

퓨처피아, 콘텐츠 창작자를 위한 블록체인 협동조합

글 최준호 | 아웃스탠딩 기자 | zephyr@outstanding.kr



비트코인으로 대표되는 암호화폐 투기 광풍이 사그라진 지금, 벤처 업계는 블록체인 기반 서비스가 실생활에 스며들게 만들기 위해 다양한 노력을 하고 있다. 오영석 시그마체인 이사도 그 중 한 명이다. “인터넷과 스마트폰보다 더 빠른 속도로 블록체인 서비스가 확산될 것입니다. 소비자들은 기존 인터넷 서비스와 같은 사용자 경험을 누리면서, 투명하고 적절한 보상도 함께 받을 수 있기 때문입니다.”

블록체인 서비스를 일반 대중이 불편함 없이 사용하려면 크게 세 가지 문제를 해결해야 한다. 우선 첫 번째는 ‘속도’다. 이더리움은 암호 화폐 거래를 프로그래밍할 수 있는 ‘스마트 계약(Smart Contract)’ 개념을 도입해 암호 화폐의 활용성을 높였으나, 현재의 인터넷 서비스에 비해 지나치게 느린 속도를 지녀 상용 서비스로 발전하기는 한계가 많다는 지적이 많다.

두 번째는 ‘대중 눈높이에 맞는 서비스 퀄리티’다. 블록체인 기반 마이크로 블로그 ‘스팀잇(Steemit)’이 그나마 대중화된 서비스로 알려져 있지만, 해당 서비스의 인터페이스와 사용자 경험은 현재 상용화된 인터넷 서비스들과 비교해 매우 떨어진다. 블록체인 산업에 애정을 가진 초기 이용자들은 무리 없이 사용할 수준이지만, 대중과의 괴리는 여전히 멀다.

세 번째는 블록체인 기반 서비스의 장점을 살린 ‘인센티브 체계 구축’과 ‘마케팅’이다. 많은 블록체인 전문가들이 ‘토큰 이코노미’라 불리는 블록체인 서비스의 인센티브를 우리가 익히 알고 있는 ‘협동조합’에 비유해 설명한다. 협동조합은 경영진과 주주에게 이익이 집중됐던 부를 조합원들에게 골고루 나눠주는 장점이 있다. 블록체인 서비스는 반대로 각 조합원이 소속감을 가지고 열성적으로 참여해야 하며, 계속해서 조합원을 늘려나아가야 한다. 이를 위해서는 자발적인 참여를 유도할 인센티브 체

대중이 서비스를 이용하려면 결국 서비스가 좋아야 한다. 또 메인넷이 아무리 훌륭하다고 하더라도 성공 사례가 없으면 기업들이 도전하기가 쉽지 않다. 이 때문에 시그마체인은 ‘퓨처피아’라는 소셜 네트워크 서비스(SNS)에 특화된 메인넷을 만들고, 이 메인넷을 운영하는 BP 중하나로 직접 참여할 계획이다.





계와 꾸준히 참여자를 늘릴 마케팅이 필수적인데, 이는 현재 여러 블록체인 기업들이 풀어야 하는 매우 중요한 숙제라 할 수 있다.

이 같은 상황에서 위와 같은 도전 과제들을 해결하고자 출사표를 던진 블록체인 기업이 있으니, 바로 '시그마 체인'이다. 시그마 체인의 주요 경영진은 과거 싸이월드의 핵심 멤버로 블록체인 메인넷을 개발하는 업체다. 이들은 상거래, SNS, 콘텐츠 서비스, 게임, 교육, 건강 등 각각의 서비스 특성에 맞는 메인넷을 커스터마이즈해 보급하고 있다.

“시그마체인이 개발해 보급하는 메인넷은 국제 공인 시험기관인 와이즈스톤 ICT시험인증연구소에서 '1초당 30만 건'의 트랜잭션(사용자 간 거래 기록) 처리 성능을 공식 인정받았습니다.” 이들은 또한 기존 블록체인 메인넷(플랫폼)의 여러 단점도 극복해 나가고 있다. 이더리움은 거래 수수료가 비싸고 속도가 느려 대중 서비스를 만드는 데 여러 한계를 지적받고 있다. 최근 각광받고 있는 EOS는 이더리움의 많은 단점을 극복했으나, EOS 전체의 운영 정책을 결정하는 일부의 BP(Block Producer)가 담합 의혹에 휩싸이기도 했다. 또한 BP에 선정되기

위해서는 일반 스타트업 수준에서는 감당하기 힘든 많은 비용을 대야 한다.

“시그마체인은 이더리움과 달리 이용자가 내야 하는 별도의 거래수수료가 없습니다. 서비스 운영사들도 기존 인터넷 서비스와 비슷한 네트워크 사용료를 내면 되죠.” 오 이사는 재차 강조했다. “EOS의 BP(블록파트너, 블록체인 참여자의 투표로 결정되는 블록체인 운영진)가 되려면 수십억 원의 설비 투자가 들어가야 하지만, 시그마체인은 일반 인터넷 서비스를 개시할 수준인 수백만 원 정도만 들이면 충분히 BP가 될 수 있습니다.”

“돈을 많이 써서 BP가 되는 게 아니라 좋은 정책과 블록체인 생태계에 대한 열성적인 참여로 BP가 될 수 있는 거죠. 또 다른 메인넷에서 탈중앙화된 앱(Dapp, 이하 뎁)을 개발해보면 매우 불편하지만 저희는 개발자 지원도 대폭 강화, 서비스를 만드는 데 불편함이 없도록 최선을 다하고 있습니다.” 이와 같은 시그마체인의 설명을 들으면, 이 정도라면 일반 인터넷 서비스를 만드는 데 무리가 없는 수준이다. 기존 블록체인 메인넷 속도와 비용 등, 여러 문제에 대한 해결의 실마리가 어느 정도 마련된



셈이다.

하지만 더 어려운 문제가 남아 있다. 대중이 서비스를 이용하려면 결국 서비스가 좋아야 한다. 또 메인넷이 아무리 훌륭하다고 하더라도 성공 사례가 없으면 기업들이 도전하기가 쉽지 않다. 이 때문에 시그마체인은 '퓨처피아'라는 소셜 네트워크 서비스(SNS)에 특화된 메인넷을 만들고, 이 메인넷을 운영하는 BP 중 하나로 직접 참여할 계획이다.

“과거 싸이월드를 운영했던 경험이 있어 SNS가 우리가 가장 잘하는 영역이라고 생각했습니다. '퓨처피아'는 내년초 공식 런칭할 계획으로 우수한 개발사를 모집하고 있고, 이분들의 성공을 위해 최선을 다할 계획입니다.”

그렇다면 탈중앙화된 블록체인 서비스에서 SNS 서비스는 어떤 모습으로 그려질까? 또 이 생태계에서 콘텐츠 제작자들은 어떤 미래를 꿈꿀 수 있을까?

“퓨처피아에서는 내 글과 내 서비스에 몇 명이 봤는지, 광고를 클릭했는지, 유료 콘텐츠가 얼마나 판매됐는지 모두 투명하게 공개될 것입니다. 마치 협동조합처럼 참여한 모든 사람이 이익을 보는 구조가 될 것입니다.”

그렇다면 그 이익은 어디서 올까. “페이스북, 유튜브, 구글, 네이버 등 기존 중앙화된 플랫폼 운영사들이 가져가는 이익을 생태계 참여자들이 나눠 가진다고 생각하면 됩니다. 물론 처음부터 모든 창작자들이 퓨처피아에만 참여할 필요는 없습니다. 현재 몸담고 있는 생태계와 우리가 만드는 생태계에 함께 콘텐츠를 올려 보시고, 이익이 많은 쪽에 더 많은 투자를 하면 됩니다.”

이는 광고주들에게도 마찬가지로 적용되는 이야기다. “상당한 수수료를 가져가는 중앙화된 플랫폼에서 광고를 하느냐, 중간 수수료가 극히 적고 투명하게 광고 효과를 알 수 있는 블록체인 서비스에 광고를 운영해보고 더 효율적인 곳을 선택하면 됩니다. 이 같이 함께 잘사는 구조가 블록체인이 지향하는 미래입니다. 이런 미래에선 콘텐츠 제작자들이 더 투명하고, 더 많은 권리를 보장받게 될 것입니다.”

앞으로 시그마체인이 그려낼 블록체인 기반 SNS 서비스, 그리고 그 안에서 생동할 콘텐츠 생태계를 기대해본다. ❶