



晒娃为流量 卖萌成生意

谁在制造「网红儿童」？

按照剧本卖萌，根据人设摆拍，行动举止都被明码标价……在利益的驱使下，有的家长把孩子当成了挣钱工具，让晒娃变成了获取流量的捷径。专家提醒，孩子的童年不能重来，家长不要为了短暂的利益透支孩子的童年，伤害他们成长的根基。相关部门应尽快填补法律法规漏洞，最大限度保护好未成年人的权益。

换牙期孩子当主播熟练带货

“大家好，今天妈妈帮我准备了美食拼盘，我要开始‘造’喽……”某社交平台上，一名还在换牙期的小女孩熟练地跟网友打招呼。她面前的桌上摆满了糖果。两三分钟的视频里，她边吃糖果边跟网友互动：将糖果举到镜头前，“小朋友们给你们吃一口”；然后夸张地伸出大拇指给糖果点赞，要求网友“点个小心”。评论区被置顶的是该账号“进入橱窗”的链接。

“吃一顿辣条九宫格”“吃一天蓝色食物”“一天只吃冰冻食物”……在另一个网络账号中，一个小男孩发起了各种食物挑战。记者发现，部分视频里被精心地植入了多个广告。比如在挑战“辣条九宫格”的视频中，拿着手机拍摄的妈妈“不小心”入镜，“妈妈，你怎么换新手机拍视频了？”“是啊，最近我发现××上的二手手机挺划算的……”一问一答间，某二手平台的广告语无缝植入。

还有家长把孩子当成“试吃官”。“姐妹们，××牛奶也升级了，这是非常适合咱们宝宝喝的……”在一位宝妈的账号里，她说完广告词后拿出一盒牛奶递给儿子，儿子立马配合地大口喝起来。在这个账号中，妈妈与儿子只要同框，儿子都是“当托儿”的。

“萌娃视频”照模板讨你欢心

除了孩子的带货视频，还有一类“萌娃搞笑视频”流量较高。记者浏览多个亲子账号发现，一些学龄前儿童话都说不清楚，却照脚本念出网红段子。大多数这样的儿童博主在简介中都挂着商务合作的联系方式。

吴女士正在运营亲子类视频账号，她说“晒娃”是很多家长创建账号的初衷，随着粉丝量和点赞量不断攀升，品牌和机构会主动找上门，有些家长便有了商业运营的压力。她发现，搞笑的

视频特别吸粉，“但我有时明显感觉到，孩子配合镜头表演有些吃力”。

还有人专门开课教授“家有小孩如何做账号”，博主将孩子分为长相可爱、吃饭香甜、说话模仿能力强、擅长动手等不同类型给出可参考的模板。博主给一位家长的建议居然是“每天惹孩子哭……这是宝宝最好玩的时刻”。

一名网红孵化机构商务专员说，目前“儿童网红”主要有两种运营模式：一种为“轻运营”，即机构为家长提供内容、流量等方面的建议，主要由家长负责拍摄、运营，通过平台商单、商品寄拍等渠道获利；另一种模式则对机构的依赖度较高，儿童仅仅担任“演员”，其余环节均由专业团队完成。

儿童深陷“网红圈”存在风险

专家认为，网络流量变现具有生命周期较短、短期爆发式增长、容易快速凋谢等经营特点。儿童沉迷“网红圈”对其成长和社会长期发展不利。

——扭曲儿童价值观，助长不良风气。当前，不少儿童的未来理想成了“当网红”。北京德恒律师事务所合伙人刘扬认为，儿童的世界观、人生观、价值观尚不成熟，认为只要借助网络平台即可实现财富自由，进而荒废学业，流量消失后可能无法回归正常的成长路径。中共天津市委党校科社教研部主任张殿军认为，“小网红”们易产生功利化和浮躁化心态，影响其长远职业规划和理性判断。“若‘当网红’比接受教育更有吸引力的不良社会风气蔓延，将对社会价值观造成一定冲击。”张殿军说。

——损害儿童身心健康，制造社会焦虑。一些视频中，“小网红”被贴上“御姐”“小奶狗”等标签，“嗑CP”、容貌焦虑、性别偏见等内容出现在弹幕之中。天津市西青区实验小学大队辅导员、团支部书记周甜甜说，“小网红”火爆出圈的言论易被青少年盲目模仿，将其中的“金句”视为“高品位语言”，让一些孩子产生焦虑、自卑等心理健康问题。

1岁能弹钢琴曲、5岁博古通今、10岁掌握大学数学……有些“天才儿童”是MCN机构策划出来的剧本。天津市河东区凤凰小学副校长李博认为，包装这类“天才儿童”视频是在制造、贩卖焦虑，易使一些家长强行干预孩子的正常成长过程，加剧社会的功利化和浮躁化。

儿童的权益谁来保护？

网络萌娃的热潮之下，被影响的其实远不止少数有影响力的“网红儿童”。在头部“网红”的示范效应之下，越来越多的家长跟风，不断在社交平台展示萌娃的生活和学习视频，也企图把孩子打造成“网红”。某短视频平台数据报告显示，2021年全年该平台共记录了1517万次儿童出生和2.53亿次儿童成长。

共青团中央维护青少年权益部和中国互联网络信息中心（CNNIC）发布的数据显示，2018年至2022年，我国未成年网民规模从1.69亿增长到1.93亿，未成年人互联网普及率从93.7%增长到97.2%。现实中，除了“被迫营业”的“网红儿童”，还有更多喜欢网上冲浪的未成年，因观看相关视频，受到一定的负面影响。

孩子是国家和民族的希望。面对“网红儿童”乱象，需要社会引起高度警惕和重视。

家长是孩子最重要的守护者，不能为了一时之利“遮望眼”。保护孩子的身心健康，需要每一个家长都担负起为人父母的责任。

目前，我国已经出台了一些法律法规来保护未成年人的“网络权益”。例如《网络直播营销管理办法（试行）》《关于规范网络直播打赏加强未成年人保护的意见》《关于加强网络文化市场未成年人保护工作的意见》《未成年人网络保护条例》等，明确禁止未成年人从事直播活动，严禁借“网红儿童”牟利以及其他利用网络损害未成年人合法权益的情形。

然而这些现象并未禁绝，花样甚至还在翻新。

对此，北京市京师律师事务所律师蔡东芳认为，这些规定存在一些漏洞和不完善之处。例如对于未成年人主播的定义、直播内容的审核标准、平台的监管责任等方面的规定不够明确，导致一些人利用这些漏洞来规避处罚，应加快填补相关法律法规“漏洞”，加强对平台的监管，要求其完善审核机制。政府、网络平台、学校、家庭等也应该共同治理网络环境，为未成年人系上更牢固的“安全绳”，形成社会共治的良好氛围。