



صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

معاونت سیاسی

اداره پژوهش های سیاسی

کودکان کار مجازی

نگاهی به پدیده استفاده نمایشی تبلیغاتی از کودکان در فضای مجازی، علل،

پیامدها و راهکارها



فرآورده‌های خبری و تولیدات پژوهشی در بخش های زیر قابل دسترس است:

– وب سایت خبرگزاری صداوسیما (سرویس پژوهش) <http://www.iribnews.ir>

پژوهشگر: یاسر بهشتی

| | |
|---|--|
| ۲ | مقدمه |
| ۲ | تعریف و مصادیق کودک کار مجازی |
| ۳ | حقوق کودک در عرصه بین الملل: |
| ۳ | حمایت از کودکان و نوجوانان در قانون جمهوری اسلامی ایران: |
| ۳ | ریشه‌یابی پدیده استفاده نمایشی – تبلیغاتی از کودکان در فضای مجازی: |
| ۴ | 1- بی اطلاعی والدین از نیازهای کودک و تربیت صحیح آن یا جابجایی اولویت‌ها |
| ۴ | 2- ناقص بودن قوانین حقوق کودک در کشور |
| ۵ | پیامدهای مخرب پدیده کودکان کار مجازی |
| ۵ | آسیب‌های ناشی از پدیده کار کودکان در فضای مجازی |
| ۷ | راهکار برخورد با پدیده کودکان کار سایبری: |
| ۷ | پیشنهادات برای محافظت از کودکان در فضای مجازی: |
| ۸ | کلام آخر |
| ۸ | منابع |

مقدمه

امروزه فضای مجازی به عنوان یک سبک زندگی نو، تمام شئون زندگی ابناء بشر را تحت تاثیر قرار داده و به تعبیر جامعه‌شناختی، جبر اجتماعی حاکم، فناوری و تکنولوژی را بر زیست اجتماعی افراد تحمیل کرده است. فضای مجازی از فضای حقیقی جدا نیست و نکته کلیدی این است که رسانه، در هر قالبی جذابیت دارد و برای مصرف‌کننده دارای ارزش است و افراد برای بهتر دیده شدن از این امکان بهره می‌برند؛ بنابراین بحث محبوبیت و شهرت نیز موضوعیت پیدا کرده و افراد تمایل به تولید محتوا و انتشار آن در فضای مجازی دارند. در همین ارتباط، امروزه با قسمی از تولیدکنندگان محتوا در فضای مجازی از جنس والدین مواجه هستیم که از کودکان خود به عنوان ابزاری برای انتفاع اقتصادی و شهرت بهره‌کشی می‌کنند. یادداشت پیش رو به این موضوع پرداخته است و سعی بر آگاه‌سازی نسبت به ابعاد و آثار گوناگون آن دارد.

تعریف و مصادیق کودک کار مجازی

روند جهانی‌شدن بیش از هر زمان دیگر نهاد خانواده و به‌خصوص خانواده‌های با ساختار سنتی را مورد تهدید قرار داده است و همین امر باعث شده که امروزه بیش از هر زمان دیگر شاهد بروز آسیب‌های نوپدید اجتماعی باشیم. با پدید آمدن پلتفرم‌های وب ۲ و ۳ تغییرات زیادی در شئون زندگی بشر بوجود آمده که از آن جمله تاثیرات بر روابط و تعاملات انسانی است. از پدیده‌های جدیدی که با شکل‌گیری همین پلتفرم‌ها به وقوع پیوست می‌توان به «میکروسلبریتی-ها» اشاره کرد. به‌مدد این رسانه‌ها افرادی که شاید هیچ استعداد خاصی نداشتند، به افراد مشهوری تبدیل شده‌اند که تنها با اشتراک گذاشتن بخشی از زندگی روزمره خود در شبکه‌های اجتماعی معروف و از قبل همین معروف‌شدن و قابلیت تاثیر گذاشتن، شرکت‌های تجاری و کسب و کارها نیز از آنها در جهت تبلیغ کالای خود حمایت‌های مالی انجام می‌دهند. یکی از این آسیب‌های نوپدید اجتماعی، کودک کار مجازی است.

در تعریف یونیسف کودکان کار سنتی، شامل کلیه اشخاص زیر ۱۸ سالی است که در خیابان‌ها مشغول تکدی‌گری، بزهکاری یا مشاغل کاذب و اغلب بی‌پناهند. آنها مشغول به فعالیتی هستند که برای سلامت فیزیکی، روانی، اجتماعی، اخلاقی و شخصیتی کودک مضر است و با تحصیلشان تداخل پیدا می‌کند. اما امروزه با رشد شبکه‌های اجتماعی، کودکان اینفلوئنسر هم کودکان کار محسوب می‌شوند؛ یعنی افراد زیر ۱۸ ساله‌ای که به وسیله والدین و نزدیکان در صفحات مختلف مجازی به هر دلیلی تبدیل به یک شخص مشهور شده‌اند. جالب اینکه این قسم از کودکان کار، در طبقه متوسط و پولدار جامعه، که والدینشان اعتقاد دارند به حقوق کودک خود نیز پایبند هستند، رخ می‌دهد.

شبهت این دو در این است که هر دو گروه برای والدین خود مستقیم و غیرمستقیم درآمدزایی و سودآوری می‌کنند، بچه‌ها در هر دو فضا از شیطنتها و بازی‌های کودکانه خود فاصله می‌گیرند و نیازهای خانواده خود را تامین می‌کنند و در مقابل خدماتی که به خانواده خود ارائه می‌دهند، هیچ پولی دریافت نمی‌کنند، با این تفاوت که یکی در چهارراه‌ها و با ظاهری نامطلوب و دیگری در ظاهری بسیار آراسته و محیطی کاملاً فانتری است.

کودکان کار امروزی با پوشیدن لباس‌های شیک و صحبت کردن دلنشین برای کار به فضای مجازی آمده‌اند. دیگر محل کار این کودکان سر چهارراه‌ها و خیابان‌ها نیست و درآمد آنها به جای اسفند دود کردن و گل‌فروشی از مدلینگ و تبلیغات در فضای مجازی به دست می‌آید. اینان با لباس‌های فاخر پشت یک دوربین نشسته‌اند و به جای بازی با عروسک و دویدن دنبال توپ‌شان، ژست‌های بزرگسالانه گرفته‌اند تا عکاس به خواسته‌اش برسد یا در تلاش هستند تا انتظار پدر و مادر را برای تلفظ دیالوگ‌های دیکته‌شده تبلیغاتی برآورده کنند.

یک کودک با انتشار ویدئو از پوشش یا غذایی که تست می‌کند چقدر مورد هجمه یا تشویق کاربران قرار می‌گیرد و بر این مقدار هیجانات وارد شده به کودک چه آسیبهایی مترتب است؟
دقیقا دلیل اینکه به انجام این‌گونه فعالیت‌های کودکان در فضای مجازی، کودک کار گفته می‌شود این است که کودک و مراحل رشد روانی او تحت تأثیر قرار می‌گیرد. اما بینیم قوانین در مورد حقوق کودک چه می‌گویند:

حقوق کودک در عرصه بین الملل:

ماده ۳۲ و ۳۶ کنوانسیون بین المللی حقوق کودک به موضوع کار کودکان می‌پردازد. در بخش اول ماده ۳۲ آمده است: کشورهای طرف کنوانسیون، حق کودک جهت مورد حمایت قرار گرفتن در برابر استثمار اقتصادی و انجام هرگونه کاری که زیان‌بار بوده یا توقفی در آموزش وی ایجاد کند و یا برای بهداشت جسمی، روحی، معنوی، اخلاقی و پیشرفت اجتماعی کودک مضر باشد را به رسمیت می‌شناسند. همچنین بخش دوم ماده ۳۲ عنوان می‌کند که کشورهای طرف کنوانسیون اقدامات لازم قانونی، اجرائی، اجتماعی و آموزشی را در جهت تضمین اجرای این ماده به عمل خواهند آورد. در این راستا و با توجه به مواد مربوط در سایر اسناد بین‌المللی، کشورهای طرف کنوانسیون، مواردی را مورد توجه قرار دهند که می‌توان به تعیین حداقل سن یا حداقل سنین برای انجام کار، تعیین مقررات مناسب از نظر ساعات و شرایط کار و تعیین مجازاتها و یا اعمال سایر ضمانت‌های اجرای مناسب جهت تضمین اجرای مؤثر این ماده اشاره کرد. در ماده ۳۶ نیز عنوان شده است که کشورهای طرف کنوانسیون از کودکان در برابر تمام اشکال استثمار که هر یک از جنبه‌های رفاه کودک را به مخاطره اندازد، حمایت خواهند کرد.

حمایت از کودکان و نوجوانان در قانون جمهوری اسلامی ایران:

«قانون حمایت از کودکان و نوجوانان» مصوب ۱۳۸۱ش را با توجه به جهت‌گیری‌های آن، می‌توان نقطه عطفی در توجه قانون‌گذار ایرانی به حقوق کودکان و نوجوانان قلمداد کرد. بر اساس این قانون که شامل همه افراد زیر هجده سال می‌شود، برای نخستین بار شکنجه روحی نیز جرم شناخته شده و از این مهم‌تر، کودک آزاری جرمی عمومی به شمار آمده است. بر این پایه، حق دادخواهی درباره‌ی آن از انحصار ولی کودک، که در بسیاری مواقع خود یا بستگانش متهم به ارتکاب آن هستند، خارج شده است و همه اشخاص دیگر، از جمله مادران، پرستاران و مددکاران، نیز می‌توانند برضد کودک آزار اعلام جرم کنند. براساس این قانون، هرگونه صدمه زدن و آزار رساندن به کودکان و نوجوانان، شکنجه جسمی و روحی و نادیده گرفتن عمدی سلامت و بهداشت جسمی و روانی آنها، جلوگیری کردن از تحصیل و خرید یا فروش آنها، به کارگیری آنها در کارهای خلاف، مانند قاچاق، و بهره‌کشی از آنها جرم و مشمول مجازات‌هایی است. مطابق این قانون، «کلیه‌ی افراد و مؤسسات و مراکزی که به نحوی مسئولیت نگاهداری و سرپرستی کودکان را به عهده دارند مکلفاند به محض مشاهده‌ی موارد کودک آزاری، مراتب را جهت پیگرد قانونی مرتکب و اتخاذ تصمیم مقتضی به مقامات صالح قضایی اعلام کنند.»^۱ بر اساس این قانون تخلف از این تکلیف موجب حبس تا شش ماه یا جزای نقدی خواهد بود.

ریشه‌یابی پدیده استفاده نمایشی – تبلیغاتی از کودکان در فضای مجازی:

پدیده کودکان کار مجازی محصول دو غفلت بزرگ است:

۱. ایران. قوانین و احکام، ۱۳۸۴ش ب، «سایر قوانین جزائی»، ص ۱۱۸-۱۱۹.

ناقص بودن قوانین حقوق کودک در کشور

بی اطلاعی والدین از نیازهای کودک و تربیت صحیح آن یا جابجایی اولویت‌ها

۱- بی اطلاعی والدین از نیازهای کودک و تربیت صحیح آن یا جابجایی اولویت‌ها

- سود حاصل از تبلیغات از طریق کودکان بیش از هر چیز نکته مهم سود حاصل از تبلیغاتی است که کودکان اینستاگرامی دارند. کودکان به جهت چهره و نوع حرف زدن و رفتار کردن و همچنین علاقه‌ای که بیشتر افراد به کودکان دارند زودتر از افراد بزرگسالی مورد اقبال افراد قرار می‌گیرند و شروع به تبلیغ کردن، به طور مستقیم و غیرمستقیم می‌کنند. کودکان از این منظر تبدیل به ابزاری می‌شوند که به والدین خود سود می‌رسانند و هم به شرکت‌ها یا برندهایی که برای آن‌ها تبلیغ می‌کنند. در این دیدگاه تنها پول و سودآوری مهم است و این موضوع که این تبلیغ چقدر با ذات بچه تناقض دارد به فراموشی سپرده می‌شود. اینجا کودک به یک منبع درآمد پول تقلیل داده شده که خانواده برای کسب سود بیشتر دست به هر کاری می‌زنند ولو ابزاری شدن کودک و بی‌ارزش شدن آن و در نتیجه «شی‌وار» شدن کودک.

- والدین نارسسیستیک (خودشیفته) بدیهی است که فعالیت مجازی با تشویق آنی همراه است و با توجه به جذابیت کودکان و فعالیت‌های آنان، عکس و ویدئوهایشان با سرعت با اقبال مواجه شده و باز نشر می‌گردد. همین تشویق آنی جذابیتی جدی برای والدین محسوب می‌شود. کودک به مثابه عنصر هویت دهنده و برندساز والدین می‌تواند عمل کند. تأثیر اینفلوئنسرها بر روی فالوئرهایشان (دنبال‌کننده‌هایشان) به حدی است که مردم به حرف‌های آنان ارجاع می‌دهند: به قول مامان فلانی... این محصول رو استفاده می‌کند و تأثیر این پدیده بر مخاطبان و دنبال‌کنندگان.

- والدین آسیب دیده و دچار احساس محرومیت از دیگر علل این دسته از آسیب‌ها می‌توان به نا آگاهی والدین، خلأ پدر یا مادر یا حتی هردو در زندگی، چرخه‌های خشونت، فقر و محرومیت‌ها در ابعاد مختلف اشاره کرد. والدینی که از لحاظ هیجانات در زندگی خود محروم بودند، احساس می‌کنند کسی آن‌ها را ندیده است و یا گاهی دوست دارند فرزندان آن‌ها همان مسیری که آن‌ها می‌پندارند درست است را ادامه بدهد تا به آرزوی خویش برسند.

۲- ناقص بودن قوانین حقوق کودک در کشور

- نبود قانونی مختص سوءاستفاده از نمایش کودکان در فضای مجازی با رشد شبکه‌های اجتماعی و ایجاد جرایم‌های سایبری، قوانین حوزه مجازی نیز چند سالی می‌شود که تصویب شده و اجرا می‌شود؛ از آنجایی که موضوع کودکان اینستاگرامی مدتی است که پدیده آمده است اما همچنان قانونی برای نمایش دادن کودک در فضای مجازی توسط افراد و پیشگیری از آسیب‌های این موضوع در نظر گرفته نشده است.

- طبق ماده چهار قانون حمایت از کودک و نوجوان که در سال ۱۳۸۱ تصویب شده، هرگونه صدمه و اذیت و آزار و شکنجه و روحی کودکان و نادیده گرفتن عمدی سلامت و بهداشت روانی و جسمی و جرم محسوب شده و پیگرد قانونی به همراه خواهد داشت.

- طبق ماده ۱۹ پیمان نامه حقوق کودکان در ۱۹۸۹ دولت‌ها موظف هستند که تمام اقدامات قانونی و اشکال خشونت‌های جسمی و روحی، آسیب‌رساندن یا سوء استفاده جنسی از کودکان توسط والدین یا سرپرستان قانونی می‌توانند محافظت کنند. برای مثال در فضای مجازی برخی چالش‌ها هستند که کودکان انجام می‌دهند ولی به آن‌ها آسیب می‌رسانند.

- براساس قانون جرایم رایانه‌ای و طبق ماده ۷۴۵ هر کس عکس، فیلم شخصی یا اسرار خانوادگی را بدون رضایت فرد پخش کند به طوری که منجر به ضرر یا هتک حرمت او شود مجرم شناخته شده و محکوم می‌شود. بر اساس این قانون زمانی که والدین عکسی از کودک منتشر میکنند که در موقعیتی بد مانند بیماری و پوشش نامناسب گرفته شود از آنجایی که حریم شخصی او نقض شده مجرم شناخته شده.

-در سال ۸۸ لایحه حمایت از کودکان و نوجوانان بهره کشی از کودکان و نوجوانان و اجبار کردن کودک به کاری که از لحاظ روانی، جسمانی و اجتماعی خطرناک باشد، جرم محسوب می‌شود. طبق این قانون استفاده از کودکان به عنوان ابزاری برای تبلیغ، جرم محسوب می‌شود چرا این کار نوعی بهره‌کشی است.

پیامدهای مخرب پدیده کودکان کار مجازی

کودک در هر سنی نیاز به اندازه‌ای مهر، محبت و توجه دارد ولی وقتی این توجه در قالب فضای مجازی بیش از حد شد، منجر به تربیت شخصی با شخصیت تأیید طلب و اعتماد به نفس پایین می‌شود که حس می‌کند بدون تأیید کاربران هیچ استعداد و توانمندی ندارد. نکته حائز اهمیت در این میان، سوءاستفاده برخی از والدین از زیبایی خدادادی فرزندشان است، نمایش زیبایی راه میانبری برای جذب فالور (دنبال کننده) و کسب درآمد است. این ماجرا تا جایی پیش می‌رود که همین والدین برای تبلیغات روی فرزندشان حساب ویژه‌ای باز می‌کنند و از آنها می‌خواهند برند یا محصولی را تبلیغ کنند. استفاده ابزاری از کودکان در فضای مجازی نوعی آزار محسوب می‌شود؛ آزاری که تبعات آن در زندگی آینده کودک بی‌اثر نخواهد بود. گاهی اوقات شاهد هستیم که والدین کودکان را آرایش می‌کنند یا آنها ناخواسته از تیم ورزشی حمایت می‌کند و هر آنچه که والدینشان می‌گویند، انجام می‌دهند و تبلیغ می‌کنند، چون به سن بلوغ نرسیده‌اند و معنای انجام بسیاری از کارها را نمی‌دانند. زمانی که او بزرگتر می‌شود، ممکن است بسیاری از این موضوعات را قبول نداشته باشد و همین موضوع سبب می‌شود که در جامعه با مشکل روبرو شوند.

آسیب‌های ناشی از پدیده کار کودکان در فضای مجازی

مهمترین آسیب‌های ناشی از استفاده تبلیغاتی و تجاری از کودکان در فضای مجازی شامل موارد زیر است:

۱- اختلالات هویتی: کودکی بخشی مهم از هویت هر فرد است که در آینده شخصیت انسان را شکل می‌دهد. امروزه کودکان با رسانه‌ها در ارتباط هستند و تاثیر رسانه‌ها بر هویت کودکان غیرقابل انکار است. کودکانی که در اینستاگرام نمایش داده می‌شوند، قرار است در مقابل این همه چشم رشد کنند که همواره او را می‌بینند و هویتی که می‌تواند برای خود ایجاد کند را کاملاً سلب می‌کنند. در این مورد خانواده‌ها برای کودکان خود هویت انتخاب می‌کنند، یعنی چه کلاس هنری شرکت کنند و چه کلاس ورزشی نروند، به عبارتی والدین بر اساس خواسته خود هویت کودک را انتخاب می‌کنند. هویت کودکان کار مجازی به یک هویت نمایشی تبدیل می‌شود، یعنی هویت آن‌ها به جز چیزی که نمایش می‌دهد نیست و همین امر موجب می‌شود که کودک در سنین نوجوانی با یک چالش بزرگ در باب هویت خود روبه‌رو شوند، چرا که عدم شکل‌گیری هویت درست باعث عدم شکوفایی فرد می‌شود که مشکلات زیادی را در پی دارد. فضای مجازی صحنه‌ای فرهنگی و اجتماعی است که فرد خود را در موقعیت‌های متنوع و نقش‌های گوناگون می‌بیند، بنابراین زمینه‌ای برای آسیب‌پذیری شخصیت کودک فراهم می‌شود و نتیجه‌ای جز چند شخصیتی را در پی ندارد.

۲- نقض حریم خصوصی: در برخی از موارد حریم شخصی کودک کاملاً از بین می‌رود، چون در این سن کودک هنوز به سنی نرسیده که از او اجازه بگیرند و بدون رضایت او صورت می‌گیرد و ممکن است کودک هیچ علاقه‌ای به کاری که انجام می‌دهد نداشته باشد. عکس‌هایی که از کودک در هر زمان ثبت می‌شود و تمام لحظه‌های زندگی او برای کاربران به نمایش گذاشته می‌شود، هم نمونه‌ای از نقض حرمت او است

۳- از دست رفتن فرصت کودکی: نحوه تعامل کودک در دنیای بزرگسالان به عنوان یک عنصر نمایشی درآمده است، در واقع در این شرایط کودکان مدام در حال دیده شدن از طرف کاربرهای بزرگ سال هستند و انتظار می‌رود که کودکان اینفلوئنسر همان کاری را انجام دهد که یک اینفلوئنسر بزرگسال انجام می‌دهد. این باعث می‌شود که از دنیای کودکان هم سن خود فاصله بگیرند و به جای اینکه به دنبال بازی با کودکان باشند، به دنبال لایک گرفتن باشند؛ به عبارتی دیگر

زمانی که کودک به جای کودکی کردن به دنبال کارهای بزرگتر از سن خود هست، یکی از مهم‌ترین مرحله‌های رشد خود یعنی کودکی را از دست می‌دهد و بازیچه دست والدینی می‌شود که برای جذب دنبال‌کننده دست به هر کاری می‌زنند و معصومیت فرزند خود را فدا می‌کنند؛ این موضوع هم باعث می‌شود که کودک زودتر به سن بلوغ برسد و هم مشکلاتی برای او در سن بلوغ نمایان می‌شود. نکته مهم و قابل تأمل برای تبیین پدیده کودک کار مجازی این است که مبنای ممانعت از استفاده کودکان برای انجام فعالیت‌های اقتصادی در فضای مجازی، محدود به آسیب‌های فیزیکی به لحاظ توانایی جسمی آنها نیست و اولویت این ممنوعیت به خاطر سلب حقوق اولیه یک کودک مثل حق بازی است که در اسناد و قوانین بین‌المللی مورد توجه قرار گرفته است؛ برای نمونه ماده ۳۱ کنوانسیون حقوق کودک، حق بازی و فعالیت‌های خلاقانه و شرکت آزادانه در حیات فرهنگی و هنری را برای کودک به رسمیت شناخته است. مفاهیم آرامش، فراغت، بازی و تفریح در مقابل و متضاد کار می‌باشند.

۴- شیء وارگی: در این صفحه‌ها از کودکان و بدنشان به عنوان عنصر نمایشی استفاده می‌شود، جهان اجتماعی امروز ما حول امر بصری شکل می‌گیرد و در این بین بدن کودک به مثابه کالایی به نمایش در می‌آید و شروع به تولید محتوا می‌کند؛ این کودکان به نحوی خاص لباس می‌پوشند، آرایش می‌کنند، حرف می‌زنند و حتی گاهی تحت فرایندهای کلینیک‌های زیبایی قرار می‌گیرند تا با نمایش بدن و زندگی آنها به مخاطبان خود لذت و اطلاعات بفروشند و از طریق بدن و حیات کودکان سودآوری داشته باشند. به عبارتی، تمام وجود کودک در بدن او خلاصه می‌شود که بعدها و با بزرگتر شدن دیگر محبوبیت قبل را ندارد و همین باعث مشکلات روانی برای او می‌شود.

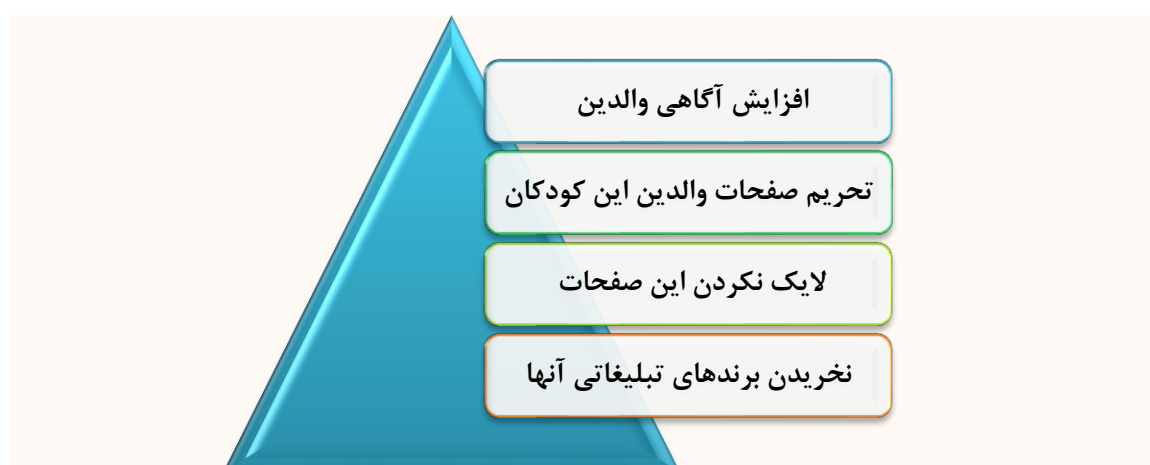
۵- اختلال شخصیت در نتیجه طی نشدن مراحل زیستی کودک در این حالت کودک در لحظه زندگی نمی‌کند و فرآیند تکاملی خود را طی نمی‌کند. طی نشدن این مراحل تکاملی باعث مغفول ماندن برخی از نیازهای کودک یا سرکوب آنها می‌شود و به اصطلاح فرد از دوره کودکی به مرحله بزرگسالی جهش می‌کند یعنی در مرحله کودکی به جای رفتارهای شبیه همسالان خود رفتارهای بزرگسالی دارد و در واقع نه کودکی را به درستی تجربه می‌کند و نه نوجوانی را و مستقیماً وارد دوره بزرگسالی می‌شود: **اختلالات شخصیتی، بحران هویت، تزلزل شخصیت و دو شخصیتی شدن کودک به سبب رواج بهره‌کشی از کودکان و نشانه بیماری جامعه است.** این میان «اختلال شخصیت نمایشی» باید بطور ویژه مورد توجه قرار گیرد. کودک اینستاگرامی دچار شخصیت نمایشی می‌شود و این موضوع باعث جلب توجه او به دیگران و انجام کاری می‌شود که تایید و حمایت آنها را در پی داشته‌باشد. این اختلال باعث نهادینه شدن «تملق، دروغگویی و جذب افراد مهم شدن» در او می‌شود و این شخص در درون خود چیزی که باعث جلب توجه انسانی از سوی بقیه شود نمی‌بیند و هر دفعه یک نقاب به صورت می‌زند.

۶- از بین رفتن عزت نفس و ایجاد اعتماد به نفس کاذب کودکی که صرفاً به دلیل زیبایی و چنین مواردی از سوی دیگران پذیرفته شود و اعتماد به نفسش به این علت رشد کند، با اولین حضور در دنیا و اجتماع واقعی، دچار مشکل می‌شود. زیرا در محیطی مثل مدرسه، رقص و آواز برای شخص قابلیت محسوب نمی‌شود و تلاش برای بهتر شدن و همچنین ارتباط صحیح با همکلاسی‌ها و معلمان ملاک است و کودکی که همواره طنازی کرده، خود را بی‌ارزش و ناتوان حساب می‌کند و از محیط طرد می‌شود یا اینکه شخصیت نمایشی نمایان می‌شود و تن به هر عملی می‌دهد که توجه بقیه را جلب کند.

آسیب‌های ناشی از کار کودکان در فضای مجازی



راهکار برخورد با پدیده کودکان کار سایبری



پیشنهادات برای محافظت از کودکان در فضای مجازی

- توسعه محیط‌های صیانت شده در فضای مجازی
- رده‌بندی محتوا و خدمات متناسب با سن و جنسیت
- ارتقای سواد فضای مجازی و مهارت‌افزایی کودکان
- آگاه‌سازی و هشیارسازی والدین و مربیان به دلیل نقش حمایتی ایشان
- پیشگیری از ارائه محتوای خدمات مضر
- برخورد قضایی با خاطیان
- مراقبت اجتماعی از کسانی که در این فضا آسیب دیده‌اند و یا در معرض خطر هستند
- مشارکت محوری بخش خصوصی
- تقویت و به‌روز رسانی قوانین مرتبط با جرم‌انگاری سوءاستفاده از کودکان
- تعامل سازنده سازمانهای حامی کودک و نهادهای متولی فضای مجازی برای پیاده‌سازی حقوق کودکان به صورت آنلاین

کلام آخر

از آنجایی که کودکان به رشد کامل شناختی نرسیده‌اند و تمایز بین خوب و بد را تشخیص نمی‌دهند، زودتر از بقیه افراد جامعه در مقابل رسانه‌ها تسلیم می‌شوند و از آن‌ها تاثیر می‌پذیرند، تاثیرات زیان‌باری که گاه قابل جبران نیستند و زمینه‌ساز مشکلات روانی جدی می‌شوند. کودکان اینفلوئنسر بر خلاف چیزی که دیده می‌شوند، کودکی نمی‌کند و این انحراف از رشد طبیعی و نقض حقوق طبیعی آنان است.

در بُعد اجتماعی، نسلی از کودکان پا به جامعه می‌گذارند که مشکلات روانی و هویتی زیادی را پشت سر گذاشته‌اند. از سوی دیگر این موضوع که این کودکان هنوز وارد فضای گفتمان قانونی نشده‌اند، باعث می‌شود که نظارتی از سوی نهادهای قانونی در این خصوص صورت نگیرد و کودکان قربانی همین نبود قانون شوند.

امروزه هر فردی می‌تواند محتوا تولید کند و البته کیفیت این محتوا ارتباط تنگاتنگی با «سواد رسانه‌ای» دارد. در واقع اگر سواد رسانه‌ای در سطح جامعه ارتقا پیدا کند، تولید محتوای فاخر هم اتفاق می‌افتد. یکی از راه‌هایی که می‌توان سواد رسانه‌ای را در جامعه ارتقا داد آموزش است که نقش رسانه ملی به‌عنوان دانشگاهی برای افکار عمومی بسیار ویژه است. از دیگر سو عمدتاً رسانه‌ها رویداد محور هستند، نه آینده محور. زمانی که کودکی به قتل می‌رسد، همه رسانه‌ها به آن می‌پردازند در حالی که یک رسانه به موضوع حقوق پایمال شده کودکان در فضای مجازی نمی‌پردازد. چه بستری بهتر از رسانه ملی برای آگاه‌سازی و آسیب‌شناسی این آثار بلند مدت.

منابع

- از والدین نارسیستیک تا کودکان جلوه نما، پایگاه اینترنتی مفدا، ۲۲ خرداد ۱۴۰۰
- کودکان کار مجازی حکایتی تلخ از بردگی و کودک آزاری مدرن، خبرگزاری ایمننا، ۳۱ شهریور ۱۳۹۹
- «تاراج کودکی» روایتی از کودکان کار مجازی، خبرگزاری مهر، ۲ اسفند ۱۳۹۹
- نمایش دلبری فرزندان برای کسب درآمد والدین!، تارنمای فرهنگ و هنر، ۱ مهر ۱۳۹۹
- کودکان کار در فضای مجازی، تارنمای موسسه مسیر به نشانی <https://medialit.massir.ir/>
- کودکان کار سایبری تامین‌کننده شهرت و کسب درآمد والدین خودخواه، تارنمای پلیس سایبری، ۱۹ بهمن ۱۳۹۹
- قوانین حقوق کودکان در فضای مجازی در کشورها، خبرگزاری دانشجو، ۱۳ اسفند ۱۳۹۹
- کودکان کار مجازی، روزنامه همدلی، ۲۴ تیر ماه ۱۴۰۰
- بهره‌کشی والدین از کودکان در فضای مجازی، پایگاه اینترنتی رادیو گفت‌وگو، ۱۸ تیر ۱۳۹۹