

کودکانی که بلاگر به دنیا می‌آیند!

انتشار تصاویر کودکان در فضای مجازی طی سالیان گذشته با افزایش چشمگیری مواجه بوده است؛



انتشار تصاویر کودکان در فضای مجازی طی سالیان گذشته با افزایش چشمگیری مواجه بوده است؛ والدینی که ترجیح می‌دهند به جای آن که آلبومی از عکس‌های کودکان تهیه کنند، این تصاویر را در پلتفرم‌های مختلف منتشر کنند. روندی که به مرور برای برخی به محلی برای کسب درآمد تبدیل شد و حتی برخی را بر آن داشت تا اصلاً برای این نوع کسب درآمد، فرزندآوری کنند!

به گزارش ایسنا، تا اوایل دهه ۹۰ که هنوز خبری از اینستاگرام و... نبود، تصاویر کودکانی که کار خاصی می‌کردند یا شیرین زبان بودند، به واسطه بلوتوث دست به دست می‌شد و با احتمال کمتری نسبت به آنچه که این روزها شاهد آن هستیم وایرال می‌شد. در این شرایط نیز دو اتفاق محتمل بود؛ اول اینکه جذابیت ویدیو به حدی باشد که پای کودک را به پروژه‌های سینمایی و تلویزیونی باز کند و دوم اینکه مشابه گسترش ویدیو «شیب و بام» سبب ترک تحصیل کودک شود چرا که در گروه همسالان خود مورد تمسخر قرار می‌گرفت. هر چند این فرد هم پس از چند سال، به واسطه حضور در برنامه سال تحویل احسان علیخانی توانست قول یک نقش در سریال پایتخت ۴ را از محسن تنابنده بگیرد و تا حدی معروف شود، اما آیا سال‌های از دست رفته عمر او در موضوع ترک تحصیل اش، صرفاً با بازی در یک نقش کوتاه جبران شد؟

تقریباً از سال ۱۳۹۲ که استفاده از اینستاگرام قوت گرفت، این بستر برای افراد فراهم شد تا بدون اینکه لازم باشد هزینه خاصی کنند، از این تریبون استفاده کرده و معروف شوند. بعدتر که مشخص شد این روند کسب شهرت می‌تواند سبب درآمدزایی شود، اصطلاحاً دست هم زیاد شد. برخی به واسطه ذوق و قریحه و کار جدیدی که انجام می‌دادند معروف شدند ولی برخی دیگر که حتی چنین بضاعتی نداشتند، یک فرمول جدید برای معروف شدن پیدا کردند؛ کودک و شیرین کاری هایش!

درآمدزایی کودک بلاگرها

والدینی که خود هنری برای جذب دنبال کننده نداشتند به کودکان متوسل شدند؛ روندی که شاید در ابتدا برای تنوع محتوای صفحه مجازی شان بود، اما رفته رفته و با استقبال دنبال کنندگان، دست به دست شدن کلیپ‌های کودک و رواج اصطلاحات او تبدیل به محتوای اصلی صفحه برای درآمدزایی شد و اصطلاح «کودکان کار مجازی» را شکل داد؛ کودکانی که شاید در نگاه اول این سوء استفاده ابزاری از آنها چندان به چشم نیاید اما باعث شکلگیری صفحاتی موسوم به «کودک بلاگرها» شد. صفحات کودک بلاگرها طیف گسترده shy&؛ ای از انواع برندها در پنج دسته محصولات آرایشی، مواد غذایی، لوازم منزل، لباس کودک و مزون shy&؛ ها و آئلبه کودکان را تبلیغ می‌shy&؛ کنند. مواردی که به جز دو مورد لباس و آئلبه کودکان، بی ارتباط به کودک بوده و او باید برای تولید محتوای مرتبط با موارد ذکر شده، تحت فشار خانواده یا تولیدکننده محتوا قرار گیرد.

اختلال در رشد کودک به بهانه پذیرش تبلیغات

در این شرایط کودک به فراخور برخی ویژگی‌های انتسابی مانند ظاهر، ارزش گذاری شده و با او مشابه کالا برخورد می‌شود. روندی که به مرور و با شکلگیری قوه تعقل در او می‌تواند آسیب‌های جدی روانی برایش به دنبال داشته باشد. از سوی دیگر این کالانگاری در مواردی نیز باعث می‌شود تا برخی والدین برای نگه داشتن کودک در شرایط ایده آل پذیرش تبلیغات، با ورزش‌های سنگین و خوراندن هورمون‌هایی باعث ایجاد اختلال در رشد کودک شوند تا پیشنهادهای تبلیغاتی را از دست ندهند. این برخورد غیرانسانی با کودک زمانی به اوج خود می‌رسد که او با ورود به دوره بلوغ، جذابیت‌های کودکانه اش را از دست داده و در یکی از مراحل مهم زندگی اش که گذار از کودکی به نوجوانی است علاوه بر اینکه باید با بحران هویتی دست و پنجه نرم کند، با پس زده شدن از سوی آژانس‌های تبلیغاتی و حتی کاربرانی که تا مدتی قبل تمام پست‌ها و استوری‌های او را با ذوق دنبال می‌کردند، مدام به این فکر کند که دیگر برای کسی ارزشی ندارد.

سوءاستفاده سایر افراد از تصاویر کودک

البته کاری که والدین با دو هدف کسب شهرت و درآمد با کودکان خود انجام می‌دهند، در عین حال می‌تواند باعث سوءاستفاده سایر افراد هم شود. در واقع با انتشار برخی تصاویر خاص (مانند تصاویر نیمه برهنه و...) علاوه بر اینکه حریم خصوصی کودک نقض می‌شود، امکان به خطر انداختن امنیت کودکان به وجود می‌آید. با انتشار تصاویر کودکان در شبکه‌های اجتماعی، تمام کاربران به تصاویر کودک دسترسی پیدا می‌کنند و در میان این افراد ممکن است مبتلایان به برخی اختلالات روانی هم وجود داشته باشند که ترغیب به سوء استفاده از این تصاویر شوند. از سوی دیگر انتشار تصاویر کودک باعث فاش شدن مشخصاتش شده و او را در معرض خطرهای دیگری مانند زورگیری، آدم ربایی و... قرار می‌دهد.

در چنین شرایطی که رشد قارچ گونه صفحات تولید محتوا با هدف کسب درآمد از کودکان را شاهد هستیم، در عین حال برخی والدین هم ترغیب به انتشار تصاویر کودکان خود حتی در صفحات شخصی می‌شوند؛ الگویی از رفتار که به نظر می‌رسد ناشی از جوی برخاسته از صفحات پر مخاطب باشد، اما آیا در چنین شرایطی پدر و مادر مجاز به انتشار تصاویر کودک هستند؟ آیا اینگونه حریم کودک نقض نمی‌شود؟

بلاگری حتی پیش از تولد!

علاوه بر اینکه هنوز بحث بر سر انتشار تصاویر کودک در صفحات والدین وجود دارد، پدر و مادرهایی هم هستند که احساس وظیفه می کنند تا حتی برای کودکانی که هنوز به دنیا نیامده اند صفحه مجازی بسازند! صفحاتی که با بارگزاری تصاویری از سونوگرافی جنین از همان نخستین دقایق حیات، حریم خصوصی کسی که حتی به دنیا نیامده است را زیر سوال می برند.

این درحالی است که طی سالیان گذشته فعالان حقوق کودک، فعالان رسانه ای و... سعی کردند با اطلاع رسانی درباره معایب انتشار تصاویر کودکان در فضای مجازی آگاهی افراد از این موضوع را افزایش دهند، اما همچنان کفه ترازوی جلب توجه، کسب درآمد یا کسب شهرت با تصاویر کودکان سنگین تر از اطلاع رسانی های صورت گرفته است.

با این وجود قانون گذار هم خط و مرز معینی برای برخی مصادیق نقض حریم خصوصی انتشار تصاویر کودکان مشخص نکرده است که بتوان از طریق قانون و برخورد قهری به فرهنگسازی گسترده تری رسید، اما درعین حال فعال شدن کمیته فضای مجازی در مرجع ملی حقوق کودک اتفاق مهمی است که می تواند موضوع بهره کشی از کودکان در فضای مجازی و خطرات احتمالی که می تواند گریبان گیر کودکان شود را مورد بررسی قرار دهد چراکه به گفته [دبیر مرجع ملی حقوق کودک](#) «تاکنون در خصوص والدینی که از کودکانشان در فضای مجازی بهره کشی می کنند تعقیب قضایی جدی صورت نگرفته و لازم است در این راستا جمع بندی در کارگروه فضای مجازی صورت گیرد.» او همچنین تاکید می کند: «پیش نویسی هم برای این منظور به عنوان اصلاحیه و الحاقیه به قانون حمایت از کودکان در حال تدوین است.» خبری که با گذشت حدود یک سال از اعلام آن هنوز اطلاعات بیشتری درباره جزئیات بیشتر آن منتشر نشده است.