

셰어런팅(Sharenting)과 디지털 시대 아동의 권리 보호

박아란 고려대학교 미디어학부 교수

부모로서 자녀의 성장하는 모습을 기록으로 남겨두고 싶은 것은 자연스러운 일이다. 탄생, 생일, 입학과 졸업 등 자녀의 인생에서 중요한 순간을 사진과 영상을 통해 기록으로 남겨두고 싶은 마음은 아날로그 시대의 부모들도 마찬가지였다. 특히 돌잔치에서 옷을 입지 않은 아이를 담요 위에 앉혀두고 찍었던 모습은 과거 앨범에서 종종 볼 수 있었던 사진이다. 아이가 성장하여 이런 사진을 가족, 친구들과 함께 볼 때는 민망하겠지만 그러한 민망함은 순간이었다. 앨범을 다시 덮어 서랍장 어디엔가 넣어두면 그대로 잊히기 때문이다.

하지만 디지털 공간에서 이러한 사진은 영원히 박제된다. 자녀의 사랑스러운 모습뿐만 아니라 아이가 울거나 화내거나 당혹스러운 모습은 온라인 공간에 영원히 저장되고 유포되며 때로는 더욱 불쾌한 모습으로 합성될 수도 있다. 이러한 현상은 공유(share)와 부모(parent)의 합성어인 셰어런팅(sharenting)으로 불리는데, 자녀의 일상 사진이나 영상을 소셜 미디어에 올리는 행위를 뜻한다. 셰어런팅이 디지털 시대의 새로운 현상은 아니지만 소셜 미디어의 발달과 함께 아동의 프라이버시와 권리 보호 측면에서 그 문제점이 커지고 있다. 특히 코로나19 팬데믹을 거치면서 온라인에서 이용자 커뮤니케이션이 더욱 활발해지고 셰어런팅의 문제점이 악화되었다는 해외 연구도 있다.¹⁾

틱톡(TikTok), 유튜브(YouTube) 숏츠(Shorts)와 같은 짧은 동영상도 유행하면서 이른바

1) L. Lin Ong et al. (2022). Sharenting in an evolving digital world: Increasing online connection and consumer vulnerability. (The Journal of Consumer Affairs), 56, pp.1106-1126.

‘맘플루언서(mom과 influencer의 합성어)’라고 불리는 부모들은 온라인 조회수를 얻기 위해 자극적인 영상을 올리기도 했다. 실제로 아이가 겁에 질려 울거나 떨고 있는 모습, 아이가 흡연하거나 음주하고 괴로워하는 모습의 영상이 온라인에 업로드 되면서 시민들의 공분을 사기도 했다. 소셜 미디어상의 자극적 영상은 조회수를 높여 수익을 얻고자 하는 부모들의 욕심에서 비롯된 경우가 많았다. 최근에는 미국의 유명 유튜버가 아동학대 혐의로 체포되어 충격을 주었다. 미국 유타주에 사는 루비 프랭크(Ruby Franke)는 평소 6명의 자녀의 일상을 기록하는 유튜브 채널 ‘8 패시저스(8 passengers)’로 인기를 끌었으나 지속적으로 자녀를 학대한 혐의로 2023년 8월 31일 체포됐다. 이러한 부모들의 행태에 제동을 걸기 위해 2023년 8월 미국 일리노이주에서는 부모나 보호자가 자녀를 소셜 미디어에 등장시켜 얻은 수익 중 일정 비율을 신탁·예치하도록 하는 법안이 의결되었다.

의도적이든 아니든 자녀의 모습을 온라인 공간에 올리는 부모의 행동에 전 세계적으로 제동이 걸리고 있다. 아동의 권리 보호 차원에서 위법한 셰어런팅을 규제하기 위해 각국에서 법률적 개정과 제도적 보완이 이루어지는 것이다. 부모 입장에서는 자녀의 모습을 공유하는 것이 자신의 표현의 자유를 행사하는 것이기에 이러한 제재가 당혹스러울 수도 있다. 그러나 디지털 공간의 특성을 고려할 때 아동과 청소년의 영상과 이미지에 대해서는 적절한 정도의 제약이 요구되는 상황이며, 부모와 자녀 모두 온라인 공간의 위험성에 대해서도 진지하게 인식할 필요가 있다.

셰어런팅의 위험과 아동의 권리

디지털 시대의 아동은 영유아기 때부터 스마트폰, 태블릿 등 다양한 디지털 기기를 활용하게 된다. 식당이나 공원에서 부모들이 어린이에게 디지털 기기로 영상을 시청하게 하면서 식사하거나 휴식을 취하는 모습을 흔히 볼 수 있다. 이른 시기의 디지털 기기 활용에 대한 부정적 효과에 대한 우려가 크지만 이러한 이용추세는 거스를 수 없는 흐름으로 보인다. 2020년 한국언론진흥재단의 <어린이 미디어 이용 조사> 보고서에 따르면, 한국의 만 3~9세 어린이 미디어 이용자 중에서 약 60%는 대체로 만 2세 미만에 텔레비전을 접하고, 약 30%는 만 2세 미만에 스마트폰을 접한다. 세계보건기구(WHO)는 만 2세 미만 어린이는 전자기기에 노출되지 않도록 권고하며 만 2~4세 어린이는 하루 1시간 이상 전자기기 화면을 보지 않도록 권고한다. 그러나 한국 어린이의 평균 미디어 이용시간은 세계보건기구의 권고를 훨씬 넘어선 약 4시간 45분에 달했다. 어린이의 82.8%는 스마트폰을, 79.7%는 스마트 TV를, 62.6%는 태블릿 PC를 이용하는 것으로 나타났다. 또한 응답자 기준으로 어린이들의 지난 일주일간 하루 평균 유튜브 이용시간은 86.1분에 달했는데, 만화/애니메이션뿐만 아니라 장난감 등 상품

소개, 게임, 교육, 음악/댄스, 먹방, 팻방 등 다양한 콘텐츠를 시청하고 있는 것으로 드러났다.

그러나 아동은 아직 자신의 디지털 활동의 위험성에 대해 명확하게 인지하기는 어렵기 때문에 법과 제도적으로 디지털 공간에서 아동을 보호하기 위한 적극적 조치가 필요하다. 아동의 개인정보는 본인 스스로가 노출하는 경우도 있지만 셰어런팅 등의 행위로 인해 부모에 의해 노출되는 경우도 많다. 해외 보고서에 따르면, 자녀가 13세가 되기 전까지 부모는 평균적으로 1,300여 장의 자녀 사진과 동영상을 소셜 미디어에 노출하며, 아동은 18세가 될 때까지 자신과 관련된 콘텐츠 7,000건을 소셜 미디어에 포스팅한다.²⁾ 부모의 셰어런팅은 아동의 프라이버시를 침해하는 한편, 아동에 대한 정보를 과다하게 노출시켜 안전에 위협을 초래하기도 한다. 또한 아동이 성인이 되었을 때 어릴 적 모습으로 인해 평판이나 인간관계에 부정적 영향을 입을 수도 있다. 부모에 의해 촬영된 모습으로 인해 사이버 불링(cyber bullying)이나 괴롭힘을 당할 위험도 있으며, 한번 유출된 어릴 적 이미지를 디지털 공간에서 완전하게 삭제하기란 매우 어렵기 때문에 원하지 않는 어린 시절의 디지털 족적(digital footprint)으로 영구히 남을 가능성도 있다.

특히 셰어런팅을 통해 온라인에서 수익을 창출하는 행동에 대해 법률적 제동이 강화되고 있다. 앞서 언급하였듯이 미국 일리노이주에서는 아동을 소셜 미디어에 등장시켜 벌어들인 수익 중 일정 부분을 신탁·예치하도록 규정하는 법안(SB1782)이 만장일치로 통과되었다. 이 법이 만들어진 계기는 어느 엄마가 아들에게 “강아지가 병에 걸렸어. 우는 표정을 지어봐”라고 울음을 재촉하자 아이가 흐느끼는 모습이 담긴 유튜브 동영상 때문이었다. 이 동영상을 접하고 충격을 받은 15세 고교생 쉐리야 날라모투(Shreya Nallamouthu)가 셰어런팅 수익을 제한하는 입법을 제안했다. 쉐리야는 코로나19 팬데믹 기간 동안 부모들이 온라인 가족계정에서 아동을 확대하거나 괴롭히는 영상이 증가했다면서 이러한 행태에 제동이 걸릴 필요성을 강력하게 주장했다. 방송 인터뷰에서 쉐리야는 “가정의 수입원을 소셜 미디어에 전적으로 의존하게 될 때 자녀들을 동영상의 소재로 활용하고 특정 행동을 강요하게 된다”고 강조했다.³⁾ 일리노이 상원의원 데이빗 코엘러(David Koehler)는 이러한 새로운 형태의 아동학대와 괴롭힘에 입법 공백이 있음을 발견하고 신속하게 법안을 발의했다. 2023년 8월 통과된 이 법안은 2024년 7월 1일부터 효력이 발생하게 된다.

이 법에 따르면 일리노이주에 거주하는 부모는 16세 이하 자녀가 30일 동안 콘텐츠의 30% 이상 등장했다면 이로 인해 벌어들인 수익의 50%를 신탁금으로 예치해야 한다. 가령, 영상

2) Children's Commissioner (2018). Who knows what about me?: A children's Commissioner report into the collection and sharing of children's data. Nov. URL: <https://assets.childrenscommissioner.gov.uk/wpuploads/2018/11/cco-who-knows-what-about-me.pdf>

3) Bomke, N. (2023, 5, 15). Illinois girl's discovery leads to new legislation protecting children in social media video. (FOX 32 CHICAGO) URL: <https://www.fox32chicago.com/news/illinois-may-soon-allow-young-social-media-influencers-to-monetize-their-content>

에 자녀의 분량이 50%를 차지한다면 수익의 25%를 예치해야 하며, 자녀의 분량이 100%라면 수익의 50%를 예치해야 한다. 예치기준을 위배할 경우 부모는 손해배상청구소송의 대상이 된다. 그러나 이 법은 정부의 강제조치를 규정하지는 않았기 때문에 정부가 해당 가정에 대해 법적 조치를 취할 수는 없다. 일리노이 법안의 초기 버전에는 미성년자였을 때 촬영된 모습을 본인이 지워달라고 청구할 수 있는 ‘잊힐 권리’를 구체화한 법조항이 있었으나 법안 논의과정에서 삭제된 것으로 보인다.

이번에 통과된 「일리노이법」은 캘리포니아의 「쿠건법」(Coogan Act)을 바탕으로 하였다. 이 법은 찰리 채플린의 영화 ‘키드(The Kid)’에 6살의 나이로 출연했던 재키 쿠건(Jackie Coogan)의 이름을 딴 것이다. 성인이 된 쿠건은 자신이 아역배우로 활동하여 벌어들인 400만 달러를 부모가 다 써버렸다고 부모를 상대로 소송을 제기했다. 이 사건을 계기로 1936년 제정된 「쿠건법」은 미성년자인 연예인들이 벌어들인 수익의 15%를 신탁 계좌(일명 쿠건 계좌)로 입금하여 관리했다가 성인이 되면 돌려주는 내용을 담고 있다. 그러나 「쿠건법」과 「공정노동기준법」 등 아동의 근로조건과 관련된 기존의 법률은 인터넷에서 활동하는 아동의 수익 보호에는 적용되지 않았다. 따라서 「일리노이법」은 미국에서 온라인 활동으로 인한 아동의 수익을 보호하는 첫 번째 법이라는 점에서 의의가 크다. 이후 워싱턴, 메릴랜드 등 다른 주에서도 유사한 입법을 추진 중이라고 한다.

2020년 프랑스에서는 16세 이하의 어린이 인플루언서(influencer)를 보호하기 위한 법안이 통과되었다. 2021년 4월 20일부터 효력이 발생한 이 법에 따르면, 아동 인플루언서들도 아동 모델이나 아동 배우처럼 프랑스 노동법에 의해 보호를 받게 된다. 또한 아동 인플루언서들은 성인이 될 때까지 자신이 벌어들인 수입 중 일정 금액이 특정 계좌에 예치되어야 하며, 동영상 플랫폼은 미성년자들이 부모 동의 없이도 자신의 모습을 삭제해달라고 요청할 때 이를 따라야 한다.⁴⁾

인터넷 공간에서 아동의 개인정보 보호하기

셰어런팅을 통해 벌어들인 수익을 아동에게 환원시키는 법적 장치도 중요하지만 근본적으로 아동의 디지털 개인정보를 보호하는 장치가 필요하다. 유럽연합(EU)의 개인정보보호규정(GDPR: General Data Protection Regulation)은 아동과 청소년도 데이터 보호가 요구되는 집단이라는 것을 천명하고, 아동과 청소년의 개인정보 수집 때 부모 동의가 필요함을 유

4) Boring, N. (2020. 10. 30). France: Parliament adopts law to protect child "influencers" on social media. (Library of Congress). URL: <https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2020-10-30/france-parliament-adopts-law-to-protect-child-influencers-on-social-media/#:~:text=Under%20this%20new%20legislation%2C%20which,child%20models%20or%20child%20actors.>



럽연합 최초로 의무화한 법이다. ‘GDPR’은 2018년 5월 25일부터 시행되고 있는 개인정보보호법령으로서 모든 유럽연합 회원국에게 직접적으로 적용된다. 아동의 개인정보 보호를 위해 직접 적용되는 규정은 제8조이다. 동조 제1항은 ‘아동에게 직접 이루어지는 정보사회서비스 제공과 관련하여 아동의 개인정보 처리는 해당 아동이 최소 16세 이상인 경우에 적법하다고 규정하였다. 또한 아동이 16세 미만인 경우 그러한 처리는 해당 아동의 친권을 보유한 자가 동의를 제공하거나 승인한 경우에만 적법하다고 규정하고 있다. 제2항에 따르면 아동 개인정보를 다루는 컨트롤러(controller)는 가용할 수 있는 기술 수준을 고려하여 해당 아동의 친권을 보유한 자가 동의를 제공하거나 승인하였는지를 증명하기 위한 합리적인 노력을 기울여야 한다.

‘GDPR’은 2014년 유럽사법재판소가 결정한 ‘잊힐 권리(right to be forgotten)’ 개념을 도입하여 제17조에 삭제권(right to erasure)도 규정했다. 삭제권이 보장되는 경우는 다음과 같다. ① 개인정보가 원래의 수집, 처리 목적에 더 이상 필요하지 않은 경우, ② 정보주체가 동의를 철회한 경우(단, 해당처리에 대한 법적인 사유가 없는 경우), ③ 정보주체가 처리에 반대하는 경우로서 처리의 계속을 위한 더 중요한 사유가 없는 경우, ④ 개인정보가 불법적으로 처리된 경우, ⑤ 법적 의무 준수를 위하여 삭제가 필요한 경우, ⑥ 아동에게 제공할 정보사회서비스와 관련하여 개인정보를 처리한 경우이다. 이처럼 ‘GDPR’은 미성년자 관련 데이터 수집에 부모 동의를 요구하여 미성년자를 보호하고자 입법적으로 시도했다는 점에서는 의의가

있으나 실효성 측면에서 부족하다는 지적도 있다. 보다 근본적인 문제 해결을 위해 온라인 설계를 바탕으로 하는 프라이버시 보호 체계를 구축했어야 했다는 비판적 의견도 제시되고 있다.⁵⁾

EU의 「디지털서비스법」(Digital Service Act)은 아동을 타깃으로 하는 디지털 광고도 단속하고 있다. 2023년 8월 25일부터 시행되고 있는 「디지털서비스법」은 유럽 내에서 월간 활성사용자 수가 4,500만 명 이상인 대형 온라인 플랫폼에 적용되는데, 구글(Google), 메타(META), 아마존(Amazon), 알리익스프레스(AliExpress) 등 19개 글로벌 IT기업들이 이에 해당한다. 유럽의 디지털 플랫폼 이용자들이 해당법이 적용되는 플랫폼에 로그인할 경우 달라지는 사항은 크게 5가지로 나뉘볼 수 있다.⁶⁾ 첫째, AI 추천 콘텐츠 시스템을 끌 수 있다. 이용자들은 프로필 정보를 기반으로 자동화된 개인 추천시스템을 끌 수 있으며, 자신이 팔로우하는 사람들 또는 친구들의 콘텐츠가 최신순으로 보이도록 선택할 수 있다. 둘째, 유해 콘텐츠 신고가 쉬워진다. 이용자들은 법이나 플랫폼 정책에 위반되는 게시물이나 동영상, 댓글을 더욱 쉽게 신고할 수 있으며 필요한 경우 이를 삭제할 수도 있다. 틱톡은 추가적인 신고 옵션을 제공하기 시작했는데 이용자들이 광고를 포함하여 불법적이라고 생각되는 콘텐츠를 발견한다면 ‘혐오표현’, ‘괴롭힘’, ‘자살과 자해’, ‘오정보’, ‘사기’ 등의 카테고리를 선택할 수 있도록 하였다. 바이트댄스(ByteDance)도 법률전문가 등으로 구성된 새로운 팀을 발족시켰는데 자동화된 시스템뿐만 아니라 이용자들이 신고한 영상을 검토하도록 하였다. 셋째, 이용자들은 자신의 게시물이 삭제된 사유를 파악할 수 있다. 이는 보다 높은 투명성을 제공하기 위한 조치로서 구글은 투명성보고서에 콘텐츠 중개에 대한 보다 상세한 내용을 담을 계획이다. 틱톡은 게시물에 대한 조치가 자동화된 기술에 의해 내려졌는지 여부 및 조치에 대해 반대할 경우 어떤 절차를 거칠 수 있는지 공개할 예정이다. 넷째, 위조품과 불법제품에 대한 신고가 용이해진다. 아마존은 불법제품에 대해 신고할 수 있는 새로운 채널을 개설할 예정이다. 다섯째, 아동과 청소년에 대한 타겟 광고가 규제된다. 이에 따라 스냅챗(Snapchat)은 18세 이하 이용자들을 대상으로 하는 개인화된 광고를 금지하고 있으며, 틱톡은 13~17세 유럽 이용자들의 활동에 기반한 맞춤형 광고를 제한하고 있다. 메타도 13~17세 페이스북(Facebook), 인스타그램(Instagram) 이용자들에게 팔로잉 등의 활동에 기반한 광고를 활용하는 것을 금지했다. 따라서 10대를 대상으로 하는 광고에서 광고주가 활용할 수 있는 것은 연령과 지리적 위치뿐이다.

2023년 3월 프랑스에서는 부모가 아동의 초상 등을 함부로 공개하는 것을 제한하는 법이

5) Van der Hof, S. & Liebens E. (2018). The importance of privacy by designs and data protection impact assessments in strengthening protection of children's personal data under the GDPR. (Communications Law), 23(1), pp.33-43.

6) Chan, K. (2023, 8, 25). Europe is cracking down on Big Tech: This is what will change when you sign on. (AP). URL: <https://apnews.com/article/big-tech-crackdown-europe-digital-services-act-01a3146efd38b8838389919560c0ee5a>

하원에서 통과되었다. 이 법은 부모가 자녀들의 사진을 공개하는 것을 막을 수 있는 권한을 법원에 부여한다. 부모는 공동으로 자녀의 초상권 공개에 대한 책임이 있으며, 한 쪽 부모가 동의하지 않는다면 법원은 공개를 금할 수 있다. 부모는 자녀의 초상 공개가 중대하게 자녀의 품위와 존엄에 영향을 미칠 경우에는 자녀에 대한 관리감독권을 상실할 수도 있다.

미국에서는 아동의 개인정보를 보호하기 위해 1998년 「아동 온라인 개인정보보호법」(Children's Online Privacy Protection Act: COPPA)을 제정하여 2000년부터 시행하고 있다. 이 법은 아동을 대상으로 하는 웹사이트나 온라인 서비스를 적용대상으로 삼지만 일반 대중을 대상으로 하는 웹사이트나 온라인 서비스라 하더라도 아동의 개인정보를 수집하는 실질적 근거가 있는 경우에는 해당 법률의 적용대상으로 삼는다. 아동을 대상으로 하는지 여부에 대해서는 웹사이트나 온라인서비스 주제의 관련성, 시청각적 내용, 움직이는 캐릭터나 아동 지향적 활동, 모델의 연령, 아동에게 인기 있는 유명인의 등장, 아동에게 직접 노출되는 광고 유무 등을 판단기준으로 삼는다. 이 법은 아동의 개인정보 수집, 이용, 공개에 대해 부모와 같은 법정대리인에게 사전고지를 하여 사전동의를 받도록 규정하고 있다. 특히 운영자는 전화, 영상통화, 신분증 확인, 이메일, 온라인 지불시스템 등의 방법을 통해 법정대리인의 명백한 동의를 받아야 한다.

한국에서의 아동·청소년 디지털 권리 보호

과학기술정보통신부는 디지털 혁신이 빨라지는 사회 환경에 적응하기 위해 ‘디지털 권리장전’을 준비 중이라고 2023년 5월 발표했다. 디지털 권리장전은 법적 강제성을 띠는 것은 아니지만 정부의 공식원칙으로 명문화되어 관련 법률과 시행령 정비를 이끌어낼 전망이다. 이러한 권리장전에는 아동과 청소년에 대한 특별한 보호에 관한 내용 및 잊힐 권리, 디지털 감시와 위치추적으로부터 보호받을 수 있는 디지털 프라이버시권 등이 담길 것이라고 한다.

아동과 청소년의 잊힐 권리를 구체화시키기 위한 시범사업도 시작되었다. 2023년 4월부터 개인정보보호위원회는 만 24세 이하 국민이 만 18세 미만 아동·청소년 시기에 온라인에 올린 게시물을 삭제하고 싶을 때 이를 삭제 또는 접근 배제할 수 있도록 지원하는 ‘아동·청소년 디지털 잊힐 권리 시범사업’ 서비스를 시행하고 있다. 이른바 ‘디지털 지우개’로 불리는 해당 서비스를 통해서서는 본인이 작성한 게시물만 삭제할 수 있다. 아동·청소년 잊힐 권리 시범사업이 시행된 두 달 동안 신청된 3,488건을 분석한 결과, 게시물 삭제를 가장 많이 요청한 연령은 15세로 나타났다. 또한 삭제요청이 가장 많은 사이트는 유튜브 931건(26.7%)이었으며 그 다음으로 페이스북 632건(18.1%), 네이버 593건(17.0%), 틱톡 515건(14.8%), 인스타그램 472건(13.5%)의 순이었다. 접수된 사례에는 과거에 작성한 글을 삭제하지 않은 채 사이트를

탈퇴하여 게시물 삭제를 할 수 없는 경우, 어린 시절 만든 계정을 분실한 경우 등이 포함되어 있었다.

국내에서도 아동과 청소년이 등장하는 콘텐츠로 벌어들이는 수익을 인출할 수 없도록 규정한 「대중문화예술산업발전법 개정안」(의안번호 2109966)이 2021년 발의된 바 있다. 이 법안은 제안이유에서 '실제 부모와 함께 유튜브 영상을 촬영하는 것이 아동과 청소년 입장에서 노동과 놀이의 경계가 불분명하고, 촬영에 대한 아동과 청소년의 동의 여부를 알 수 없으며, 이로 인해 벌어들이는 수익에 대한 보호가 이루어지지 않고 있다'고 지적했다. 이에 동영상 공유 플랫폼에서 수익 창출을 목적으로 청소년 대중문화예술인이 등장하는 동영상을 촬영하는 부모, 친권자, 후견인 등을 포함한 모든 이는 문화체육관광부 장관에게 신고하도록 하고, 만 15세 미만 청소년의 경우 출연료, 광고료 등 수익을 만 16세가 될 때까지 인출할 수 없도록 규정했다. 광고주나 대중문화예술제작업자 등은 만 15세 미만 청소년의 출연료, 광고료 등을 인출 금지된 계정으로 입금하도록 규정했다. 그러나 아동, 청소년을 촬영할 당시에는 수익 창출의 목적이 없었으나 추후 수익이 창출된 경우에는 법적용이 불분명하며, 수익 창출 목적의 동영상이라도 이를 문체부 장관 신고사항으로 규정하는 것은 과도한 제한으로 해석될 여지가 있다. 아동의 디지털 권리를 보호하기 위한 입법취지는 인정되나 보다 정교하게 개선안이 마련되어야 할 것이다.

디지털 시대에 더욱 커진 아동 보호 필요성

디지털 환경에서 아동의 삶은 아날로그 시대보다 훨씬 더 다양한 모습으로 다양한 수단을 통해 재현된다. 이 과정에서 아동의 초상과 성명, 기타 개인정보가 노출되고 수집 및 처리되는 것은 필연적이다. 아동은 부모에게 부속된 존재가 아닌 독립적 주체로서 그 권리가 보장되고 적절한 보호를 받아야 한다. 따라서 아동의 디지털 개인정보를 보호하기 위한 합리적인 법률적 장치가 필요하고, 이러한 측면에서 아동의 잊힐 권리를 적절하게 구현하기 위한 논의가 지속되어야 할 것이다. 또한 디지털 플랫폼은 아동을 보호하기 위한 기술적 수단과 절차를 마련하여 개인정보의 수집 및 활용을 보다 투명하게 해야 한다. 