

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۲۵۰ - ۲۲۹

سلبریتی‌های کوچک و فضای مجازی در ایران: مطالعه خشونت و جنسیت در صفحات اینستاگرامی کودکان

سوده مقصودی^۱

شکیلا اکبری^۲

چکیده

حضور کودکان در شبکه‌های اجتماعی در قالب "ستارگان کوچک"، آنان را در معرض آسیب‌های متعددی قرار می‌دهد. پژوهش حاضر با هدف بررسی پدیده خشونت در صفحات اینستاگرامی کودکان سلبریتی و با توجه به افزایش شمار آنان در شبکه‌های اجتماعی انجام شد. برای نیل به این هدف، ۲۰ صفحه اینستاگرامی کودکان به روش هدفمند انتخاب و محتوای آن‌ها در بازه زمانی سه ماهه مورد تحلیل قرار گرفت. روش پژوهش، توصیفی-همبستگی و تکنیک مورد استفاده تحلیل محتوا کمی بود. داده‌های لازم با استفاده از پرسشنامه معکوس گردآوری و فرضیات با استفاده از نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد که کودکان سلبریتی در معرض انواع خشونت سنتی و سایبری قرار داشته‌اند و بین جنسیت آن‌ها با نوع و میزان خشونت رابطه معناداری وجود دارد؛ به طوری که دختران بیشتر از پسران در معرض خشونت‌های روانی و کلامی بودند. همچنین، تشویق رفتارهای کودکان توسط والدین و دنبال‌کنندگان چرخه خشونت را تشدید می‌کند.

واژگان کلیدی

کودکان سلبریتی، خشونت سایبری، شبکه‌های اجتماعی مجازی، اینستاگرام، جنسیت.

۱. دانشیار، بخش علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: smaghsoodi@uk.ac.ir

۲. دانش آموخته کارشناسی ارشد، بخش علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

Email: akbari@ens.uk.ac.ir

پذیرش نهایی: ۱۴۰۴/۷/۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۴/۱۰

طرح مسأله

شاید بتوان گفت مهم‌ترین تغییرات چند دهه‌ای اخیر که تأثیر شگرفی بر همه‌ی وجوه زندگی انسان‌ها داشته‌اند، نوآوری‌ها و دگرگونی‌های فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی است که جهان را دگرگون کرده و اموری را در جهان قرن بیست‌ویکم ممکن ساخته‌اند که پیش‌تر امکان‌پذیر نبوده‌اند. این پیشرفت‌های سریع و چشمگیر، از جنبه‌های مختلف، بر زندگی فرهنگی تأثیر گذاشته و موجب جهانی‌شدن دانش و ارتباطات، و گسترش رسانه‌ها و کاربری آن‌ها شده‌اند. در واقع، بهتر است بگوییم که دنیای جدید به‌وسیله‌ی رسانه‌ها کنترل می‌شود و بسیاری از مناسبات انسانی اعم از فرهنگ، اقتصاد، سیاست و... به‌وسیله‌ی فناوری‌های رسانه‌ای نوین هدایت می‌شوند. (Recepoglo, 2015) در همین راستا، شبکه‌های اجتماعی موبایل محور نیز در عصر غلبه‌ی تصویر بر کلام، با خلق نوعی فرهنگ بصری نوین، به ابزارهایی قدرتمند در زمینه‌ی ارتباطی تبدیل شده‌اند که با تأثیرگذاری بر سبک زندگی، شیوه‌های کسب‌وکار، روش‌های آموزش و ابزارهای سرگرمی، توانسته‌اند جایگاه ویژه‌ای در زندگی روزمره‌ی افراد پیدا کنند (رضاییان و ادریسی، ۱۳۹۷: ۱۱). شبکه‌های اجتماعی، به‌عنوان بازیگرانی بسیار مهم در عرصه‌ی ارتباطات، با کارکردهای متنوع و از طریق سازمان‌دهی خدمات و تلفیق ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی، به ترویج تعاملات غیرخطی پرداخته‌اند؛ آن‌ها با ساده‌سازی کاربردها و محتوای وب برای کاربران و جذب میلیون‌ها نفر از سراسر جهان با علایق و سلیقه‌های گوناگون، مفهوم جامعه‌ی مجازی را به شکلی ملموس پدید آورده‌اند (Sun et al., 2014).

اینستاگرام به‌عنوان یکی از شبکه‌های اجتماعی آنلاین محبوب در ایران که در سال ۲۰۱۰ معرفی شد، توانست با ویژگی‌های دسترسی و وسعت، کم‌هزینه بودن، چندرسانه‌ای بودن، جمع‌گرایی و شبکه‌سازی انسانی، تعامل‌گرایی، بهره‌گیری بدون نیاز به مهارت و تخصص، ارتباط فوری، پیوستگی و مداومت (آذربخش، ۱۳۹۱: ۹۷)، طیف وسیعی از کاربران را در گروه‌های سنی مختلف به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم به خود جذب کند. این شبکه‌ی اجتماعی کاربران را قادر می‌سازد تا به شیوه‌ای آنی از لحظات زندگی خودشان عکس‌برداری کنند و آن را از طریق یک‌سری فیلترها دستکاری و با دیگران به اشتراک بگذارند (Rainie, Brenner & Purcell, 2012). کاربران این شبکه می‌توانند لحظات زندگی خود را ثبت، ویرایش و با دیگران به اشتراک بگذارند و در عین حال، این پلتفرم به کانالی برای بازاریابی برندها، به‌ویژه در حوزه مد و زیبایی، بدل شده است (Putra & Febrina, 2019). با گسترش استفاده از اینستاگرام در میان گروه‌های مختلف سنی، نه تنها سبک زندگی بزرگسالان دستخوش تغییر شده، بلکه بازنمایی کودکی نیز شکل و معنای تازه‌ای یافته است. در این میان، کودکان نیز به‌عنوان بخشی از سبک

زندگی خانواده‌ها و بازتاب‌دهنده‌ی هویت والدین در فضای مجازی، به تدریج جایگاهی پررنگ در این شبکه اجتماعی پیدا کرده‌اند. حضور گسترده والدین در این فضا، زمینه‌ساز ورود کودکان شده و بستری برای درهم‌تنیدگی هرچه بیشتر مرزهای دنیای کودکی و جهان بزرگسالی فراهم آورده است؛ به گونه‌ای که تفکیک میان این دو عرصه در اینستاگرام دشوار به نظر می‌رسد. به نظر می‌رسد در قلمرو اجتماعی اینستاگرام، «کودکی» به سوژه‌ای جذاب برای دیده‌شدن بدل شده و کودکان، به عنوان سوژه‌های نوظهور در منطق سرمایه‌داری، مورد توجه روزافزون قرار گرفته‌اند. یکی از گروه‌های پرطرفدار در این شبکه، کودکانی هستند که در قالب سلبریتی‌ها^۱ و اینفلوئنسر^۲ها به نمایش گذاشته می‌شوند. تری سنفت^۳ برای توصیف افراد مشهور در فضای مجازی از اصطلاح «خرده سلبریتی»^۴ استفاده کرده است. بر اساس این تعریف، خرده سلبریتی به آن دسته از کاربران فضای مجازی اطلاق می‌شود که با بهره‌گیری از ابزارهایی مانند وب‌کم، صدا، ویدیو و سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، برای خوانندگان، بینندگان و کسانی که با آن‌ها ارتباط آنلاین دارند، محبوبیت یافته‌اند و نوعی ارتباط نمایشی را در فضای آنلاین برای هواداران خود شکل می‌دهند (آقای و رضانیان، ۱۳۹۸: ۱۶۵). به بیان دیگر، خرده سلبریتی الگویی فکری است که مجموعه‌ای از عملکردهای لازم برای نمایش خود در قالب رسانه‌های اجتماعی را فراهم می‌کند؛ عملکردهایی که طی آن کاربران به صورت استراتژیک برای خود پروفایل می‌سازند، دنبال‌کننده جذب می‌کنند و تلاش می‌نمایند تا با جلب توجه دیگران، منزلت آنلاین خود را ارتقا دهند (اسلامی، ۱۳۹۶: ۲۰). در این میان، «کودکان سلبریتی» به کودکانی اطلاق می‌شود که در فضای مجازی به عنوان مدل تبلیغاتی یا نمونه‌ای ایده‌آل از کودک بازنمایی می‌شوند (آقای و رضانیان، ۱۳۹۸: ۱۶۵). این کودکان که برای گروهی از مردم شناخته شده‌اند، به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با دیگر کاربران و هواداران خود در شبکه‌های اجتماعی در ارتباط هستند و در بستر آنلاین تولید محتوا می‌کنند. با وجود آنکه اینستاگرام برای کاربران خود محدودیت سنی تعیین کرده و افراد زیر ۱۳ سال را از ساخت حساب کاربری منع کرده است، اما بسیاری از این کودکان با همراهی والدینشان صفحات شخصی خود را مدیریت می‌کنند، به درخواست دیگران برای تولید محتوا پاسخ می‌دهند و در بستر آنلاین، به گونه‌ای فعالانه با دنبال‌کنندگان خود در تعامل‌اند. حضور کودکان در این فضا، به عنوان ستارگان کوچک و مورد توجه، آن‌ها را در معرض آسیب‌های گوناگون قرار می‌دهد. یکی از جدی‌ترین پدیده‌هایی که کودکان سلبریتی ممکن است با آن مواجه شوند، روابط آمیخته با سلطه و تجربه‌ی خشونت در بستر آنلاین یا همان خشونت

1. Celebrity
2. Influencer
3. Terri Senft
4. Micro Celebrity

سایبری است. ویژگی‌هایی چون کم‌هزینه بودن، سهولت استفاده و امکان ناشناس ماندن کاربران در شبکه‌های اجتماعی آنلاین، شرایطی را فراهم می‌آورد که اعمال خشونت در مقیاسی گسترده‌تر و نامحسوس‌تر از جهان واقعی رخ دهد (همت‌پور و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۰۸). این فضا بسیاری از افراد را به‌ویژه به‌دلیل ناآگاهی از پیامدهای کنش‌های آنلاین و کاهش حس همدلی با قربانیان به عاملان بالقوه‌ی آزارگری تبدیل می‌کند؛ چرا که در جهان مجازی، عواملی چون برتری جسمی یا قدرت فیزیکی که برای اعمال سلطه در دنیای واقعی ضروری‌اند، فاقد معنا می‌شوند (Kowalski et al., 2014: 1107).

کودکان سلبریتی در بستر آنلاین همواره در معرض قضاوت و ارزش‌گذاری دیگران قرار دارند. با وجود آنکه تشخیص میزان آسیب‌دیدگی این کودکان که قربانی خشونت هستند دشوار است، اما مطالعات نشان می‌دهند که هویت آنان پیوسته در ارتباط با دیگران شکل می‌گیرد و اعتماد به نفس‌شان وابسته به تأیید بیرونی است. همچنین کودکانی که به‌عنوان سلبریتی به نمایش گذاشته می‌شوند، در مقایسه با کودکان عادی، بیشتر در معرض مشکلات روحی و روانی به‌ویژه افسردگی و اضطراب اجتماعی قرار دارند؛ بروز رفتارهای ضداجتماعی و مسائل ارتباطی در آنان بیش از دیگر کودکان مشاهده می‌شود و در نهایت، بیشتر در معرض آسیب‌هایی جدی‌تر مانند اعتیاد و خودکشی قرار می‌گیرند (نکوفر و قلاوند، ۱۳۹۷: ۹؛ بذرافشان و همکاران، ۱۳۹۶: ۹۱۹ و ۹۲۰).

Whittaker & Kowalski, 2015: 13).

علاوه بر این، بررسی‌ها نشان داده‌اند که اینستاگرام، به‌عنوان یک پدیده‌ی ارتباطی، در بازتعریف شخصیت فرد در بلندمدت تأثیرگذار است. شخصیتی که این فضا به کاربران خود ارائه می‌دهد، تا حد زیادی با شخصیت واقعی آنان متفاوت است. کاربران در تلاش‌اند نداشته‌های خود را در این محیط به نمایش بگذارند یا در مقام قیاس با دیگران، شخصیتی کاذب از خود بسازند (همت‌پور و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۰۸). این امر در رابطه با کودکان اهمیت دوچندانی می‌یابد، زیرا دسترسی آسان و استفاده راحت از این شبکه برای آن‌ها باعث می‌شود بدون درک صحیح از شرایط، قابلیت‌ها و سازوکارهای این فضا، در معرض انواع آسیب‌ها قرار بگیرند.

با افزایش چشمگیر حضور کودکان سلبریتی در اینستاگرام و تشویق یا همراهی والدین برای ورود فرزندان‌شان به این فضای پرچالش، ابعاد زندگی و تجربیات این کودکان که به‌عنوان پدیده‌ای نوظهور در جامعه مطرح‌اند، هنوز به‌طور کامل شناخته نشده‌اند. اگرچه مطالعات ارزشمندی به بررسی ابعاد مجزایی از این پدیده پرداخته‌اند از جمله انگیزه‌های والدین برای به‌اشتراک‌گذاری زندگی کودکان (قاسم‌زاده و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۳۹۹؛ Minkus et al., 2015)، مسائل مربوط به حریم خصوصی (Minkus et al., 2015)، و بازتولید کلیشه‌های جنسیتی (Choi & Lewallen, 2017) اما مطالعه جامعی که به صورت همزمان به کنکاش در انواع سه‌گانه

خشونت (سنتی، سایبری و نمادین) علیه کودکان سلبریتی، با در نظرگیری متغیر جنسیت و شناسایی عاملان و واکنش‌های مختلف در بستر فرهنگی ایران پردازد، مغفول مانده است. این خلأ پژوهشی، ضرورت انجام مطالعه‌ای دقیق و همه‌جانبه را دوجندان می‌کند. نوآوری پژوهش حاضر در همین نقطه نهفته است. این پژوهش با عبور از بررسی تک‌بعدی، رویکردی ترکیبی و نظام‌مند دارد و با تحلیل محتوای کمی صفحات اینستاگرامی، در پی آن است تا به پرسش‌های اساسی این پدیده پاسخ گوید. بر این اساس هدف اصلی پژوهش، تحلیل محتوای مضمون خشونت در صفحات اینستاگرامی کودکان سلبریتی است. افزون بر آن، اهداف فرعی زیر با هدف ارائه شناختی عمیق، علمی و بومی از ابعاد پیچیده این پدیده دنبال می‌شود:

شناسایی انواع خشونت (سنتی، سایبری و نمادین) و عاملان آن در صفحات اینستاگرامی کودکان سلبریتی؛

بررسی رابطه‌ی میان جنسیت کودک و نوع، میزان و عامل خشونت؛

تحلیل واکنش کودکان، والدین و دنبال‌کنندگان (فالوئر‌ها) نسبت به خشونت و بررسی نقش آنان در انتشار یا کنترل این نوع محتوا.

دستیابی به این اهداف می‌تواند به شناسایی عوامل موثر، نقش والدین، فالوئر‌ها و دیگر ذی‌نفعان، و واکنش‌های مختلف نسبت به خشونت در این فضا کمک کند و در نتیجه، بستری فراهم آورد تا سیاست‌گذاران، خانواده‌ها و فعالان فضای مجازی بتوانند با آگاهی بیشتر، اقداماتی موثر در جهت کاهش آسیب‌ها و حمایت از کودکان سلبریتی انجام دهند.

مباحث نظری

خشونت به عنوان رفتاری تعریف می‌شود که با هدف آسیب رساندن به دیگری انجام می‌گیرد (صدیق سروستانی، ۱۳۹۰: ۱۱۵). سازمان بهداشت جهانی خشونت را شامل تمامی اشکال سوء رفتار جسمی، آزار جنسی، آزار عاطفی، اغفال، رفتار اهمال‌گرایانه، استثمار تجاری و سایر مواردی می‌داند که منجر به صدمه و آسیب بالفعل یا بالقوه به سلامت، بقا، تکامل یا منزلت فرد می‌شود (عرب و همکاران، ۱۳۹۴: ۵۵). در مورد کودکان، خشونت یا کودک‌آزاری به هرگونه آسیب یا تهدید سلامت جسم و روان، سعادت، رفاه و بهزیستی کودک اطلاق می‌شود که توسط والدین یا افراد مسئول اعمال می‌شود (موسوی چلک، ۱۳۹۵: ۱۴۵). خشونت را می‌توان به دو نوع مستقیم و غیرمستقیم تقسیم کرد. خشونت مستقیم شامل رفتارهای آشکار مانند زد و خورد، شکنجه و قتل است، در حالی که خشونت غیرمستقیم شامل رفتارهای پنهان مانند بی‌تفاوتی، کدورت و بی‌اعتمادی می‌شود (یاری‌قلی و همکاران، ۱۳۹۶: ۸۱).

علمی و همکاران (۱۳۸۸) خشونت را به پنج نوع اصلی تقسیم کرده‌اند: خشونت جسمانی

(فیزیکی): شامل صدمه‌های ناشی از ضربه، لگد، سیلی یا استفاده از ابزارهایی مانند کمربند، ترکه چوب و چماق. خشونت کلامی: شامل رفتارهای آزاردهنده از طریق کلام، مانند دشنام، تحقیر و تمسخر.

خشونت عاطفی (روانی): شامل رفتارهایی که به شایستگی‌های اجتماعی کودک حمله می‌کنند و اعتماد به نفس و تصور او از خود را تخریب می‌کنند (طیب‌زاده دزفولی، ۱۳۸۹: ۲۱).

خشونت جنسی: شامل استفاده از کودک برای ارضای تمایلات جنسی، چه با تماس جسمی (مانند لمس جنسی) و چه بدون تماس جسمی (مانند نمایش آلات جنسی یا گرفتن عکس‌های مستهجن). غفلت و مسامحه: شامل عدم تأمین نیازهای اساسی کودک مانند غذا، پوشاک، مسکن، بهداشت، مراقبت پزشکی و توجه عاطفی (طیب‌زاده دزفولی، ۱۳۸۹: ۲۱). با گسترش فضای مجازی، مفهوم خشونت سایبری نیز مطرح شده است. خشونت سایبری به استفاده از فناوری‌های ارتباطات الکترونیکی برای آزار و اذیت دیگران اشاره دارد

(Kowalski et al., 2014: 1074). این نوع خشونت می‌تواند اشکال متنوعی داشته باشد، از جمله دعوای آنلاین، آزار و اذیت از طریق پیام‌های تکراری و توهین‌آمیز، فریب و نیرنگ، درخواست اطلاعات شخصی، به اشتراک‌گذاری اطلاعات بدون رضایت فرد، بلاک و آنفالو کردن افراد در شبکه‌های اجتماعی، تهدید، جعل هویت و تمایلات جنسیتی و جنسی (Kowalski et al., 2014: 1074). خشونت سایبری و سنتی وجوه مشترکی دارند، مانند تعمدی بودن، تکراری بودن و آزاردهنده بودن، اما تفاوت اصلی آن‌ها در ماهیت ارتباطات است. در خشونت سایبری، وابستگی به ارتباط چهره به چهره وجود ندارد (بیرامی و همکاران، ۱۳۹۲: ۱۵۴). یکی دیگر از مفاهیم مرتبط با خشونت، خشونت نمادین است که توسط بوردیو^۱ مطرح شده است. بوردیو خشونت نمادین را شکلی از سلطه می‌داند که از طریق تحمیل ارزش‌های یک طبقه خاص بر سایر طبقات جامعه اعمال می‌شود (سیدمن، ۱۳۹۵: ۲۰۳). این نوع خشونت با همدستی خود قربانی انجام می‌گیرد، به طوری که فرد خشونت را تشخیص نمی‌دهد و شرایط را طبیعی می‌پندارد (بون‌ویتز، ۱۳۹۸: ۱۱۶).

پیشینه تجربی

با وجود مطالعات متعددی که به بررسی ابعاد مختلف حضور کودکان در فضای مجازی و نقش والدین در این زمینه پرداخته‌اند، همچنان برخی جنبه‌های مهم و نوظهور این پدیده به طور کامل و جامع مورد توجه قرار نگرفته است. به عنوان مثال، پژوهش‌های انجام‌شده توسط: قاسم‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) با استفاده از روش گراند تئوری، به بررسی انگیزه‌های سوءاستفاده

1. Bourdieu

از کودکان توسط مادران بلاگر پرداختند. یافته‌ها نشان داد که مشکلات روانی، خانوادگی، اقتصادی و فرهنگی-اجتماعی، تلاش برای کسب اعتبار اجتماعی و موفقیت اقتصادی، سرگرمی و لذت فرزند از فضای مجازی، و همچنین تلاش برای مطرح کردن فرزند در این فضا، از جمله مهم‌ترین انگیزه‌های این مادران بوده‌اند.

مینکوس^۱ و همکاران (۲۰۱۵) در پژوهشی به بررسی ابعاد حریم خصوصی کودکان در فضای مجازی پرداختند. آن‌ها با تحلیل صفحات ۲۳۹۳ کاربر در فیسبوک و اینستاگرام دریافتند که والدین، با وجود نگرانی‌هایشان نسبت به حفظ حریم خصوصی، اطلاعات مهمی از زندگی فرزندان خود را در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌کنند.

چوی و لوالن^۲ (۲۰۱۷) با تحلیل ۵۱۰ پست اینستاگرامی، نحوه بازتولید کلیشه‌های جنسیتی و نژادی توسط والدین را مورد بررسی قرار دادند. نتایج این پژوهش نشان داد که والدین، آگاهانه یا ناآگاهانه، از طریق تعامل با فرزندان خود در فضای مجازی، به تداوم و بازتولید این کلیشه‌ها کمک می‌کنند.

هالیدی و همکاران^۳ (۲۰۲۰) نیز در مطالعه‌ای با عنوان «بازنمایی خود از خلال نمایش فرزندان در اینستاگرام»، نحوه حضور کودکان و والدین را در ۱۲۵ پست مشترک بررسی کردند. آن‌ها دریافتند که پست‌های منتشرشده توسط والدین، در واقع نمایشی از هویت رابطه‌ای والد کودک بوده و بیش از آنکه به فرزند بپردازد، به بازنمایی خود والدین در قالب نقش والدینی مربوط می‌شود.

مقولات مطرح‌شده در این پژوهش، بر اساس نظریات و پیشینه‌ی موجود، شامل موارد زیر است:

خشونت سنتی شامل خشونت روانی و کلامی است. خشونت روانی، رفتارهایی نظیر بی‌توجهی، قهر، توهین، تمسخر، تحقیر، حسادت، درخواست‌های ناروا (مانند انجام حرکات موزون اجباری یا پوشیدن لباس خاص)، عیب‌جویی، تنفر، سوءرفتار هیجانی، فشار روانی و سرکوفت را دربر می‌گیرد. خشونت کلامی نیز شامل آزار از طریق نوشتار یا گفتار، مانند حاضرجوابی، ستیزه‌جویی کلامی، قلدرنمایی، و انتقال جدال کلامی است.

خشونت سایبری شامل استفاده از بستر مجازی برای آسیب‌رساندن به دیگران است، از جمله دعوای آنلاین، بی‌آبرو کردن، افشای اطلاعات شخصی، تهدید، جعل هویت، تهمت، بدگویی و محتوای جنسی.

1. Minkus
2. Choi and Lewallen
3. Holiday

استفاده تجاری از کودک شامل بهره‌برداری تبلیغاتی و اقتصادی از کودک، نقض حریم خصوصی (از طریق انتشار مداوم لحظات زندگی کودک)، تبلیغات، نمایش بدن کودک، و برندسازی از کودک است.

با مرور پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی مشخص می‌شود که با وجود مطالعاتی درباره انگیزه‌های والدین، مسائل حریم خصوصی، کلیشه‌های جنسیتی، و بازنمایی کودک در شبکه‌های اجتماعی، مقوله‌ی خشونت در صفحات اینستاگرامی کودکان سلبریتی به‌صورت جامع و ترکیبی کمتر بررسی شده است. تاکنون مطالعه‌ای که به‌صورت مشخص، سه‌گانه‌ی خشونت سنتی، سایبری و تجاری را در کنار یکدیگر و در بستری بومی مانند ایران تحلیل کند، صورت نگرفته است. این خلأ، ضرورت انجام پژوهش حاضر را دوچندان می‌سازد.

روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه با بهره‌گیری از رویکردی توصیفی-تبیینی و با استفاده از مشاهده مستقیم به انجام رسیده است. تکنیک اصلی گردآوری و تحلیل داده‌ها، تحلیل محتوای کمی بوده است که با هدف شناسایی و استخراج مضمون‌های مرتبط با خشونت در محتوای منتشرشده در صفحات اینستاگرامی کودکان سلبریتی صورت گرفته است.

جامعه آماری پژوهش شامل ۲۰ صفحه اینستاگرامی متعلق به کودکان سلبریتی در ایران بود (۱۰ صفحه متعلق به دختران و ۱۰ صفحه متعلق به پسران). این صفحات به‌صورت هدفمند و در دسترس، و بر اساس معیارهایی چون تعداد بالای دنبال‌کنندگان و میزان فعالیت مستمر در انتشار محتوا انتخاب شدند. نمونه‌گیری زمانی به‌صورت متمرکز در یک بازه سه‌ماهه انجام گرفت؛ به‌طوری که تمامی محتواهای منتشرشده در این صفحات طی این مدت مورد بررسی قرار گرفتند. در مجموع، ۵۵۸۷ محتوای منتشرشده (شامل پست، استوری، کامنت و لایو) مورد مشاهده و تحلیل قرار گرفتند که از میان آن‌ها، ۹۴۵ مورد به‌عنوان محتوای خشونت‌آمیز شناسایی شد و سایر موارد، به دلیل عدم انطباق با مقولات خشونت، از فرایند تحلیل خارج شدند. ابزار گردآوری داده‌ها شامل دو ابزار اصلی بود:

(۱) فیش‌های موضوعی که برای ثبت نظام‌مند داده‌ها و طبقه‌بندی اولیه محتواهای خشونت‌آمیز مورد استفاده قرار گرفتند؛

(۲) پرسشنامه معکوس که برای استخراج نهایی داده‌ها از فیش‌ها و تسهیل فرایند کدگذاری طراحی شد.

در مرحله اول، با انجام مشاهده مقدماتی، مقولات اصلی خشونت (خشونت سنتی، سایبری و تجاری) شناسایی گردید. سپس، محتوای هر صفحه بر اساس این مقولات وارد فیش‌ها شده و در

مرحله بعد، با بهره‌گیری از پرسشنامه معکوس، داده‌ها کدگذاری و آماده تحلیل شدند. در نهایت، تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار SPSS انجام گرفت و فرضیه‌های پژوهش به‌صورت آماری مورد آزمون قرار گرفتند.

- با توجه به چارچوب نظری و پیشینه مطالعاتی، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین شد:
۱. بین جنسیت کودک و نوع خشونت تجربه‌شده در صفحات اینستاگرامی رابطه معناداری وجود دارد.
 ۲. بین جنسیت کودک و عامل خشونت (والدین، فالوورها، اسپانسرها) رابطه معناداری وجود دارد.
 ۳. بین جنسیت کودک و نوع محتوای خشونت‌آمیز تولیدشده در صفحات اینستاگرامی رابطه معناداری وجود دارد.

از آنجا که موضوع پژوهش به کودکان مربوط می‌شود، رعایت ملاحظات اخلاقی اهمیت ویژه‌ای داشت. داده‌ها صرفاً از محتوای عمومی صفحات استخراج شدند و هیچ‌گونه ورود به حریم خصوصی کودکان صورت نگرفت. همچنین نتایج به‌صورت کلی و بدون ذکر نام یا نشانه‌ای که امکان شناسایی افراد را فراهم کند گزارش شد. با وجود آنکه درباره حفظ حریم خصوصی کاربران در فضای مجازی اجماع روشنی وجود ندارد، این پژوهش تلاش کرد با محرمانه نگه داشتن نام کاربری کودکان سلبریتی، از هرگونه بازنامایی که به تبلیغ غیرمستقیم این صفحات یا افزایش مخاطبان آن‌ها منجر شود پرهیز کند.

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

داده‌ها نشانگر این امرند که بیشترین موارد خشونت در میان کودکان دختر سلبریتی رخ می‌دهد، یعنی از میان ۹۴۵ مورد خشونت شناسایی شده ۶۸۸ مورد در میان دختران و ۲۵۷ مورد در میان پسران رخ داده بود. به نظر می‌رسد ساختار تودرتوی شبکه‌های اجتماعی و منطق بازار باعث شده است که خشونت که در ظاهر پدیدار است (مثلاً فاش کردن اطلاعات یا تبلیغ) به شکل‌هایی نمادین و پنهان‌تر نیز بازتولید شود.

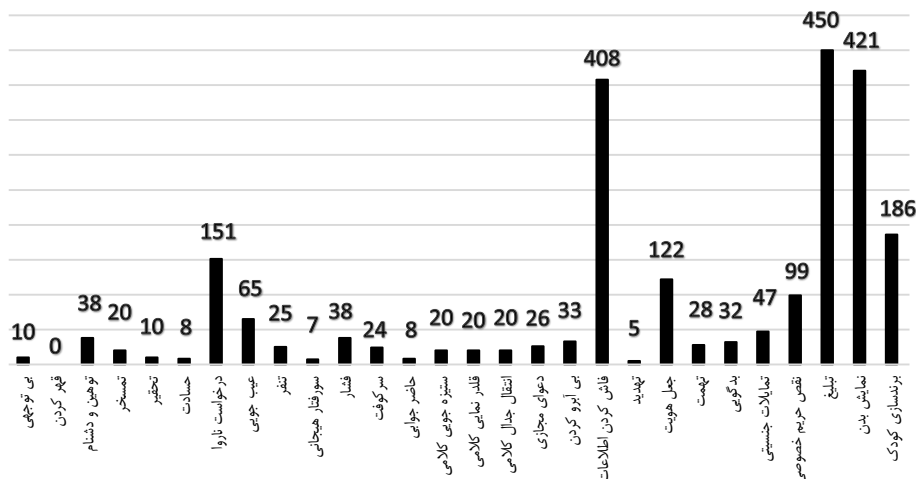
جداول توصیفی نشان دادند که بیشترین سنی که در بین کودکان سلبریتی قربانی خشونت دیده می‌شوند کودکان سه ساله در هر دو جنس هستند (۵۲/۷ درصد). پس از کودکان سه ساله در هر دو جنس بیشترین فراوانی در میان دختران متعلق به کودکان چهار ساله (۲۸/۲ درصد) و در میان پسران متعلق به کودکان هفت ساله (۲۵/۳ درصد) بود. یافته‌ها نشان می‌دهند که در صفحات اینستاگرامی کودکان سلبریتی مصادیق خشونت سنتی ۱۱/۱ درصد و مصادیق خشونت

سایبری ۸۸/۹ درصد مشاهده شد. با تفکیک مفهوم خشونت بر حسب جنسیت کودک سلبریتی مشخص شد، کودکان دختر ۱۸/۷ درصد خشونت سنتی و ۸۱/۳ درصد خشونت سایبری را تجربه کرده بودند در حالی که کودکان پسر تنها در معرض انواع خشونت سایبری قرار داشتند و مصادیق خشونت سنتی در میان آنان دیده نشد.

جدول ۱: توزیع فراوانی و درصدی نوع خشونت بر حسب جنسیت کودک

نوع خشونت	جنس		دختر		پسر		جمع کل	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
خشونت روانی	53	7/7	0	0	0	0	53	6/5
خشونت کلامی	10	5/1	0	0	0	0	10	1/1
خشونت سایبری	76	11	11	3/4	87	2/9		
استفاده تجاری	198	8/28	221	86	419	3/44		
خشونت روانی-کلامی	19	8/2	0	0	19	2		
خشونت روانی-سایبری	158	23	2	8/0	160	9/16		
خشونت روانی-تجاری	16	3/2	1	4/0	17	8/1		
خشونت کلامی-سایبری	9	3/1	1	4/0	10	1/1		
خشونت سایبری-تجاری	149	7/21	21	2/8	170	18		
جمع کل	688	100	257	100	945	100		

طبق جدول ۱، از میان انواع خشونت، بیشترین نوع مشاهده شده مربوط به استفاده تجاری (۴۴/۳ درصد) بود و کمترین مورد به خشونت کلامی (۱/۱ درصد) اختصاص داشت. با تفکیک نوع خشونت بر حسب جنسیت کودک جدول توصیفی نشان داد که تنها کودکان سلبریتی دختر در معرض خشونت روانی (۷۷/۷ درصد)، کلامی (۱/۵ درصد) و خشونت روانی-کلامی (۲/۸ درصد) هستند و در میان کودکان پسر سلبریتی انواع این خشونت‌ها مشاهده نشد.



نمودار شماره ۱: فراوانی زیرمقوله‌های انواع خشونت علیه کودکان سلبریتی

جدول ۲: توزیع فراوانی و درصدی ابعاد خشونت روانی، کلامی، سایبری و استفاده تجاری بر حسب جنسیت کودک

جنس	ابعاد خشونت	دختر		پسر		جمع کل	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
خشونت روانی	بی توجهی	10	5/1	0	0	10	1/1
	قهر کردن	0	0	0	0	0	0
	توهین و دشنام	38	5/5	0	0	38	4
	تمسخر	20	9/2	0	0	20	1/2
	تحقیر	10	5/1	0	0	10	1/1
	حسادت	8	2/1	0	0	8	8/0
	درخواست ناروا	151	9/21	0	0	151	16
	عیب جویی	64	3/9	1	4/0	65	9/6
	تنفر	25	6/3	0	0	25	6/2
	سوء رفتار هیجانی	7	1	0	0	7	7/0
	فشار	36	2/5	2	8/0	38	4
	سرکوفت	24	5/3	0	0	24	5/2
خشونت کلامی	حاضر جوابی	8	2/1	0	0	8	8/0
	ستیزه جویی کلامی	19	8/2	1	4/0	20	1/2
	قلدر نمایی کلامی	19	8/2	1	4/0	20	1/2

جنس		دختر		پسر		جمع کل	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
خشونت سایبری	انتقال جدال کلامی	19	8/2	1	4/0	20	1/2
	دعای مجازی	25	6/3	1	4/0	26	8/2
	بی‌آبرو کردن	32	7/4	1	4/0	33	5/3
	فاش کردن اطلاعات	374	4/54	34	2/13	408	2/43
	تهدید	4	6/0	1	4/0	5	5/0
	جعل هویت	122	7/17	0	0	122	9/12
	تهمت	28	1/4	0	0	28	3
	بدگویی	31	5/4	1	4/0	32	4/3
	تمایلات جنسیتی	47	8/6	0	0	47	5
	نقض حریم خصوصی	67	7/9	32	5/12	99	5/10
استفاده تجاری	تبلیغ	226	8/32	224	2/87	450	6/47
	نمایش بدن	201	2/29	220	6/85	421	6/44
	برندسازی از کودک	166	1/24	20	8/7	186	7/19
	جمع کل	688	100	257	100	945	100

طبق جدول ۲، از میان زیرمقوله‌های خشونت روانی که به طور قابل توجه‌ای در میان کودکان دختر سلبریتی بیش از کودکان پسر مشاهده شد، بیشترین مورد مربوط به درخواست ناروا (۲۱/۹ درصد) و عیب‌جویی (۹/۳ درصد) بود و کمترین مورد مربوط به قهر کردن بود که مشاهده نشد. در بین زیرمقوله‌های خشونت کلامی که همانند ابعاد خشونت روانی در میان کودکان دختر سلبریتی بیشتر از کودکان پسر مشاهده شد بیشترین فراوانی مربوط به ستیزه‌جویی کلامی، قلدرنمایی کلامی و انتقال جدال کلامی (۲/۸ درصد) و کمترین مورد مشاهده شده حاضر جوابی کلامی (۱/۲ درصد) بود. از میان زیرمقوله‌های خشونت سایبری بیشترین مورد مشاهده شده در هر دو جنس مربوط به فاش کردن اطلاعات (۴۳/۲ درصد) بود. بعد از فاش کردن اطلاعات جعل هویت (۱۷/۷ درصد) و تمایلات جنسیتی (۶/۸ درصد) بیشترین خشونت اعمال شده بودند که تنها در میان کودکان دختر سلبریتی مشاهده شد. از بین ابعاد استفاده تجاری بیشترین نوع مورد مشاهده شده در هر دو جنس مربوط به تبلیغ (۴۷/۶ درصد) و نمایش بدن کودک (۴۴/۶ درصد)

بود. بعد از تبلیغ و نمایش بدن، در میان کودکان دختر سلبریتی برندسازی از کودک (۲۴/۱) درصد) و در میان کودکان پسر سلبریتی نقض حریم خصوصی (۱۲/۵ درصد) بیشترین فراوانی مشاهده شده بود.

یافته‌های ما نشان داد که، (۲۴/۹ درصد) از مادران عامل خشونت علیه کودکان سلبریتی هستند و کمتر از ۱ درصد (۰/۶ درصد) موارد خشونت، از جانب پدر بود. بعد از مادر، فالوئرهای زن (۶/۳ درصد) و فالوئرهای مرد (۱/۹ درصد) عامل خشونت علیه کودکان سلبریتی بودند. با تفکیک عامل خشونت بر حسب جنسیت کودک جداول توصیفی نشان دادند که فالوئرهای زن (۸/۶ درصد) و فالوئرهای مرد (۲/۶ درصد) نسبت به کودکان دختر در مقایسه با کودکان پسر خشونت بیشتری اعمال می‌کنند.

همچنین داده‌ها نشان داد که، (۹۶/۹ درصد) از کودکان سلبریتی، (۹۶/۹ درصد) از فالوئر‌ها و (۹۴/۳ درصد) از والدین موافق خشونت اعمال شده بودند. با این حال تفکیک واکنش نسبت به خشونت بر حسب جنسیت کودک نشان داد که کودکان دختر سلبریتی (۴/۵ درصد) در مقایسه با کودکان پسر سلبریتی (۰/۵ درصد) به میزان بیشتری مخالفت و اعتراض خود را نسبت به خشونت نشان می‌دهند. فالوئرهای کودکان سلبریتی دختر (۴/۴ درصد) نیز در مقایسه با فالوئرهای کودکان سلبریتی پسر (۰ درصد) به میزان بیشتری نسبت به خشونت اتفاق افتاده معترض بودند. همچنین والدین کودکان دختر سلبریتی (۸/۳ درصد) در مقایسه با والدین کودکان پسر سلبریتی (۰/۴ درصد) مخالف خشونت بودند.

جدول ۳: توزیع فراوانی و درصدی عامل درخواست تولید محتوا بر حسب جنسیت کودک

جنس	دختر		پسر		جمع کل	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
والدین	311	3/56	39	2/15	350	3/43
فالوئر	170	8/30	15	9/5	185	9/22
اسپانسر	71	9/12	202	9/78	273	8/33
جمع کل	552	100	256	100	808	100

طبق جدول فوق، (۴۳/۳ درصد) از محتوایی که مواردی از خشونت را در صفحات کودکان سلبریتی نشان می‌دادند به درخواست والدین منتشر شده بودند. بعد از والدین، اسپانسر‌ها و بنگاه‌های اقتصادی-تجاری (۳۳/۸ درصد) دومین عاملان درخواست تولید محتوا هستند که کودک را به نحوی در معرض خشونت قرار می‌دهند. تفکیک عامل تولید محتوا بر حسب جنسیت کودک نشان داد که، بیشترین محتواهای حاوی خشونت در صفحات کودکان دختر سلبریتی

(۵۶/۳ درصد) به درخواست والدین بوده است در حالیکه بیشترین محتوای تولید شده از جانب کودکان پسر سلبریتی (۷۸/۹ درصد) که منجر به تجربه خشونت شده بود به درخواست اسپانسرها و بنگاه‌های اقتصادی-تجاری صورت گرفته بود.

جدول ۴: توزیع فراوانی و درصدی محتوای پیام‌های حاوی خشونت بر حسب جنسیت کودک

محتوای پیام‌ها	جنس		دختر		پسر		جمع کل	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
پست تبلیغاتی	9	3/1	5	9/1	14	5/1		
پست روزمره	284	3/41	7	7/2	291	8/30		
پست سرگرمی	5	7/0	0	0	5	5/0		
پست زیبایی	6	9/0	1	4/0	7	7/0		
پست مدلینگ	141	5/20	183	2/71	324	3/34		
کامنت	76	11	0	0	76	8		
استوری تبلیغاتی	61	9/8	30	7/11	91	9/6		
استوری روزمره	92	4/13	30	7/11	122	9/12		
لایو	14	2	1	4/0	15	6/1		
جمع کل	688	100	257	100	945	100		

طبق جدول فوق، بیشترین موضوعی که کودکان سلبریتی در ذیل آن خشونت را تجربه می‌کردند پست مدلینگ (۳۴/۳ درصد) و بعد از آن پست نمایش زندگی روزمره کودک (۳۰/۸ درصد) بیشترین مورد مشاهده شده بود. تفکیک موضوع محتوای حاوی خشونت بر حسب جنسیت کودک در جدول توصیفی نشان داد که کودکان دختر سلبریتی بیشترین مورد خشونت را در پست روزمره (۴۱/۳ درصد) و کودکان پسر سلبریتی بیشترین مورد خشونت را در پست مدلینگ (۷۱/۲ درصد) تجربه کرده بودند. همچنین در بین کودکان دختر سلبریتی اعمال خشونت از طریق پست سرگرمی (۰/۷ درصد) و کامنت فالوورها (۱۱ درصد) مشاهده شد که در بین کودکان پسر سلبریتی فراوانی نداشت.

یافته‌های حاصل از آزمون فرضیه‌ها

متغیرهای اصلی در این پژوهش جنسیت کودک و جنسیت عامل خشونت بودند. در ادامه به خلاصه‌ای از آزمون فرضیه‌ها اشاره می‌شود. لازم به ذکر است که سطح سنجش مقولات تحقیق، اسمی بوده به این خاطر از آزمون کی دو (مربع کای) استفاده شده است.

جدول ۵: بررسی ارتباط بین مقولات تحقیق

مقولات تحقیق	n	p	χ^2
رابطه بین جنسیت کودک و نوع خشونت	569	$p < 05/0$	677/123
رابطه بین جنسیت کودک و نسبت عامل خشونت با کودک	930	$p < 05/0$	106/102
رابطه بین جنسیت کودک و عامل تولید محتوای خشونت‌آمیز	808	$p < 05/0$	431/347

جدول تقاطعی مربوط به مقوله اول نشان داد که کودکان دختر سلبریتی ۱۵/۷ درصد مورد خشونت روانی، ۳ درصد مورد خشونت کلامی، ۲۲/۶ درصد مورد خشونت سایبری و ۵۸/۸ درصد مورد استفاده تجاری قرار گرفته‌اند در مقابل کودکان پسر سلبریتی ۴/۷ درصد مورد خشونت سایبری و ۹۵/۳ درصد مورد استفاده تجاری قرار گرفته‌اند که این بدین معناست که کودکان سلبریتی دختر انواع متفاوت‌تری از خشونت را در مقایسه با پسران تجربه کرده‌اند. همچنین جدول تقاطعی مربوط به مقوله دوم نشان داد که دختران سلبریتی ۶۸/۱ درصد و پسران سلبریتی ۹۹/۶ درصد از طرف والدینشان مورد خشونت قرار می‌گیرند. دختران سلبریتی ۳۱/۹ درصد از جانب فالوئرهای و مخاطبین مورد خشونت قرار می‌گیرند و پسران سلبریتی در مقایسه با آنان کمتر از ۱ درصد مورد خشونت واقع شده‌اند. جدول تقاطعی مربوط به آخرین مقوله نیز، نشان داد که بیشترین میزان محتوای تولید شده ۵۶/۳ درصد توسط دختران سلبریتی به درخواست والدینشان بوده است در حالی که بیشترین محتوای تولیدشده توسط پسران سلبریتی ۷۸/۹ درصد به درخواست اسپانسرها و بنگاه‌های تجاری-اقتصادی بوده است.

نتیجه گیری

مطالعه صفحات کودکان سلبریتی در اینستاگرام به خوبی بیانگر این واقعیت است که مجال حضور کودکان در شبکه‌های اجتماعی آنلاین همچون اینستاگرام و تولد سلبریتی‌های کوچک، مفهوم دوران کودکی را دچار تغییر کرده است. مرزهای کودکی و بزرگسالی در بستر تعاملی اینستاگرام بسیار کمرنگ شده و کودکان به عنوان عروسک‌های اسیر شده در فانتزی‌های دنیای بزرگسالانه به نمایش درمی‌آیند. این تغییر معنای کودکی را می‌توان در چارچوب نظریه بوردیو درباره خشونت نمادین نیز فهمید. کودکی که در اینستاگرام به نمایش گذاشته می‌شود، دیگر صرفاً تجربه زیسته کودکان نیست، بلکه به سوژه‌ای بازاری و نمایشی تبدیل می‌شود که ارزشش نه از درون، بلکه از تأیید و نگاه دیگران تعریف می‌شود. همین جاست که خشونت، حتی در غیاب ناسزا یا آزار مستقیم، به شکلی نرم و پنهان عمل می‌کند و ساختارهای اجتماعی را بازتولید می‌نماید.

هدف اصلی مقاله حاضر مطالعه خشونت و جنسیت در صفحات اینستاگرامی کودکان سلبریتی بود. شاید در نگاه اول صفحات کودکان سلبریتی آلبوم عکس یا دفتر خاطراتی آنلاین به نظر بیایند اما نتایج نشان داد که کودکان سلبریتی در شبکه اجتماعی اینستاگرام مورد خشونت قرار می‌گیرند و انواع سنتی و سایبری خشونت علیه آنان قابل مشاهده و شناسایی است. یافته‌ها نشان داد که میان جنسیت کودکان و میزان و نوع خشونت رابطه وجود دارد. به طور کلی کودکان دختر سلبریتی در این فضا بیشتر مورد خشونت قرار می‌گرفتند. استفاده از کودکان برای اهداف تجاری و زیرمقوله‌های آن (تبلیغ، نمایش بدن، فاش کردن اطلاعات و برندسازی از کودک) بیشترین مورد مشاهده شده در هر دو جنس بود که این نتیجه همراستا با پژوهش آقایی و رضانیاکان (۱۳۹۸)، قاسم‌زاده و همکاران (۱۳۹۹) و مینکوس و همکاران (۲۰۱۵) بود. نکته مهم این است که استفاده تجاری از کودکان صرفاً نوعی بهره‌برداری اقتصادی نیست، بلکه به مرور زمان منطق بازاری را به بخشی از هویت کودکی تبدیل می‌کند. وقتی تبلیغ و نمایش بدن به عادی‌ترین محتوای صفحات بدل می‌شود، کودک خود را در قالب ابژه‌ای برای مصرف بازنمایی می‌کند. این وضعیت بر شکل‌گیری اعتمادبه‌نفس، روابط اجتماعی و تصویر ذهنی کودک از خودش تأثیر مستقیم دارد و پیامدهای بلندمدت آن به مراتب فراتر از سود اقتصادی کوتاه‌مدت والدین یا اسپانسرهاست.

علاوه بر استفاده تجاری، بررسی‌ها نشان داد که از کودکان دختر سلبریتی به عنوان ابزاری برای سرگرمی مخاطبین در شبکه اینستاگرام در قالب حرکات موزن یا جلب توجه و شیرین زبانی

استفاده می‌شود که این امر باعث شد که کودکان دختر سلبریتی به طور قابل تأملی در مقایسه با کودکان پسر در معرض انواع خشونت روانی و کلامی قرار بگیرند و درخواست‌های ناروا از جانب فالوئر‌ها و تمایلات جنسیتی را به طور قابل تأملی بیشتر تجربه کنند. این مورد نیز بخشی از نتایج پژوهش چوی و لوالن (۲۰۱۷) را تأیید می‌کند. همچنین نتایج نشان داد که میان جنسیت کودک و نسبت اعمالگر خشونت با کودک رابطه وجود دارد. در حقیقت خشونت علیه کودکان در بستر شبکه اجتماعی اینستاگرام به صورت قابل توجهی از جانب مادران صورت می‌گیرد، اگر چه در این مسیر پدران و دیگر نزدیکان کودک با مادران هم‌داستان هستند اما این مورد نیز همراستا با پژوهش هالیدی و همکاران (۲۰۲۰) است. به عبارت دیگر والدین در عرصه رقابتی اینستاگرام برای ستاره بودن و دیده شدن به خواست جامعه‌ی توده‌ای تن می‌دهند و برای تولید محتوای خاص و عامه پسند با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. این امر به خوبی در اعمال تقلیدی کودکان سلبریتی، شرکت در چالش‌ها، پوشیدن لباس‌های مشابه و گرفتن ژست‌های یکسان قابل مشاهده بود. این یافته نشان می‌دهد که والدین، به‌ویژه مادران، در فضایی گرفتار می‌شوند که می‌توان آن را «تله توجه» نامید. در این تله، افزایش لایک، فالوئر و درآمد، معیار موفقیت والدی قرار می‌گیرد و مرزهای اخلاقی مراقبت از کودک به تدریج کنار گذاشته می‌شود. رقابت میان والدین برای تولید محتوای جذاب، نوعی فشار ساختاری ایجاد می‌کند که حتی والدینی با نیت اولیه مثبت را نیز به سمت بهره‌برداری بیشتر از فرزند سوق می‌دهد.

پس از مادران بیشترین میزان خشونت از جانب فالوئر‌ها اعمال می‌شد و در میان فالوئر‌ها، زنان بیشتر از مردان، کودکان، به خصوص کودکان دختر را مورد خشونت روانی و کلامی قرار می‌دادند. نکته قابل توجه این است که فالوئر‌ها به صورت آگاهانه و مستقیم بر محتواهای تولید شده نظارت دارند و به مسیر فعالیت صفحات با کنشگری یا عدم کنشگری جهت می‌دهند. آنان از عدم کنشگری به مثابه ابزاری قوی و تهدید کننده استفاده می‌کنند که محبوبیت والدین بلاگر و کودک سلبریتی را به خطر می‌اندازد و آنان را مجبور به تولید محتوا در جهت خواست آنان می‌کند. قدرت فالوئر‌ها در این چرخه صرفاً در ارسال پیام یا نظر خلاصه نمی‌شود، بلکه سکوت یا عدم واکنش آنان نیز نوعی کنش معنادار است. همین بی‌عملی می‌تواند والدین را وادار کند برای حفظ مخاطب، مرزهای بیشتری از حریم خصوصی کودک را بشکنند. به این معنا، خشونت نه تنها به‌طور فعال، بلکه به‌طور منفعل نیز توسط جامعه مجازی بازتولید می‌شود.

علاوه بر موارد ذکر شده یافته‌ها نشان داد که بین جنسیت کودکان و محتوای پیام‌ها رابطه وجود دارد. یعنی اگر چه محتوای تولید شده از جانب کودکان سلبریتی به درخواست والدین، فالوئر‌ها و اسپانسر‌ها بود اما بیشترین محتوای منتشر شده از جانب دختران مربوط به زندگی روزمره و از طریق والدین بود. این در حالی است که بیشترین فعالیت پسران به درخواست

اسپانسرها و بنگاه‌های تجاری و در حیطه مدلینگ و تبلیغات بود و به نحوی نمایش زندگی حرفه‌ای آنان به عنوان مدل تبلیغاتی به حساب آمده و به نوعی نمایش نقش‌های جنسیتی دخترانه و پسرانه بود. کودکان سلبریتی در هر دو جنس، بیشتر موافق و همراه عامل خشونت در جریان اعمال خشونت علیه خودشان بودند. با این وجود مخالفت و مقاومت در برابر خشونت در کودکان دختر سلبریتی بیش از پسران مشاهده شد. همچنین والدین و فالوئرهای بیش از آنکه مخالف خشونت علیه کودکان باشند موافق و عامل تشدید کننده این چرخه شناخته شدند. به نظر می‌آید خشونت در دنیای کودکان سلبریتی با وجود نشانه‌های آشکار به سمت خشونت پنهان و خشونت نمادین مدنظر بورديو در حال تغییر است. نزدیکی اعمالگر خشونت با کودک، اعتمادی که کودک به اطرافیان دارد، خردسالی اکثر کودکان سلبریتی و عدم آگاهی کودک و بزرگسالان از عمل آسیب‌رسان و خشونت‌آمیز کودک سلبریتی و بزرگسالان را در چرخه بازتولید خشونت گرفتار می‌کند و از پیامد خشونت در بستر آنلاین اینستاگرام حساسیت‌زدایی می‌شود. با این وجود نکته قابل توجه این بود که فالوئرهای کودکان دختر سلبریتی و والدین دختران در مقایسه با پسران بیشتر از دختران در برابر خشونت حمایت می‌کردند. به بیان دیگر با وجود اینکه به طور کلی کودکان دختر در فضای اینستاگرام بیش از پسران مورد خشونت قرار می‌گیرند، بیش از پسران نیز از حمایت والدین، طرفداران و فالوئرهایشان برخوردارند.

علاوه بر موارد یاد شده لازم به ذکر است که تبدیل شدن این ستارگان کوچک به الگوی برتر کودکی و تبدیل شدن والدین آنان به خصوص مادر به عنوان مرجع برتر والدی، چرخه بازتولید خشونت را متوجه کودکان عادی نیز می‌سازد که از منابع بسیار محدودتری نسبت به کودکان سلبریتی برای دریافت توجه مالی و معنوی برخوردارند. فالوئرهای این کودکان همواره در تلاشی تقلیدی، خواهان داشتن فرزندی با جذابیت‌های ظاهری همانند کودکان به نمایش گذاشته شده و یا فعالیت در عرصه‌های مشابه این کودکان هستند. حسرت دور ماندن از این عرصه نمایشی آنان را در مسیری قرار می‌دهد که به کودکانشان فشارهای متفاوتی وارد کنند. در اینجا باید بر پیامدهای بین‌نسلی این چرخه نیز تأکید کرد. اگر خشونت و تجاری‌سازی کودکی در فضای مجازی به روندی نهادینه تبدیل شود، نه تنها کودکان سلبریتی، بلکه کل جامعه کودکان تحت فشار قرار می‌گیرند. کودکانی که امروز در معرض این فضا قرار دارند، در آینده خود به والدینی بدل خواهند شد که ممکن است همان الگوهای نمایشی و خشونت‌زا را تکرار کنند. بنابراین، مسئله تنها مربوط به حال حاضر نیست، بلکه خطری است که به بازتولید بلندمدت نابرابری و آسیب منجر می‌شود.

این مورد در پاسخ به دعوت صفحات اینستاگرامی برای شرکت در چالش‌ها، ارسال عکس و فیلم و درخواست مشاوره از والدین کودکان سلبریتی برای ورود فرزندانشان به عرصه تبلیغات،

مدلینگ و ... مشخص بود و می‌توان نتیجه گرفت که این امر در طولانی مدت به بازتولید خشونت از طریق آرایش و نمایش کودکان جذاب یاری می‌رساند. پدیده‌ای که کودکان ممکن است در دوران کودکی از زوایای پنهان آن چندان مطلع نباشند اما زمینه سوء استفاده جنسی یا روانی از آن‌ها را فراهم می‌سازد یا در بزرگسالی همین تصاویر و حرکات موجب شرمساری و آسیب‌روانی آن‌ها شود.

با توجه به تحلیل محتوای صفحات کودکان سلبریتی و بررسی نحوه تعامل والدین، فالوورها و خود کودکان، می‌توان نتیجه گرفت که حضور کودکان در شبکه‌های اجتماعی آنلاین نه تنها مرزهای کودکی و بزرگسالی را کمرنگ کرده، بلکه زمینه‌ای برای بازتولید انواع خشونت (چه مستقیم، سائیری و چه نمادین) ایجاد می‌کند. کودکان دختر و پسر سلبریتی هر دو در معرض بهره‌برداری تجاری و فشارهای اجتماعی قرار دارند، اما کودکان دختر نسبت به کودکان پسر آسیب‌پذیری بیشتری دارند و در معرض خشونت روانی و کلامی نیز هستند. والدین، به‌ویژه مادران، نقش مؤثر و گاه مرکزی در ایجاد و تشدید این خشونت دارند، در حالی که فالوورها و اسپانسرها نیز با تقویت رقابت و فشار بر کودکان، چرخه‌ای از آزار و بهره‌برداری را بازتولید می‌کنند. این روند نه تنها بر تجربه زیسته و اعتمادبه‌نفس کودکان تأثیر مستقیم دارد، بلکه پیامدهای بلندمدت آن شامل شکل‌گیری تصویر ذهنی آسیب‌دیده، بازتولید الگوهای نمایشی و خشونت‌آمیز در نسل‌های بعد و ایجاد فشار بر کودکان عادی جامعه نیز می‌شود. به این ترتیب، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که حفاظت از کودکان در فضای مجازی نیازمند درک جامع از تعاملات پیچیده میان والدین، فالوورها، اسپانسرها و خود کودکان و تدوین سیاست‌های آموزشی و حمایتی دقیق برای کاهش آسیب‌ها و تضمین حقوق کودکان است.

فهرست منابع

۱. آذربخش، علی محمد (۱۳۹۱). رویکردی نظری به تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر تولید ملی و اشتغال در میان جوانان، فصلنامه مطالعات جوانان و رسانه، شماره ۶، صص ۹۵-۱۱۶.
۲. اسلامی، الهه (۱۳۹۶). گونه‌شناسی سلبریتی‌های ایرانی نوظهور در رسانه‌های اجتماعی، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان.
۳. آقایی، عاطفه و رضانیان، زهرا (۱۳۹۸). مطالعه مفهوم کودکان کار اینستاگرامی در فضای مجازی ایران. حقوق کودک، ۳(۱)، صص ۱۶۳-۱۹۰.
۴. بذرافشان، محمدرفع؛ قائدیان، شایان و غلامی، یونس (۱۳۹۳). تحلیلی بر ابعاد شخصیت دانش‌آموزان متوسطه دوم و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ناحیه ۴ شهر شیراز، مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، دوره ۱۰، شماره ۱۶، صص ۹۱۳-۹۲۴.
۵. بذرافشان، محمدرفع؛ قائدیان، شایان؛ فروتنی، محمدرضا و غلامی، یونس (۱۳۹۶). تحلیلی بر ابعاد شخصیت دانش‌آموزان متوسط دوم و استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ناحیه ۴ شهر شیراز سال ۱۳۹۳، مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، دوره ۱۶، صص ۹۱۳-۹۲۴.
۶. بون‌ویتز، پاتریس (۱۳۹۸). درس‌هایی از جامعه‌شناسی پی‌یر بوردیو، ترجمه جهانگیر جهانگیری و حسن پورسفیر، چاپ چهارم، تهران: نشر آگه.
۷. بیرامی، منصور؛ هاشمی، تورج؛ فتحی‌آذر، اسکندر و علائی، پروانه (۱۳۹۱). قلدری سنتی و سایبری در نوجوانان دختر مدارس راهنمایی: نقش کیفیت ارتباط معلم-دانش‌آموز، فصلنامه روانشناسی تربیتی، سال ۸، شماره ۲۶.
۸. چاووشی، محمد صادق و کرامتی معز، هادی (۱۳۹۷). عوامل و آثار بزه‌دیدگی اخلاقی کودکان و نوجوانان در شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام، پژوهش‌های اخلاقی، سال نهم، شماره دوم، زمستان، صص ۱۰۵-۱۲۲.
۹. رضاییان، عالیه و ادریسی، افسانه (۱۳۹۷). تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی نسل چهارم، مطالعات میان فرهنگی، ۱۳(۳۴)، صص ۹-۳۵.
۱۰. رضاییان، عالیه و ادریسی، افسانه (۱۳۹۷). تأثیر شبکه‌های اجتماعی و اعتماد اجتماعی بر مصرف فرهنگی نسل چهارم (دهه هشتادی‌ها) با تأکید بر تلگرام، اینستاگرام و توییتر. جامعه پژوهی فرهنگی، دوره ۹، شماره ۲، صص ۲۹-۵۴.
۱۱. سیدمن، استیون (۱۳۹۵). کشاکش‌آرا در جامعه‌شناسی، ترجمه هادی جلیلی، چاپ هشتم، تهران: نشر نی.
۱۲. صادق زاده، درتاج و منادی، فریبرز (۱۳۹۸). بررسی انگیزه‌های دانش‌آموزان در استفاده از اپلیکیشن اینستاگرام: یک پژوهش کیفی، مطالعات میان فرهنگی، ۱۳(۳۵)، صص ۱۹۰-۱۶۷.

۱۳. صدیق سروستانی، رحمت‌الله (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی اجتماعی (جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی)، چاپ هفتم، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت).
۱۴. طالعی، علی؛ اسمعیلی، معصومه و فلسفی‌نژاد، محمدرضا (۱۳۹۸). خشونت و پرخاشگری در شبکه‌های اجتماعی مجازی از دید نوجوانان: یک مطالعه پدیدارشناسی، دوفصلنامه مشاوره کاربردی، دانشگاه شهید چمران اهواز، دوره ۹، سال ۹، شماره ۱.
۱۵. طالعی، علی؛ اسمعیلی، معصومه؛ فلسفی‌نژاد، محمدرضا؛ کاظمیان، سمیه. برجعلی، احمد (۱۳۹۸). خشونت و پرخاشگری در شبکه‌های اجتماعی از دید نوجوانان: یک مطالعه پدیدارشناسی، دو فصلنامه مشاوره کاربردی دانشگاه شهید چمران اهواز، ۹(۱)، صص ۲۵-۴۸.
۱۶. طیب‌زاده دزفولی، سحر (۱۳۸۹). کودک‌آزاری در خانواده: بررسی پرونده‌های کودک‌آزاری در بهزیستی کرج، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد، دانشکده علوم اجتماعی و اقتصاد، دانشگاه الزهرا.
۱۷. عرب، محمد؛ موحدکر، الهام؛ حسینی، مصطفی (۱۳۹۴). بررسی نقش تجربه خشونت کودکی در سلامت روان افراد ۱۸ ساله و بالاتر شهر تهران، مجله تحقیقات نظام سلامت حکیم، دوره ۱۸، پیاپی ۶۸، شماره اول.
۱۸. فتحیان، مریم (۱۳۹۶). بررسی علل افزایش خشونت سایبری علیه زنان، کنفرانس جهانی روانشناسی و علوم تربیتی، حقوق و علوم اجتماعی در آغاز هزاره سوم، دوره ۳.
۱۹. قاسم‌زاده برکی، زهرا؛ منطقی، مرتضی و محمدی، مریم (۱۳۹۹). بررسی انگیزه‌های سوءاستفاده از کودکان توسط مادران بلاگر و سلامت روانی فرزندان آنان در فضای مجازی، فصلنامه پژوهش در سلامت روانشناختی، دوره ۱۴، شماره ۲، صص ۲۳-۵۰.
۲۰. کیخا، مریم؛ مرتضوی، جمال و کیان، مرجان (۱۳۹۶). ادراک و تجارب زیسته دانش‌آموزان دوره ابتدایی در زمینه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و فرهنگ استفاده از آن، کنفرانس بین‌المللی فرهنگ آسیب‌شناسی روانی و تربیتی، انجمن‌های علمی، دوره ۱.
۲۱. موسوی چلک، حسن. (۱۳۹۵). مددکاری اجتماعی ۱ (کار با فرد)، چاپ دوازدهم، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت). نکوفر، حسن و فلاوند، زهره (۱۳۹۷). تأثیر فضای مجازی بر اخلاق و هویت کودکان، همایش ملی هویت کودکان ایران اسلامی در دوره پیش دبستانی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دوره ۱.
۲۲. نکوفر، حسن و فلاوند، زهره (۱۳۹۷). تأثیر فضای مجازی بر اخلاق و هویت کودکان، اولین همایش ملی هویت کودکان ایران اسلامی در دوره پیش دبستانی.
۲۳. همت‌پور، بهاره؛ محسنی، علیرضا و مظاهری، امیرمسعود (۱۳۹۶). شناسایی و تبیین جامعه‌شناختی خشونت علیه زنان در فضای سایبر: مورد مطالعه زنان ۲۰-۴۵ ساله شهر تهران، پژوهش‌نامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۸، شماره ۴، صص ۱۰۵-۱۳۱.
۲۴. واصفی، صبا و ذوالفقاری، حسن (۱۳۸۸). خشونت علیه زنان در آثار محمود دولت‌آبادی، پژوهش زنان، دوره ۷، شماره ۱، صص ۶۷-۸۶.

25. Alhabash, S., McAlister, A. R., & Quilliam, E. T. (2020). Cyberbullying on Instagram: How adolescents perceive risk in objectified selfies. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 14(2), 1-18.
26. Choi, G. Y., & Lewallen, J. (2018). "Say Instagram, Kids!" Examining Sharenting and Children's Digital Representations on Instagram. *Howard Journal of Communications*, 29(2), 144-164.
27. Holiday, S., Norman, M. S., & Densley, R. L. (2020). Sharenting and the extended self: self-representation in parents' Instagram presentations of their children. *Popular Communication*, 1-15.
28. Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological bulletin*, 140(4), 1073.
29. Langos, C. (2012). Cyberbullying: The challenge to define. *Cyber psychology, Behavior, and Social Networking*, 15(6), 285-289.
30. Minkus, T., Liu, K., & Ross, K. W. (2015, May). Children seen but not heard: When parents compromise children's online privacy. In *Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web* (pp. 776-786).
31. Ortega, R., & Mora-Merchán, J. A. (2021). A cyberbullying media-based prevention intervention for adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(16), 8412.
32. Putra, A. M., & Febrina, A. (2019, August). Instagram and the Phenomena of Uploading Children's Photos in Social Media (a Phenomenology Study). In *International Conference on Psychology and Communication 2018 (ICPC 2018)* (pp. 159-174). Atlantis Press.
33. Putra, A. M., & Febrina, A. (2023). The phenomenon of cyberbullying on social media: Cyberbullying on the Instagram account @tissabiani. *ResearchGate*.
34. Recepoglo, E. (2015). The importance of Media literacy education in the process of teacher training in higher education. *The International Journal of Social Science*, 40(1), 1-12.
35. Smith, L., & Johnson, R. (2021). Teenagers' motive in cyberbullying against micro-celebrities on social media. *ResearchGate*.
36. Sun, Y., Liu, L., Peng, X., Dong, Y., Barnes, S. J. (2014). Understanding Chinese users' continuance intention toward online social networks: an integrative theoretical model.
37. Thompson, P., & Lee, K. (2023). The price of fame on X: A systematic review of social and cultural consequences of cyberbullying of celebrities on X. *ResearchGate*.
38. Whittaker, E., & Kowalski, R. M. (2015). Cyberbullying via social media. *Journal of school violence*, 14(1), 11-29.