾기가 어려우며, 팔로우한 사용자의 게시물을 검색하는 과정이 불편하다고 응답하였다.

매력성에서 메뉴와 아이콘 디자인 항목이 낮은 평가가 나왔는데, 그 이유로 설문조사에서는 UI 구조의 불편함과 개선이 필요하다고 하였고 심층 인터뷰에서는 아직 서비스에서 아이덴티티와 디자인에 있어 개성이 부족하다고 응답하였다.

편집성에서 심층 인터뷰와 설문조사 응답자 모두 글쓰기 편집 도구가 불편하다고 응답하였다. 그 이유로 사용자 친화적이지 않은 글쓰기 편집 도구, 편집의 어려움이라고 응답하였으며, 심층 인터뷰에서는 편집화면과 미리보기 화면이 분할되어 있어 사용에 어려움이 있다는 응답을 얻었다. 게시물의 삭제에 관한 항목에 관하여 기능의 필요성이 있다고 나왔다. 심층 인터뷰에서 개인이 만든 콘텐츠는 개인의 지적재산이므로 삭제와 수정이 언젠가는 가능해야 한다는 의견이 있었다.

설문조사와 심층 인터뷰 마지막 서술 항목으로 스템잇에 대한 만족도와 그에 대한 이유를 질문하였다. 응답에서 콘텐츠 제작을 통한 보상을 받을 수 있는 것이 가장 큰 만족의 이유로 나타났다. 불만족한 원인으로서는 불편한 글쓰기 도구와 UI로 나타났다.

## 5. 결론 및 제언

본 연구는 블록체인 기반 소셜 플랫폼의 사용자 경험을 연구하고자 블록체인을 기반으로 한 플랫폼 스템잇 사용자를 대상으로 사용자경험을 조사하였다. 스템잇의 사용과정을 피터 모빌의 허니콤 모형을 기반으로 설문과 심층 인터뷰를 통하여 데이터를 정량적 및 정성적으로 추출하여 분석 연구하였다.

사용자 경험 분석결과 스템잇은 사용과정에서 주체적인 역할이라 할 수 있는 보팅 과정이 높은 유용성을 가지

고 있는 것을 알 수 있었다. 또한, 스템잇이 긍정적인 이유로 ‘보팅을 통한 보상’과 ‘콘텐츠 생산에 따른 보상’이라는 것을 설문조사와 심층 인터뷰에서 얻은 정성적 데이터에서 얻을 수 있었다. 이는 블록체인의 소셜 플랫폼의 특징인 주체적인 역할과 보상으로 스템잇 사용자들은 만족하고 있음을 알 수 있었다. 그러나 다음과 같은 부정적 의견도 있었다. 무의미한 게시물작성, 보팅 기능의 남용, 가입기간, 사용 난이도, 불편한 편집 도구, 등이다. 이는 블록체인 소셜 플랫폼만의 차별화된 문제가 아닌 콘텐츠를 생성하는 과정에서의 설계 문제라고 할 수 있다. ‘스템잇’은 블록체인 소셜 플랫폼으로써의 역할은 대체로 만족하지만, 글쓰기 기능과 UI가 사용자 중심에서 벗어난다는 의견이었다.

본 연구는 블록체인 기반 소셜 플랫폼인 스템잇을 중심으로 사용자 경험 분석을 통해 필요한 개선점을 제안하는데 가치가 있다. 그러나 사용자 심층 인터뷰에서 제한적인 태스크로 진행되었다는 점에서 한계가 있음을 밝힌다. 본 연구는 향후 블록체인 소셜 플랫폼 연구 개발에 있어서 사용자 경험을 개선하는데 기초 연구 자료로 활용되길 바란다.

## REFERENCES

- [1] Word Economy Forum. (2016). *Top 10 Emerging Technologies of 2016*. Word Economy Forum
- [2] G. S. Yoo & G. H. Kim. (2018). *Blockchain Technology Brief of KISTEP 2018*, 1, 1-2
- [3] M. S. Kang. (2018). *Naver-Kakao Making a Competition With Blockchain*. Moneytoday. <http://news.mt.co.kr/mtview.php?no=2018040213595571451>
- [4] Sunny Dhillon. (2018). *How The Blockchain Can Solve Social Media's Biggest Problems*. Forbes . <https://www.forbes.com/sites/valleyvoices/2018/02/28/how-the-blockchain-can-solve-social-medias-biggest-problems/#362131bc27cb>
- [5] Melanie Swan. (2015). *Blockchain, Blueprint for a New Economy*. CA : O'Reilly Media Inc.
- [6] Crosby, M., Pattanayak, P., Verma, S., & Kalyanaraman, V. (2016). *Blockchain technology: Beyond bitcoin*. *Applied Innovation*, 2, 6-10
- [7] J. Kim & G. Gwang.(2017). *A Study on Factors Affecting the Intention to Accept Blockchain Technology*. 2-4.

[8] S. J. Kang. (2018.03). *With understanding of block chain technology Development Status and Implications*. 13, 2-3.

[9] V. Buterin. (2015). *Ethereum White Paper*. Ethereum.org.  
<https://github.com/ethereum/wiki/wiki/White-Paper>

[10] J. Y. Jang. (2015). *Convergence of Education and Information & Communication Technology: A Study on the Communication Characteristics of SNS Affecting Relationship Development between Professor and Student*. Korea Convergence Society, 6(6), 312-219

[11] Korea Communications Commission. (2011). *Full support of social convergence, Establishment of communication, trust and implementation strategy based on social platform*. Gwacheon City .

[12] J. Y. Go & K. H. Lee (2017). *SNS disclosure of personal information in M2M environment threats and countermeasures*. Korea Convergence Society, 5(1), 29-34.

[13] J. H. Park. (2017). *Understanding Blockchain Based Platform Business*. ZDnet.  
[http://www.zdnet.co.kr/column/column\\_view.asp?article\\_id=20170904160310](http://www.zdnet.co.kr/column/column_view.asp?article_id=20170904160310)

[14] S. J. Kim. (2017.09). Block Chain Ecosystem Analysis and Implications. *KISTEP Issue Weekly*, 9, 9-12.

[15] Vignesh. S. (2018.05). *Blockchain Platform Steemit reaches 1 million Users* - CryptoNews  
<https://crypto-news.in/news/alt-coins/blockchain-platform-steemit-reaches-1-million-users/>

[16] J. K. Son. (2018). *Interview with Ned Scott*. Mail Economy.  
<http://www.facebook.com/jaekwon.sohn/posts/10156201590758523>

[17] Steemit.io. (2017). *Steem An incentivized, blockchain-based, public content platform*. Steem.io.  
<https://steem.io/steem-whitepaper.pdf>

[18] P. Morville. (2004). *User Experience Honeycomb*. semanticstudios.  
[http://semanticstudios.com/user\\_experience\\_design/](http://semanticstudios.com/user_experience_design/)

한 상욱(Han, Sang Wook)

[학생회원]



- 2017년 2월 : 가천대학교 시각디자인과(학사)
- 2018년 2월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 재학
- 관심분야 : 사용자 경험디자인, 인터랙션디자인

▪ E-Mail : withwook@gmail.com

김 승인(Kim, Seung In)

[중신회원]



- 2001년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 국제디자인전문대학원 교수
- 2006년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 디자인혁신센터 센터장
- 관심분야 : 사용자 경험디자인, 서비 스티디자인

▪ E-Mail : r2d2kim@naver.com