بسم الله الرحمن الرحيم

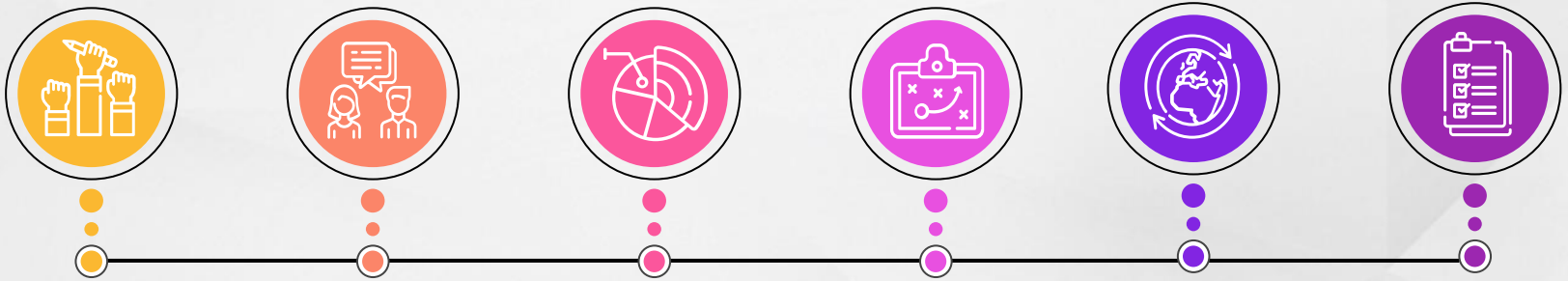
بلاگرهای کوچک، قربانی های بزرگ

نگاهی به پدیده نوظهور کودک اینفلوئنسرهای اینستاگرام



طراحی و تنظیم: حدیث قاسمی

فهرست مطالب



کودک اینفلوئنسر یا کودک کار فضای مجازی کیست؟

چرا کودکان به سمت بلاگر شدن می‌روند؟

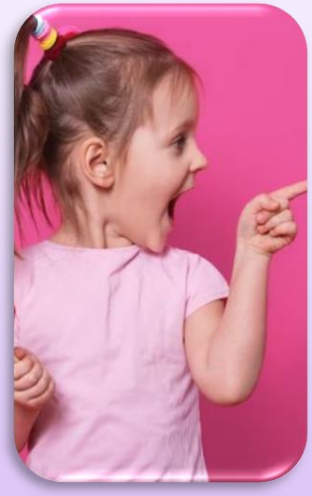
پشت‌پردهٔ یک تجارت خانوادگی

نقض حریم خصوصی کودکان

حقوق مادی و معنوی کودکان

آغاز یک تفکر جدی

کودک اینفلوئنسر یا کودک کار فضای مجازی کیست؟



ظهور شبکه‌های اجتماعی باعث پدید آمدن مفهومی به نام کودک کار فضای مجازی شد

کودک اینفلوئنسر خردسالی است که بدون حق انتخاب توسط فرد یا افرادی از خانواده روبه‌روی دوربین قرار می‌گیرد

این کودک بواسطه زیبایی، شیرین‌زبانی یا مهارتی که دارد محتوایی برای شبکه اجتماعی تولید می‌کند

کودکانی که به جای شیطنت و جست و خیز در فضایی امن، به کار گرفته می‌شوند تا برای خانواده کسب درآمد کنند

بلاگرهای زیادی در فضای مجازی فعال هستند اما اینکه کودکان در چنین فضایی فعالیت کنند محل مناقشه است

۵ معروفترین کودکان اینفلوئنسر ایران و جهان



رایان کاجی ۷ساله با درآمد خالص ۱۷.۷ میلیون پوند



آرات حسینی او را یک نابغه در زمینه ژیمناستیک و فوتبال می دانند



کایل گیرسدورف ۱۶ساله با درآمد خالص ۲.۶ میلیون پوند



ساحل بکرانی در سن ۶ ماهگی برای اولین بار در قاب تلویزیون و در فیلم دردسرهای عظیم ۲ دیده شد



اورلیج رز سوداس ۶ساله اهل کالیفرنیای آمریکا با درآمد خالص ۱.۸ میلیون پوند



امیر رضا وامیرطاها صفحه آن‌ها ترکیبی از پست‌های مربوط به کودکان و سبک زندگی مادر آن‌ها فاطمه بستاک است.

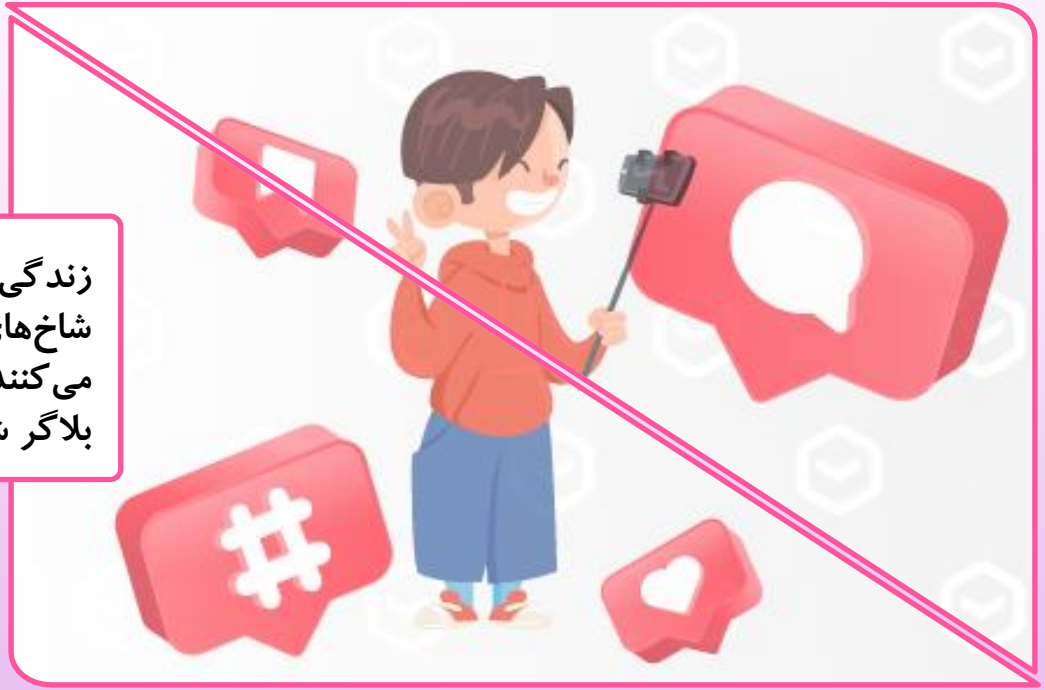


میلا و اما استافر اهل آریزونا، خواهران دوقلوی ۴ ساله با درآمد خالص ۹۶۰ هزار پوند



بارانا بهادری محبوبیت و شهرت پدر نقش بسزایی در پر طرفدار شدن صفحه او نیز داشته است.

۶ چرا کودکان به سمت بلاگر شدن می‌روند؟



زندگی لاکچری، سفرهای لوکس، ثروت و امکانات زیاد شاخ‌های اینستاگرامی برای بچه‌ها جذابیت دارد و تصور می‌کنند که برای داشتن چنین زندگی باید مشهور و بلاگر شوند.

۷ پشت‌پردهٔ یک تجارت خانوادگی

اینستاپول

کودکان اینفلوئنسر
درآمدزایی یا کودک‌آزاری؟



تا همین چند سال پیش، والدین می‌ترسیدند که با پخش شدن عکس فرزندانشان، خون به پا شود اما حالا هزاران خانواده از راه تبلیغات از طریق فرزندان‌شان، کسب درآمد می‌کنند.

طبق پیش‌بینی شرکت MediaKix تا سال ۲۰۲۰ هزینه بازاریابی از طریق اینفلوئنسرها به ده میلیارد دلار خواهد رسید.

برندها با سفارش تبلیغات به کودکان تاثیرگذار، کالاهای خود را به فروش می‌رسانند.

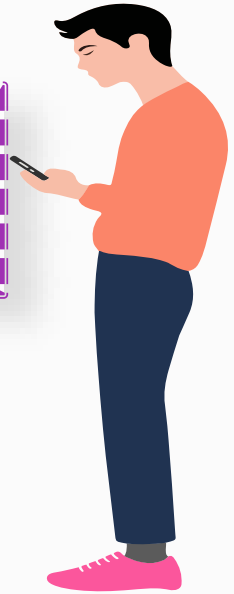
مادران اینستاگرامی (Instamums) صفحات این کودکان را مدیریت می‌کنند.

آنها در تلاشند تا کودکان خود را یک شبه به قله‌های شهرت و موفقیت برسانند.

۸ نگاهی به تعرفه تبلیغاتی کودکان اینفلوئنسر

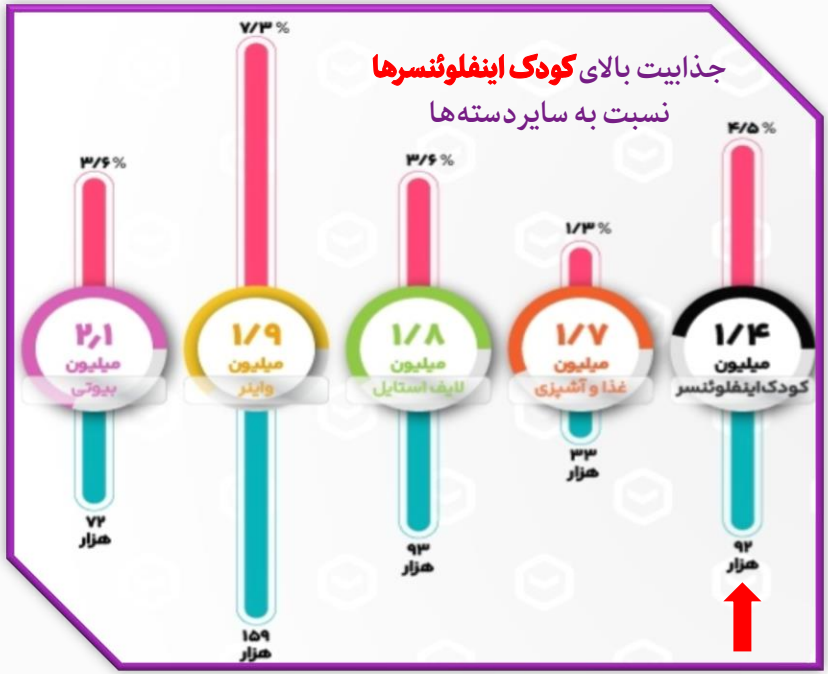
اینفلوئنسر	تعداد فالوور	تعرفه تبلیغاتی
آرات حسینی	۶.۳ میلیون نفر	استوری: ۵-۷ میلیون پست: ۲۰-۵۰ میلیون
شبنم شاهرخی	۱میلیون نفر	استوری: ۵-۷ میلیون پست: ۲۰-۵۰ میلیون
گونش	۱،۴ میلیون نفر	تک استوری: ۲۰ میلیون
وحیده علی حسینی	۱،۴ میلیون نفر	تک استوری: ۱۰ میلیون
تارا محب	۷۶۶ هزار نفر	تک استوری: ۱۲ میلیون
فاطمه بستاک	۳۶۴ هزار نفر	سری استوری: ۴,۵ میلیون
مهرشاد گل‌مکانیان	۴۶۴ هزار نفر	سری استوری: ۵,۵ میلیون
آیروس ملودی	۱،۱ میلیون نفر	تک استوری: ۳ میلیون
معین شیرازی	۵۳۴ هزار نفر	استوری: ۵-۷ میلیون پست: ۲۰-۵۰ میلیون
سپیده بزمی‌پور	۱،۱ میلیون نفر	استوری: ۵-۷ میلیون پست: ۲۰-۵۰ میلیون

تعرفه تبلیغاتی برخی از این افراد نسبت به نوع **پروژه و برند** متفاوت است و در صورت حضور مستقیم کودکان در تبلیغات، افزایش پیدا می‌کند.





صفحه **معروف‌ترین کودک اینفلوئنسر ورزشکار** در مقایسه با صفحات پرمخاطب هم رده خود از نظر فالوئر در مکان ۵ و در نرخ تعامل در رتبه ۲ قرار دارد.



کودک اینفلوئنسرها به رغم فالوئر کمتر از لحاظ میانگین لایک در رتبه سوم و از نظر نرخ تعامل در رتبه دوم قرار دارند.

۱۰ چرا تبلیغات توسط اینفلوئنسرهای کودک جذاب و تاثیرگذار است؟

کودکان می‌توانند روی کودکان تاثیر بگذارند. صنعت تبلیغات برای کودکان نیز روزبه روزگسترده‌تر می‌شود.

چه کسی بهتر از یک کودک می‌تواند یک اسباب‌بازی جدید یا یک لباس خواب کودکانه را تبلیغ کند؟

اگر شما فرد تبلیغ‌کننده را دوست داشته باشید، محصولی که تبلیغ می‌کند را هم دوست خواهید داشت.

کودکان اینفلوئنسر در مقایسه با اینفلوئنسرهای بزرگسال، جذابیت خاصی دارند. آنها بانمک وشیرین‌زبانند

ما حتی از تماشای محتوای تبلیغاتی آنها نیز لذت می‌بریم و این روی رفتار خرید ما تاثیر می‌گذارد.

تعاریف | چرایی | مقایسه | آسیب‌ها | تحلیل | نتایج

آیا کودکانمان اموال ما هستند؟!

برخی کودکان را جزوی از اموال خود می‌دانند و به خود اجازه می‌دهند که هرطور دلشان می‌خواهد با کودکان رفتار کنند.

کودکانی که بلاگر به دنیا می‌آیند!

انتشار تصاویر کودکان در فضای مجازی به مرور به محلی برای کسب درآمد تبدیل شد و حتی برخی را بر آن داشت تا اصلا برای این نوع کسب درآمد، فرزندآوری کنند!



نیاز به قوانین دقیق برای انتشار تصاویر کودکان

موضوع انتشار تصاویر کودکان در فضای مجازی و بهره‌برداری مالی از آن، نوظهور است و جوامع کم‌کم به سمت وضع قوانین مرتبط می‌روند.

سوءاستفاده سایر افراد از تصاویر کودک

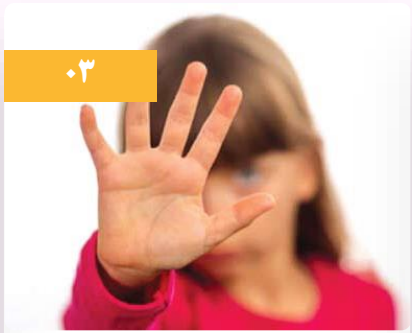
انتشار تصاویر کودک و افشای مشخصاتش او را در معرض خطر زورگیری، آدم‌ربایی و ... قرار می‌دهد.

از تربیت تا تجارت
تاثیرات منفی کودک بلاگری بر روند رشد و توسعه کودکان



آینده‌ای سیاه در انتظار کودکان اینستاگرامی

چهره خندان و شاد کودکانی که در اینستاگرام ابزار درآمدزایی والدین خود هستند ماندگار نخواهد بود.



هویت پوچ کودک بلاگرها

در پس ویترین پرزرق و برق و زندگی زیبا، راحت و مرفه این کودکان، هویت و روح آنان به یغما می‌رود.



ناآگاهی والدین بلای جان کودکان

پدر و مادرها با وادار کودک به فیلم بازی کردن مقابل دوربین، آسیب‌های روحی زیادی را به او منتقل می‌کنند



کودک بلاگری مصداق کودک‌آزاری

آسیب‌هایی ایجاده شده به قدری جدی است که برخی معتقدند کودک بلاگری نوعی از کودک‌آزاری است.

آسیب‌های فضای مجازی برای کودکان اینفلوئنسر



عواقب شهرت

کنارآمدن با این سطح از توجه افکار عمومی برای یک کودک می‌تواند بسیار دشوار باشد.

تشویق به مصرف‌گرایی

مصرف‌گرایی می‌تواند به کودک احساس **بدبینی و بی‌حسی** نسبت به زندگی را منتقل کند.

نفرت آنلاین

در عصر اینترنت هرکسی می‌تواند با یک صفحه ناشناس پیام‌ها و تصاویر توهین‌آمیز، تهدیدآمیز و جنسی ارسال کند.

اضطراب، افسردگی و کمبود اعتمادبه‌نفس

اگر **توجه عمومی** به هر دلیلی نسبت به این کودکان کاهش پیدا کند، ممکن است آنها را دچار اضطراب و ناامیدی کند



آرات حسینی کودک با استعداد اینستاگرامی است که صفحه‌اش بیش از ۶ میلیون نفر دنبال‌کننده دارد. از همان ماه‌های اول تولد، پدرش از حرکات نمایشی و تمرینات ورزشی پسرش ویدئوهایی ضبط می‌کرد و با مخاطبان به اشتراک می‌گذاشت تا جایی که از باشگاه لیورپول سر درآورد و یک چهره رسانه‌ای مطرح شد؛ اما حالا ۱۰ ساله است که به گفته برخی پزشکان جانش در خطر است و توانایی این همه فشار را ندارد.

عواقب انتشار ویدئو و عکس کودکان در فضای مجازی

اشتباه مهمی که بیشتر والدین مرتکب می‌شوند



- عدم توجه به حریم شخصی کودکان
- مورد قضاوت قرارگرفتن
- در نظر نگرفتن نیاز عاطفی کودک
- کاهش امنیت کودک
- سرقت هویت کودک
- عقده گشایی جنسی
- شهرت نامتعارف
- استفاده از عکس کودکان برای تبلیغات تجاری
- عدم توجه به استقلال کودک



آیا این کار اخلاقی است؟

والدین از فعالیت خود دفاع می‌کنند و فعالین حقوق کودک به انتقاد از والدین ادامه می‌دهند.

آیا کودک امنیت دارد؟

اطلاعات شناسایی کودک، لوکیشن، آدرس مدرسه، زمان رفتن او به پارک و...با هزاران مخاطب به اشتراک گذاشته می‌شود.

آیا آنها کودکان کارند؟

آیا اخلاقی است که زندگی یک کودک صرف یک هدف سودآور شود؟

آیا کودک رضایت دارد؟

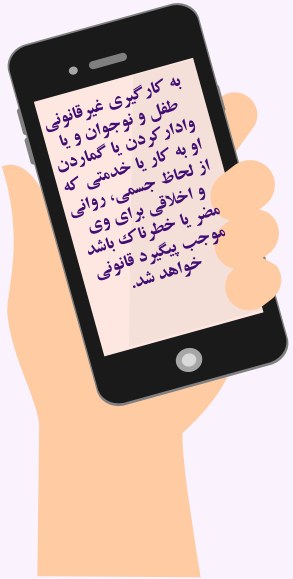
بچه‌ها روی تصویر یا ویدئویی که از آنها منتشر می‌شود، کنترلی ندارند. آنها فقط سوژه هستند.

آیا حریم خصوصی کودک رعایت می‌شود؟

با ایجاد حساب در شبکه‌های اجتماعی حریم خصوصی کودک در معرض خطر قرار می‌گیرد.

درآمد آنها چه می‌شود؟

قانونی برای حمایت از منافع این کودکان در ایران وجود ندارد. والدین پول کودکان را کنترل می‌کنند.





براساس مصوبه مجلس که در سال ۱۳۹۹ به تصویب رسید هرگونه سهل انگاری، بی‌توجهی، سوءرفتار، بهره کشی اقتصادی، معامله و فحشا می‌تواند برای والدین یا سرپرستان کودکان و نوجوانان مسئولیت‌های سنگینی ایجاد کند.



تصویب سند صیانت ازکودکان و نوجوانان در فضای مجازی
توسط شورای عالی فضای مجازی در سال ۱۴۰۰

هدف این سند ایجاد محیطی امن برای این رده سنی در فضای مجازی با چارچوب قانون اسلامی ایرانی

دستگاه‌های مربوطه وزارت فرهنگ، آموزش و پرورش، وزارت کار، سازمان‌های انتظامی، صداوسیما

متاسفانه تاکنون سند صیانت ازکودکان و نوجوانان در فضای مجازی محقق نشده است.

مردم این صفحات را دنبال نکنند تا بیش از این کودکان قربانی منفعت طلبی نشوند.

اطلاع‌رسانی و آموزش صحیح به خانواده‌ها با هدف پیشگیری از آسیب‌ها

راهبرد پیشگیرانه برای متوقف کردن خسارت‌های روانی فعالیت در فضای مجازی

وضع قوانین مدنی همراه با ضمانت‌های اجرایی توسط دولت

والدین اینستاگرامی پول به‌دست می‌آورند، شبکه‌های اجتماعی قدرتمندتر می‌شوند و نهادهای قانون‌گذار نیز به استراحت می‌پردازند.



اما نقش ما در این میان چیست؟

شاید ما متوجه نباشیم که به‌صورت ناخواسته در حال حمایت از این چرخه هستیم. بسیاری از ما مطمئن هستیم که تنها از تماشای **کودک بلاگر** لذت می‌بریم و هیچ قصد دیگری نداریم. همین حمایت کردن ما، باعث بازدید بیشتر محتوا می‌شود و اعتبار اینفلوئنسر را نزد برند بالا می‌برد.

ما متوجه نیستیم که به عنوان ضلعی از مثلث **برند، اینفلوئنسر و مخاطب**، در حال کمک به این چرخه هستیم. تا تقاضا هست، عرضه نیز وجود خواهد داشت.



قبل از دنبال کردن صفحه یک کودک اینفلوئنسر...

بیایید چشم‌هایمان را ببندیم، بیایید به کودک بیاندیشیم و بیایید از خودمان بپرسیم با فشردن دکمه **Follow** چه تاثیری در زندگی کودک می‌گذاریم؟

منابع و مأخذ

- www.irna.ir/xjN۵LX
- www.irna.ir/xjND۵G
- www.irna.ir/xjMD۷۸
- https://borna.news/۰۰۳OU۵
- http://www.yjc.ir/۰۰TnYv
- https://vista.ir/n/yjc-rabld
- https://B۲n.ir/x۱۸۲۲۳
- https://gerdab.ir/۰۰۰۹sb
- https://aznik.ir/news/kodak-belagheri
- https://resalat-news.com/?p=87208
- https://lifewebco.com/kid-influencers/



- Theconversation
- hamshahrionline.ir/x۸BZR
- **yun.ir/af3t18**
- https://B۲n.ir/s۴۹۴۹۷
- isna.ir/xdQvKG
- https://inn.ir/news/۵۸۳۳۷
- isna.ir/xdR۸hc
- isna.ir/xdNQMg
- isna.ir/xdRdqQ
- www.irna.ir/xjPm۹q
- https://www.iribnews.ir/۰۰Houq
- https://meidaan.com/archive/۷۵۱۱۶