

‘소셜 미디어 커뮤니케이션 활동 가이드라인’

본 가이드라인은 기업의 커뮤니케이션(마케팅, 고객 관계, PR 등) 목표 달성을 위해 소셜 미디어 커뮤니케이션 활동을 진행하는 모든 조직(기업, 정부 및 대행사)들이 보다 윤리적이고, 공개적인 방향으로 커뮤니케이션 활동을 진행하는 것을 권고하기 위해 마련된 자료입니다. 한국 블로그 산업협회는 대화를 근간으로 하는 소셜 미디어 커뮤니케이션이 투명하고, 개방되고, 윤리적인 방식으로 진행돼야 한다는 믿음을 기반으로 본 가이드라인을 마련했습니다.

본 가이드라인의 목적은 소셜 미디어 연관 산업의 새로운 법칙을 만들어 이를 준수할 것을 강요하는데 있지 않습니다. 본 자료가 제시하는 리스트들은 조직이 소셜 미디어를 활용하여 대내외 커뮤니케이션 활동을 기획하고 전개하는데 있어, 소속 구성원들이 보다 전략적인 마인드를 갖추고 긍정적 변화를 추진하는 교육을 위해 개발된 자료입니다. 따라서 이를 소셜 미디어 프로그램 기획 및 실행시 교육 기반자료로서 활용할 것을 제안하는 바입니다.

가이드라인 주요 내용:

1. 소셜 미디어 기본 개념
2. 개인 정보 공개
3. 개인 블로그 활동
4. 블로거 관계
5. 블로그 마케팅을 위한 보상 및 인센티브
6. 법적 이슈 사항

가이드라인 성격:

- 본 가이드라인은 지속적인 변경 및 수정이 가능한 현재진행형 자료입니다.
- 본 자료는 소셜 미디어 연관 커뮤니티의 참여와 피드백을 통해 지속적으로 업데이트될 예정입니다.
- 본 자료는 원하시는 만큼 얼마든지 변경 및 수정과 배포가 가능하며, 크리에이티브 커먼즈 코리아 저작자표시 3.0(Creative Commons Attribution 3.0 Unported License)에 따라 이용하실 수 있습니다.

가이드라인 활용법:

1. 본 자료는 현재 각 조직마다 보유하고 있는 내부 규정을 지지하며, 조직별로 기존에 보유하고 있던 규정을 대체하고자 하는 것은 아닙니다. 본 가이드라인을 조직 내부적으로 활용할 경우에는 각 조직의 상황 및 필요에 맞게 상세 활용 방안을 수정 및 보완하시기 바랍니다.
2. 조직 내부적으로 블로그를 비롯한 소셜 미디어 관련 교육을 위한 기반 자료로 공유하시기 바랍니다.
3. 귀사의 비즈니스 이해관계자인 외부 대행사, 외주 제작사 및 컨설턴트들과 공유하시기 바랍니다.
4. 관련 가이드라인을 실행 및 적용하면서, 현실과 보다 가깝도록 수정 & 보완이 필요하다고 여겨지는 내용이나 의견은 한국비즈니스 블로그 산업협회와 공유해주시기 바랍니다.

소셜 미디어의 기본 개념

온라인 백과사전인 위키페디아 한국 버전에 따르면, ‘**소셜 미디어(Social media)**’는 사람들의 의견, 생각, 경험, 관점들을 서로 공유하기 위해 사용하는 온라인 도구나 플랫폼을 말하며, 소셜 미디어는 문자, 이미지, 오디오, 비디오 등의 다양한 형태를 취할 수 있습니다. 단어 자체적에서 의미하는 바와 같이, 소셜 미디어는 인터넷 사용자들의 온라인 커뮤니티 혹은 네트워크를 구축하고, 구성원들의 참여와 관심을 독려하는 역할을 수행합니다.

블로그는 소셜 미디어의 유형 중 가장 많이 알려진 커뮤니케이션 채널이지만, 소셜 미디어 자체를 의미하지는 않습니다. 인기 있는 소셜 미디어 형식은 ‘위키’(예: 위키페디아), 게시판, 소셜 북마킹 사이트(예: mar.gar.in 및 del.icio.us 등), 소셜 네트워킹 사이트(예: 싸이월드, 마이스페이스, 페이스북 등), 콘텐츠 공유 사이트(예: flickr 및 youtube 등), 비디오 블로그 등 다양합니다.

소셜 미디어에 대한 인터넷 사용자들의 활용도 증대는 소셜 미디어 플랫폼을 새로운 ‘커뮤니케이션 기회’로 인식한 기업들의 높은 관심을 이끌어내고 있으나, 소셜 미디어의 특성을 제대로 이해하지 못하거나 잘못 활용한 경우 기업에게 소셜 미디어는 ‘기업 명성 위기’를 초래하는 촉매제로서 작용할 수도 있습니다.

커뮤니케이션 환경의 변화로 인해 기존 4 대 매체(신문, TV, 라디오, 잡지)를 통해 형성된 기업 이미지를 우호적으로 유지하는 것이 점차적으로 힘들어지고 있기 때문에, 조직은 이제 소셜 미디어를 통한 타겟 오디언스들과의 커뮤니케이션 활동들을 병행해야 합니다. 한국 블로그 산업협회 회원사는 대화 중심의 커뮤니케이션 활동을 전개하는데 있어 소셜 미디어를 활용할 경우 보다 신중하게 진행할 필요가 있습니다.

개인 정보 공개

◆ 자기 정체성에 대한 명시: 조직 구성원들과 대행사들이 기업의 공식적인 대표자로서 블로거 관계 구축시 혹은 자신의 블로그에서 개인 정보를 명시하는데 필요한 가이드라인입니다. 현재 근무하고 있는 조직과 연관된 블로그 주제 혹은 기업을 대표하여 블로그를 운영하거나 블로거들과 커뮤니케이션할 때, 다음의 내용을 준수합니다.

1. 내가 누구인지, 현재 누구를 위해 일하고 있는지 공개합니다.
2. 만약 제 3 자를 대신하여 커뮤니케이션을 하고 있다면, 관련 비즈니스 관계를 공개합니다.
3. 신상 정보 공개와 연관된 모든 법규와 규정을 준수합니다.
4. 우리는 자사 임직원, 대행사 등 주요 비즈니스 이해관계자들에게 본 가이드라인의 체크리스트를 준수하고자 노력하고 있다는 점과, 문제 발생시 빠른 시간 내에 조정하도록 노력할 것이라는 점을 공유할 것입니다.
5. 우리는 마케팅 및 PR 목표를 달성하기 위해 온라인상에서 익명을 기반으로 커뮤니케이션 활동을 전개하지 않을 것입니다. 직원 사생활, 정보 보안 등 특정 이유로 필명을 사용하게 되더라도 마케팅 및 PR 목표 달성을 위해 익명으로 활동하는 것은 자제할 것입니다.
6. 기업 및 대행사에 의해 운영되는 블로그가 있다면, 해당 블로그의 운영 주체와 운영 정책에 대한 정보를 블로그를 통해 명시합니다.

개인 블로그 활동

◆ **직원들의 블로깅 활동:** 직원들이 개인 블로그를 비롯한 소셜 미디어를 활용하여 비즈니스와 연관된 커뮤니케이션 활동을 진행시 필요한 가이드라인이며, 각 조직의 사내 정보 보안 정책을 보완하는데 활용할 수 있습니다. 직원들이 개인 블로그(싸이월드 미니홈피) 등 소셜 미디어를 활용하여 온라인 대화 커뮤니케이션을 진행할 경우 하단 내용을 준수할 것을 제안할 수 있습니다.

1. 개인 블로그, 미니홈피 등 게시물과 코멘트에 고용인에 대한 개인적인 내용을 언급한다면, 조직 구성원으로서 자신의 비즈니스 관계를 간단하게 공유합니다.
2. 자신이 근무하는 조직과 연관된 게시물을 업로드하거나 관련 주제로 블로거와 커뮤니케이션 할 경우, 일반 독자들이 명확하게 파악할 수 있도록 근무하는 조직을 공개합니다.
 - 예: 공개 방법들은 다음을 포함합니다: 조직명을 자신의 경력을 소개하는 페이지에 명시하거나, 해당 게시물에 “나는 000 에서 일하고 있으며, 이곳에 전개하는 내용은 어디까지나 저의 개인적인 의견입니다” 등의 문장을 포함 할 수 있습니다.
3. 조직 구성원들은 자사 관련 글을 포스팅 할 경우, 어떤 부분이 자신의 의견이며 어떤 부분이 해당 조직에서 공식적으로 발표한 부분인지를 구분해야 합니다.
4. 소속 조직의 비즈니스와 관련되지 않은 주제를 포스팅하는 경우, 소속 조직과의 고용 관계를 특별히 공개할 필요는 없습니다.
5. 조직 구성원들은 개인 블로그 등 소셜미디어에서 익명으로 고용자와 관련된 내용을 논하지 말아야 합니다. 고용자와 관련된 주제들이 언급된다면, 그들은 본인과 조직과의 연관관계에 대해 반드시 명시해 주어야 합니다.

블로거 관계

◆ 블로거 관계: 소속 구성원이 해당 조직을 대표하여 자사 비즈니스와 연관된 외부 블로거들과 대화 및 커뮤니케이션을 진행할 때에는 하단 내용을 준수할 것을 제안합니다.

1. 본인이 누구인지, 누구를 위해 일하고 있는지, 무엇을 위해 블로거들과 대화를 원하는지 투명하게 밝힙니다.
2. 고객 등 제 3자를 가장해 블로그스피어에서 활동하거나 가짜 블로그를 운영하는 등 투명하지 않은 커뮤니케이션 활동을 진행하지 않을 것이며, 항상 진실된 자세를 유지할 것입니다.
3. 블로거들에게 그들이 신뢰하지 않는 사항에 대해 거짓 추천을 쓰도록 요구하지 않겠습니다.
4. 개인 및 자사의 프로모션 마케팅 목적을 달성하기 위해 주제와 관련 없는 코멘트를 하는 의견은 활용하지 않을 것입니다.
5. 개인 블로그에 의해 만들어진 세부적인 운영 정책, 조건 및 커뮤니티 운영 가이드라인을 위반하는 행위를 취하지 않을 것입니다.
6. 댓글을 포스팅하거나 정보를 전파하기 위한 자동화된 시스템을 사용하지 않을 것입니다.
7. 어린이, 청소년, 장애인, 노인 등 소수 그룹들과 블로그에서 커뮤니케이션할 때는 특별한 관심과 주의를 기울이겠습니다.
8. 개인 정보 공개에 관한 모든 법규과 규칙들을 준수할 것입니다.
9. 조직 구성원들과 외부 대행사들에게 준수해야 하는 규칙에 대해 분명하게 공유할 것입니다.

블로그 마케팅을 위한 보상

◆ **보상 및 장려책** : 블로거들을 대상으로 제품 및 서비스 리뷰 마케팅 프로그램을 진행하며 제품 및 샘플 제공, 현금 지급 등의 형태로 그들의 시간 투자에 대한 보상을 제공하는 경우, 다음의 사항들을 분명하게 밝히고자 합니다.

1. 개인 블로거들에게 제품 및 서비스 리뷰 등 콘텐츠 생산에 대한 보상 프로그램을 제공할 경우, 그들이 판단할 수 있는 가이드라인을 제공할 것입니다.
2. 블로거 관계 구축이 필요할 경우, 블로거들에게 우리 조직이 보유하고 있는 가이드라인을 사전에 명확히 이야기해주고 그들의 이해를 구합니다.
3. 만약 우리가 전달한 제품에 대해 블로거들이 글을 작성한다면, 우리는 적극적으로 블로거들에게 제품 소스를 누가 제공했는지에 대해 공개할 것을 요청할 것입니다.
4. 단순한 제품 리뷰가 아닌, 포스트 및 리뷰에 대한 대가로 현금을 지급한 경우라면, 반드시 관련 포스트는 스폰서를 통해 생산된 콘텐츠라는 것을 포스트 내용에 분명히 명시해야 합니다.
5. 블로거들에게 리뷰를 위해 제품을 보냈다고 하더라도, 해당 전체 블로거들이 자신들의 블로그에 의견을 게재할 의무가 없으며, 해당 블로거들은 제품에 대해 긍정, 부정 및 중립적 의견을 자유롭게 작성할 수 있는 표현의 자유를 가지고 있음을 이해하고 있습니다.



주소: 서울시 서초구 서초동 1337-9 에이스투빌딩 4 층, 전화 02-522-0514, 팩스 02-523-0590, 이메일: kbba@bbakorea.org

법적 이슈 사항

◆ 필요시 관련 콘텐츠 개발 필요