

평판

온라인에 공개된 정보가 자신에 대한 다른 사람의 의견 형성에 어떤 영향을 미치는지 생각해봅시다. 다양한 유형의 온라인 커뮤니케이션의 공개 대상을 구별하고, 누군가 자신의 이름을 검색할 때 어떤 정보가 표시되길 원하는지 생각해보고, 마음에 들지 않는 인터넷 콘텐츠에 대응하는 다양한 방법을 알아봅니다.

자료

어떻게 해야 할까요? 레슨 자료

누가 비밀을 알고 있나요?

파트 1

설명 및 활동 안내

비밀이 있나요? 이 비밀을 마음속으로 생각하세요. 다른 사람과 공유하거나 적어두지 않아도 됩니다.

이제 마음속으로 다음 질문들에 답변해보세요. 답변을 크게 말하거나 적지 마세요.

1. 이 방에 있는 사람 중 얼마나 많은 사람이 이 비밀을 알고 있나요?
2. 얼마나 많은 이웃이 이 비밀을 알고 있나요?
3. 얼마나 많은 한 번도 만난 적이 없는 사람이 이 비밀을 알고 있나요?

그 비밀을 종이에 적어야 하고 이 그룹에서 무작위로 한 사람이 그 비밀을 읽어야 한다고 생각해보십시오. 여기에 몇 가지 질문이 더 있습니다. 다시 한번 말하지만 마음속으로만 답변하고 말하거나 적지 마세요. 일주일이나 지난 후를 가정하고 답변해보세요.

1. 이제 여기에 있는 사람들 중 얼마나 많은 사람이 이 비밀을 알게 되었을까요?
2. 이제 이웃 중 얼마나 많은 사람이 이 비밀을 알게 되었을까요?
3. 이제 얼마나 많은 한 번도 만난 적이 없는 사람들이 이 비밀을 알게 되었을까요?

파트 2

설명 및 활동 안내

여러분은 자신에 대한 비밀이나 다른 정보를 볼 가능성이 있는 사람을 해당 정보의 '공개 대상'으로 생각해야 합니다.

공개 대상에 대해 더 잘 이해하면 다른 사람들과 편안하게 공유할 수 있는 정보와 그렇지 않은 정보를 더 쉽게 판단할 수 있습니다. 공개 대상은 특정 정보에 접근할 수 있는 사람 또는 그룹으로 구성됩니다.

이제 새로운 기술로 인해 공개 대상은 매우 빠르게 확대될 수 있습니다. 따라서 온라인 정보와 활동의 공개 대상을 파악하거나 제한하는 것은 불가능하며, 가능하다 하더라도 매우 어렵습니다. 많은 사람과 콘텐츠를 공유하고 싶은 경우 공개 대상이 빠르게 확대된다는 것은 장점이지만, 공개하고 싶지 않은 정보가 공개되는 경우에는 이 장점은 독이 될 수 있습니다.

안타깝게도 개인 정보, 특히 창피한 정보를 흥미롭게 여기는 사람들이 많기 때문에 이러한 정보가 온라인에 공개되면 이 콘텐츠를 볼 수 있는 사람을 관리하기가 매우 어려울 수 있습니다.

정보를 온라인에 공유할 때 (문자 메시지 또는 개인 메시지처럼 단 한 사람에게만 공유하는 것일지라도) 자신이 도달하고자 하는 공개 대상보다 훨씬 많은 사람이 해당 정보를 볼 수 있는 가능성이 있다는 점에 대비해야 합니다.

파트 3

질문

소셜 미디어에 상태 업데이트, 사진 또는 기타 정보를 게시하는 경우 의도하는 공개 대상은 누구인가요?

소셜 미디어 플랫폼에 따라 달라지나요? 아니면 상황에 따라 달라지나요?

설명 및 활동 안내

공개 범위 설정뿐만 아니라 선택한 소셜 미디어 플랫폼에 따라 다르지만 공개 대상은 가장 가까운 친구/팔로워/연결된 사람만을 포함할 수도 있고, 해당 소셜 미디어 플랫폼을 사용하는 사람 또는 온라인에서 여러분을 검색하는 모든 사람을 포함할 정도로 광범위할 수 있습니다. 그러나 공개 대상이 누구이든 누군가는 정보를 복사하여 다른 곳에 게시할 수 있으며, 콘텐츠의 사진 또는 스크린샷을 촬영하거나, 오프라인 대화 또는 온라인 대화를 통해 정보를 공유할 수 있습니다.

질문

소셜 미디어에 콘텐츠를 추가하는 경우 의도하는 공개 대상은 누구인가요?

예를 들어 다른 사람의 Facebook 타임라인에 게시하거나 다른 사람의 소셜 미디어 계정에 콘텐츠를 추가하는 경우(예: 사진에 댓글을 달거나 게시물 또는 사진에 상대방을 태그하는 경우) 의도하는 공개 대상은 누구인가요?

설명 및 활동 안내

여러분과 상대방의 공개 범위 설정에 따라 다르지만 상대방의 친구/팔로워/연결된 사람이 해당 콘텐츠를 볼 수 있는 경우가 자주 있습니다. 여기에는 상대방의 가족이나 관리자 또는 학교의 선생님 등 여러분이 모르는 사람이 포함될 수 있습니다.

질문

메시지(예: 문자 메시지, 이메일, 소셜 미디어의 비공개/직접 메시지)를 보내는 경우 의도하는 공개 대상은 누구인가요?

설명 및 활동 안내

공개 대상은 메시지의 수신자이지만 다른 사람들도 해당 메시지를 볼 수 있다는 점에 주의하세요.

질문

메시지가 어떻게 의도하지 않은 사람에게 도달할 수 있나요? [사진/스크린샷, 전달, 휴대폰 공유 등을 통해 공유될 수 있음.]

의도한 공개 대상보다 더 많은 사람에게 도달하는 것이 유용한 경우에는 어떤 것이 있나요? [더 많은 공개 대상에게 메시지를 전하거나 사람들을 동원하거나 인지도를 높이려는 경우.]

의도한 공개 대상보다 더 많은 사람들에게 도달하는 것이 문제가 되는 경우에는 어떤 것이 있나요? [의도한 공개 대상 이외의 사람들과 공유하면 문제가 생기거나 당황스러운 상황이 발생하거나 평판에 나쁜 영향을 주는 경우.]

온라인에서 좋은 평판을 유지하는 것이 중요한 상황으로는 어떤 것이 있나요? [학교/대학교 지원, 입사 지원, 새로운 친구를 만드는 경우.]

나의 평판 알아보기

파트 1

준비 및 참고 사항

참가자가 잘 알고 있는 공인(예: 음악 또는 영화/TV 업계, 정치인, 비즈니스 리더)을 선택합니다. Google이나 온라인 검색 엔진에서 공인의 이름을 검색하고 참가자와 함께 몇 가지 항목을 살펴보고(검색 결과를 화면으로 보여주세요). 공인이 소셜 미디어에서 활동하는지 둘러봅니다. 몇 분 동안 살펴본 후 참가자 2명에게 공인과 팬 사이의 소통을 연기해보도록 합니다.

질문

_____ (은)는 자신에 대해 많이 알고 있는 사람을 만났을 때 기분이 어떨까요?

그 정보가 정확하지 않다면 어떤 기분이 들까요?

얼마나 많은 사람이 _____에 대한 이 정보에 액세스할 수 있나요?

_____ (은)는 온라인에서 이용할 수 있는 자신에 대한 정보를 어떻게 관리할 수 있나요?

파트 2

설명 및 활동 안내

여러분이 만나는 사람들은 검색 엔진을 활용하여 여러분에 대해 더 많은 정보를 얻습니다. 그 정보가 좋은 것이든 나쁜 것이든 여러분에 대한 생각에 영향을 미칠 것입니다. 여러분에 대한 사람들의 인식을 관리하고 싶다면 그들이 볼 가능성이 있는 정보가 무엇인지 파악하는 것이 중요합니다.

이 사람들은 미래의 고용주일 수도 있고 학교/대학교 입학 담당관일 수도 있습니다. 입학 담당관은 입학 여부를 결정하는 과정에서 온라인에서 지원자를 검색하거나 온라인에서 찾은 정보를 사용했는지를 지원자에게 알리지 않을 수 있습니다.

파트 3

준비 및 참고 사항

참가자들에게 두 명씩 조를 이루도록 합니다.

설명 및 활동 안내

누군가가 온라인/Google에서 여러분의 이름을 검색하는 경우 나오길 바라는 결과 3가지를 브레인스토밍하세요. 이러한 것들이 실제로 검색 결과로 나올 가능성이 어느

정도라고 생각하나요?

파트너와 공유하세요.

질문

여러분과 파트너는 무엇을 생각했나요?

자신의 이름을 Google이나 온라인에서 검색해본 적이 있다면 손을 들어보세요.
무엇을 보셨나요? 어떤 사진이 검색되나요? 자신에 대한 정보를 찾을 수 있었나요?
아니면 여러분과 이름이 같은 다른 사람들이 있었나요?

1. 흔한 이름인 경우 고향이나 학교 이름과 같은 정보를 추가하여 검색해보도록 합니다.

인터넷에 연결할 수 있는 컴퓨터나 모바일 기기가 있는 경우 활동 도중에 참가자에게 직접 Google이나 온라인에서 자신을 검색해보라고 요청할 수도 있습니다.

질문

온라인/Google에서 이름을 검색했다면 다음 세 가지 질문에 답변해보세요.

1. 처음 몇 가지 결과는 무엇인가요?
2. 이 정보에 만족하나요?
3. 다른 결과가 여러분에 대해 암시하는 바는 무엇인가요? 학생으로서는 어떤가요? 직원으로서는 어떤가요?

이러한 결과를 보면 여러분을 모르는 사람이 여러분에게 어떤 인상을 받게 될까요?
상위에 검색된 결과에 담긴 정보를 클릭하여 읽으면 사람들이 어떤 인상을 받게 될까요?

복잡한 정보에 대응하기

파트 1

준비 및 참고 사항

'어떻게 해야 할까요?' 레슨 자료를 나누어줍니다. 참가자들에게 두 명씩 조를 이루도록 합니다. 참가자에게 워크시트의 시나리오에 대해 토론하고, 각 시나리오에 대한 2가지 전략/해결 방법을 찾아보고, 이것이 가져올 수 있는 결과에 대해 생각해보도록 합니다. 이 활동을 15분 동안 진행합니다.

질문

누군가 마음에 들지 않거나 해당 상황에서 부적절하다고 생각되는 게시물을 게시한 경우 어떻게 해야 할까요?

다른 사람에 대한 콘텐츠를 게시하기 전에 무엇을 생각해야 하나요?

부정적인 정보에 대응하기

파트 1

질문

온라인(예: 검색 엔진 또는 소셜 미디어)에서 자신의 이름을 검색할 때 자신에 대한 부정적인 정보를 발견하면 대처할 수 있나요?

다른 사람들이 보지 않길 바라는 콘텐츠에는 어떤 것이 있나요?

파트 2

설명 및 활동 안내

여러 요인이 있지만 상황 및 정보 유형에 따라 자신에 대한 온라인 콘텐츠가 마음에 들지 않는 경우 다양한 방법으로 대처할 수 있습니다.

한 가지 방법은 '반론'을 제기하는 것으로, 자신을 긍정적인 시각으로 드러내는 콘텐츠를 만들고 관리하여 자신에 대한 긍정적인 소식이 주의를 끌고 눈에 띄도록 하는 것입니다. 이를 위해 적합한 경우 소셜 미디어 또는 블로그를 시작하거나 자신의 이름으로 된 웹사이트를 등록할 수 있습니다.

두 번째 방법에는 부정적인 콘텐츠를 삭제하는 다양한 방법이 포함됩니다. 예를 들면 다음과 같습니다.

1. 마음에 들지 않는 콘텐츠(예: 내 사진)를 본다면 특히 소셜 미디어 또는 메시지 앱의 경우 게시한 사람에게 직접 연락하여 해당 콘텐츠를 삭제하도록 요청할 수 있습니다.
2. 많은 플랫폼에서 제공하는 플래그 기능을 이용하여 불쾌하거나 흥미롭지 않은 콘텐츠를 플래그할 수 있습니다. 불쾌하거나 흥미롭지 않은 콘텐츠에는 여러분을 부정적으로 또는 매력적이지 않게 보여주는 콘텐츠(예: 사진, 동영상, 텍스트 기반 게시물), 게시되어서는 안 되는 내용(예: 모욕적이거나 폭력적이거나 금지된 콘텐츠), 사기인 것처럼 보이는 내용이 포함됩니다. 이러한 콘텐츠를 플래그하면 해당 플랫폼에서는 약관 및 커뮤니티 규범에 따라 해당 콘텐츠를 검토합니다.
3. 법적 구제 조치를 취할 수 있는 경우도 있습니다. 예를 들어 관할 구역 및 관련 법률(예: 사생활 침해 또는 타인의 명예를 훼손하는 거짓 진술)에 따라 법원에 소송을 제기할 수 있습니다.
4. 일부 국가에서는 고지를 받으면 해당 플랫폼에서 특정 유형의 불법 콘텐츠를 삭제하도록 하는 법을 시행합니다(예: 독일의 Network Enforcement Act(네트워크 시행법)).
5. 콘텐츠를 숨기거나 삭제하거나 수정하려다가 의도하지 않게 더 많은 관심을 끄는

경우도 있다는 점을 참고하세요.

파트 3

설명 및 활동 안내

추가적으로 유럽연합('EU')에 거주하는 사람들은 법적으로 흔히 '잊혀질 권리'로 알려진 '삭제 요청권'(Right to Erasure)을 가집니다. 이 권리는 유럽연합 이외의 지역에서 여행하거나 거주하는 경우에도 적용됩니다. GDPR(General Data Protection Regulation, 개인정보보호 규정)에 명시된 이러한 권리에 따라 유럽연합의 사람들은 '데이터 관리자'에게 자신에 대한 특정 유형의 정보를 삭제해달라고 요청할 수 있습니다. '데이터 관리자'는 여러분의 개인 정보의 처리 방식에 대한 결정을 내리는 비즈니스, 사람, 정부 기관 및 기타 기관을 말합니다.

유럽연합의 사람이 자신에 대한 정보를 삭제해달라고 요청할 수 있는 6가지 사유가 있습니다. 각 사유는 다양한 상황을 다루고 있습니다. 예를 들어 한 어린이에 대해 정보가 수집된 경우 나중에 당사자가 해당 정보를 공유하는 데 따르는 위험이 너무 크다고 판단하게 되면 데이터 삭제 요청을 할 수 있습니다. 이것은 매우 일반적인 경우입니다. 25세인 사람이 16세 때 공유한 정보를 삭제하길 원하는 데는 수많은 사유가 있을 수 있죠.

삭제 요청권에는 중대한 제한도 있습니다. 삭제 요청이 거부되는 데에는 5가지 사유가 있습니다. 삭제 요청 사유와 마찬가지로 삭제가 거부되는 사유도 여러 유형의 상황을 포함하여 광범위합니다. 몇 분 후에 삭제 요청이 거부되는 중요한 사유인 언론 자유의 권리에 관해 이야기하겠습니다.

GDPR은 2018년 5월 25일에 발효되었습니다. GDPR 발효 이후 시간이 지남에 따라 유럽연합 사람들이 삭제 요청권을 어떻게 사용하며 회사, 정부 기관과 기타 당사자가 어떻게 대응하는지에 대해 더 많이 알게 될 것입니다.

과제

파트 1

과제

옵션 1(만 13~15세 참가자 대상):

설명 및 활동 안내

이제까지 공개적으로 이용할 수 있는 온라인 정보가 다른 사람에 대한 생각에 영향을 미치는 방식에 대해 논의했습니다. 이제 배운 내용을 적용해봅시다.

앞으로 30분 동안 각자 다음 활동을 진행하세요.

1. 공인(예: 음악 또는 영화/TV 업계, 정치인, 비즈니스 리더)을 선택합니다.
2. 선택한 사람에 대한 공개 정보를 온라인으로 검색하고 그 정보가 선택한 사람에 대한 여러분의 의견에 어떤 영향을 미쳤는지 짧은 단락으로 설명해보세요.
3. 이 사람이 온라인에서 더 나은 모습으로 자신을 표현하거나 다른 사람이 더 나은 인상을 받을 수 있도록 온라인상의 콘텐츠를 달리 설정하거나 아예 보이지 않도록 하는 방법을 제안한다면 어떤 것이 있을까요? 네 가지 방법을 제안해주세요. (예: 공개 여부 변경, 타겟 변경, 콘텐츠의 핵심 요지 변경, 콘텐츠 직접 삭제 또는 삭제 요구 등)

옵션 2(만 16~18세 참가자 대상):

잊혀질 권리가 없는 국가에 살고 있다고 가정해봅시다. 해당 국가에서 잊혀질 권리가 수용되도록 지지하는 데 사용할 수 있는 주장에는 어떤 것이 있나요? 2~3가지를 생각해 보세요. 또한 자신의 입장에 대한 강력한 반론도 2~3가지 생각해 보세요.

참고: 일부 국가에서는 시민에게 언론 자유의 권리 또는 정부의 보복 또는 검열의 위협 없이 생각을 나눌 권리를 부여합니다. 언론 자유의 권리가 있는 국가에서 '삭제 요청권' 또는 '잊혀질 권리'가 어떻게 작용할 것이라고 생각하나요? 유럽연합의 GDPR에는 정보 삭제가 시민들의 '표현과 정보의 자유에 대한 권리를 행사하지 못하도록 하는 경우' '삭제 요청권'이 적용되지 않는다고 명시되어 있습니다. 한 사람은 자신의 개인 정보가 삭제되기를 바라지만 다른 한 사람은 개인 정보 삭제가 자신의 언론 자유의 권리를 침해한다고 주장하는 상황을 생각해볼 수 있나요? 예를 들면, 학생이 선생님에 대해 좋지 않은 정보를 포함한 블로그 게시물을 작성했고, 학생이 그 선생님의 수업을 더 이상 듣지 않으며, 선생님은 그 정보가 더 이상 유의미하지 않다고 생각하여 게시물을 삭제하길 원하지만 학생은 자신의 교육 경험에 대해 공개적으로 발언할 자유가 있다고 주장하는 경우가 있을 수 있습니다.

과제를 30분 안에 완료하도록 합니다.