

کار کودک در فضای مجازی و آسیب‌های آن

فاطمه بیرانوند^۱

چکیده

امروزه با واژه جدیدی با عنوان کودکان کار در فضای مجازی یا کودکان کار اینستاگرامی روبه‌رو هستیم که خلاف کودکان کار در دنیای واقعی فقیر نیستند، کودکانی که روزمرگی‌هایشان با هدف کسب درآمد در فضای مجازی نمایش داده می‌شود، طرفداران بسیاری دارند و با آسیب‌ها و مشکلات فراوانی روبه‌رو می‌شوند. کودک کار پیش‌ازاین به کودکانی گفته می‌شد که در خیابان از طریق فروش کالا یا جمع‌آوری زباله و ضایعات کسب درآمد می‌کردند، اما دسترسی آسان به شبکه‌های اجتماعی و اینترنت باعث پدید آمدن نوع دیگری از کودکان با شرایط متفاوت نسبت به کودکان کار سنتی شده است. قانون‌گذار در ایران اقدام به تصویب قوانین متفاوتی در مورد کار کودک کرده است، اما به معضل اجتماعی و پدیده نوظهور کودکان کار نوین توجه چندانی نداشته است. شاید به این دلیل که آسیب‌های بهره‌کشی و کار اجباری و استفاده ابزاری از کودکان در فضای مجازی چندان بزرگ به‌نظر نمی‌رسند. قانون‌گذار با اصلاح قوانین و جرم‌انگاری این قبیل رفتارها و تدوین قوانین مناسب و نظارت بر خانواده و فعالیت کودکان در فضای مجازی، می‌تواند راهی برای حل این معضل‌ها بیابد. این پژوهش به شیوه توصیفی تحلیلی و با روش کتابخانه‌ای، جنبه‌های قانونی و هنجاری کودکان کار فضای مجازی در عرصه داخلی و بین‌المللی را بررسی می‌کند و به آسیب‌های فضای مجازی برای کودکان و حقوق کودکان در فضای مجازی می‌پردازد.

واژگان کلیدی

کودکان کار، فضای مجازی، حقوق کودک، آسیب.

۱- کارشناسی ارشد حقوق خانواده، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران

f.beiranvand.1370@gmail.com

مقدمه

دنیای معاصر، عصر تکامل فناوری‌های ارتباطی و پیوند دنیای مجازی با تعامل‌ها و واقعیت‌های زندگی واقعی و طبیعی انسان‌هاست. انسان نمی‌تواند و نباید فناوری و فضای مجازی را انکار کند. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی با توجه به پیشرفت فناوری نقش پررنگ و جایگاه مهمی در زندگی افراد یافته‌اند. دوران کودکی نقش پررنگی در رشد و پرورش کودکان دارد. در این دوره کودکان نیازمند حمایت بزرگسالانند و همین موضوع باعث می‌شود پرداختن به حقوق کودکان اجتناب‌ناپذیر باشد. عدم توجه به حقوق کودکان در فضای مجازی می‌تواند موجب ورود لطمه‌های جبران‌ناپذیری به کودکان شود. در حقوق ایران تعریف واحدی از کودک ارائه نشده است. درگذشته کودک کار به کودکانی گفته می‌شد که وضعیت اقتصادی و اجتماعی نابه‌سامانی داشتند و اغلب در کارخانه‌ها کار می‌کردند. درحال حاضر با گروه دیگری از کودکان کار مواجهیم که دلیل ظهور و بروز آن‌ها، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است. قدرت رسانه‌ای قادر است مفهوم کودک را تغییر دهد و همچنین رفتاری به ضرر کودکان را به نفع کسب و کار و ثروت خانواده ایجاد کند. شهرت و کسب درآمد از سوی والدین خودخواه، مهم‌ترین دلیل پیدایش کودکان کار اینستاگرامی است. این کودکان در معرض تهدیدها و آسیب‌های فراوانی قرار دارند و بیشترین آزار و اذیت جسمی و روحی از سوی والدین برای کسب درآمد بیشتر به آن‌ها وارد می‌شود. کودکان کار اینستاگرامی، کودکانی بدون دنیای کودکی می‌باشند و دراین‌راستا آسیب‌های مختلف به آن‌ها وارد خواهد شد به‌نحوی که آینده آنان را تحت تأثیر قرار خواهد داد. هدف پژوهش حاضر بررسی چگونگی و چرایی حضور کودکان کار نوین در فضای مجازی و به‌ویژه شبکه اجتماعی اینستاگرامی و بررسی قوانین مرتبط با کار کودکان و حضور آنان در فضای مجازی و بررسی آسیب‌های حضور کودک در این فضا است. قانون‌گذار داخلی با اصلاح قوانین و جرم‌انگاری این قبیل رفتارها و تدوین قوانین مناسب و نظارت بر خانواده‌ها و فعالیت کودکان در فضای مجازی، می‌تواند راهی برای حل این معضلات ابلاغ کند.

۱- مفاهیم

۱-۱- کودک

خردسال و کودک و نوجوان از نظر سند صیانت کودکان و نوجوانان در فضای مجازی، کلیه افراد زیر ۱۸ سال را که در قلمرو حاکمیت جمهوری اسلامی ایران قرار دارند دربرمی‌گیرد؛ همچنین کودکان مهاجر و پناهجو و آواره را نیز شامل می‌شود. در اسناد بین‌المللی تعاریف مختلفی از کودک ارائه شده است که برخی اسناد دایره شمول سن کودک را بسیار محدود و محصور و برخی دیگر بسیار گسترده می‌دانند. کنوانسیون حقوق کودک افراد زیر ۱۸ سال صراحتاً به‌عنوان کودک معروف می‌کند، مگر اینکه مطابق قانون قابل‌اعمال در مورد کودکان، سن قانونی کمتری از طرف قانون‌گذار معین‌شده باشد (پیوندی، ۱۳۹۰، ص ۴۲).

ماده ۳۲ کنوانسیون حقوق کودک، مخالفت خود با کار کودکان را اعلام می‌کند. در حقوق موضوعه ایران تعریف واحد از کودک به‌چشم نمی‌خورد، از نظر فقها عنوان کودک به کسی اطلاق می‌شود که به حد بلوغ شرعی نرسیده است. در ماده ۱۲۱۰ قانون مدنی، سن بلوغ در دختران ۹ سال و برای پسران ۱۵ سال قمری در نظر گرفته شده است، این در حالی است که ماده ۸۰ قانون کار، به کار گماردن افراد زیر ۱۵ سال تمام را ممنوع دانسته است. آنچه از جمع این دو ماده نتیجه‌گیری می‌شود، این است که بعد از ۱۵ سالگی منعی برای ورود افراد به بازار کار وجود ندارد، اما ماده ۸۰ قانون کار، کارگر نوجوان را این‌طور تعریف می‌کند: کارگر نوجوان فردی است که سن او بین ۱۵ تا ۱۸ سال است و قانون حمایت از اطفال و نوجوانان تمام افراد زیر ۱۸ سال را مشمول حمایت قانونی می‌داند.

۱-۲- فضای مجازی

فضای مجازی می‌تواند برای توصیف تمام منابع مطالعاتی به‌وجودآمده از طریق شبکه‌های رایانه‌ای به‌کار برده شود، در حقیقت نوع متفاوتی از واقعیت مجازی و دیجیتالی است که توسط شبکه‌های رایانه‌ای هم‌پیوند تأمین می‌شود و با اندکی مسامحه

می‌توان آن را مترادف شبکه جهانی اینترنت در نظر گرفت که از زیرساخت‌های فنی، رایانه‌ای و مخابراتی تشکیل شده است و در سطح جهان با یکدیگر ارتباط دارند. واژه فضای مجازی را اولین بار ویلیام گیبنس نویسنده داستان‌های علمی تخیلی در کتاب نورومنسر در سال ۱۹۸۴ به کار برد (*لسان*، ۱۳۹۹، ص ۱۷). به بیان دیگر می‌تواند ایده‌ها و پدیده‌های جدید و در حال ظهور را نشان بدهند.

۱-۳- کودک کار

کودک کار در نقاط مختلف جهان به افرادی گفته می‌شود که به دلیل فقدان حمایت اجتماعی دولت یا فقدان قوانین خاص در رابطه با کار کودک یا وجود ابهام در قوانین موجود از نظر اقتصادی و اجتماعی در وضعیت نامناسبی به سر می‌برند یا به مشاغل نامناسب با ساعات کار طولانی و درآمد ناچیز مشغول به کار هستند. کار کودک در ابتدا به معنای استخدام کودک برای کار در کارخانه‌ها بود، اما در حال حاضر به کارهایی گفته می‌شود که از نظر روانی، جسمی، اجتماعی یا اخلاقی خطرناک و مزاحم تحصیل کودک باشد. دلایل کار کودکان می‌تواند فقر، بیکاری والدین یا فقر فرهنگی باشد. مزد اندک، پرداخت دستمزد به خانواده کودک و نه خود کودک، کار در کارگاه‌های ثبت نشده و غیرمجاز و تبعیت بی‌چون و چرای کودک از کارفرما از ویژگی‌های کار کودکان هستند. کودکان کار در گذشته مساوی با مفهوم کودکان خیابانی بودند. در بیشتر کشورهای جهان کار کودک شامل کار در مزرعه، کارخانه‌ها، معادن و بخش‌های خدماتی است و مشاغل کاذبی چون دست‌فروشی را هم دربرمی‌گیرد. کودکان کار اکثراً به صورت آزاد یا خیابانی، نیمه وقت و تمام وقت، فصلی و کارمزد مشغول به کار هستند. قاچاق انسان از راه‌های عمده طرد کردن این کودکان به بازار است، اما امروزه نوع دیگری از کودکان کار پدیدار شده‌اند که در دنیای نوین و فضای مجازی فعال هستند و از این کودکان در دنبال کار نوین یاد می‌شود.

۱-۴- کودک کار مدرن و کودک کار اینستاگرامی

تا قبل از گسترش فضای مجازی کار کردن کودکان بخش جدایی‌ناپذیر زندگی مردم بود و به شکل ساده و ابتدایی نظیر کار کردن در زمین کشاورزی یا دست‌فروشی در خیابان یا کار کردن در کارخانه‌ها نمود پیدا می‌کرد و با گسترش فضای مجازی با نوع دیگری از کودکان کار مواجهیم که نه تنها لباس کهنه نمی‌پوشند، بلکه با پوشیدن لباس‌های فاخر نمایش تجملات زندگی مانند کالای تبلیغاتی برای شرکت‌های تجاری سودآوری و کسب مشتری و درآمد می‌کنند، نه با کار طاقت‌فرسا یا دست‌فروشی در خیابان. در خصوص کودکان کار اینستاگرامی هم کارفرما وجود دارد، اما کارفرمای کودک اینستاگرامی، خانواده کودک و اکثر اوقات مادر او هستند، درحالی‌که به کودک کار سنتی و کارفرما معمولاً رابطه نسبی وجود ندارد، اما در هر دو مورد کارفرماها در نهایت به دنبال سود خود هستند. نهادهای حاکمیتی باید سیاست‌گذاری حقوقی و قانونی مناسبی در این خصوص داشته باشند و نقص قانون در موضوع‌های مرتبط با بهره‌کشی اقتصادی کودک و نحوه حضور در تولید محتوا، بسیار خطرناک به نظر می‌رسد.

اینستاگرام یکی از بسترهای نوین رسانه‌ای است که حضور کودکان و والدین آن‌ها را در فضای مجازی امکان‌پذیر کرده است. به مدد این رسانه‌ها افراد معمولی که هیچ استعداد خاصی هم نداشتند به افراد مشهوری تبدیل شده که تنها با اشتراک گذاشتن بخشی از زندگی روزمره خود در شبکه‌های اجتماعی معروف شدند. با توجه به همین معروف شدن و قابلیت تأثیرگذاشتن بر عده‌ای زیاد از افراد، شرکت‌های تجاری و کسب‌وکارهای کوچک از آن‌ها تقاضای تبلیغ کالای خود را داشتند که در مقابل این تبلیغ پول‌های خوبی را به این افراد می‌پرداختند. با گسترش شبکه اجتماعی اینستاگرام و همه‌گیر شدن آن، افراد در پی کسب سود بیشتر شروع به استفاده از این فضا برای گسترش کسب‌وکار و درآمد خود کردند. این موضوع عادی و بدون ایراد بود تا جایی‌که پای استفاده از کودکان به میان آمد. این آغاز پیدایش کودکان کار نوین بود. کودکان با ظاهر تمیز و آراسته، با انگیزه کسب درآمد و در جهت ارضای نیازهای والدین خود و شهرت پا در عرصه وجود گذاشتند. دیده‌شدن عملکرد کودکان کار نوین نیز مانند

کودکان کار سنتی غیرقابل دفاع است. این کودکان از نظر عده‌ای کودکان سرپرست خانوار در دست والدین بدسرپرست نامیده می‌شوند.

در این بین افرادی بودند که متوجه توانایی بالقوه بچه‌ها در این عرصه شدند و با اشتراک‌گذاری تصویر آن‌ها شروع به درآمدزایی و کسب سود کردند و نسلی جدید از اینفلوئنسرها به اسم «کودکان اینستاگرامی» پدید آمد که از طرف والدین خود به استثمار گرفته شده و تبدیل به افرادی شدند که فضای مجازی جزو لاینفک زندگی آن‌ها شد. در کشورهای اروپایی و آمریکایی، والدین با استفاده از فیس‌بوک و وبلاگ‌ها شروع به پخش عکس‌های فرزندان خود در موقعیت‌های مختلف کردند؛ که با بزرگ شدن این نسل از کودکان و رسیدن آن‌ها به سن بلوغ با خانواده‌های خود دچار چالش شده‌اند.

کودکانی که به عنوان کودکان کار اینستاگرامی شناخته می‌شوند، توسط والدینشان به کار گرفته می‌شوند تا به نمایش گذاشتن جنبه‌های مختلف زندگی‌شان کسب درآمد کنند. در این صفحات از کودکان به عنوان عنصر نمایشی استفاده می‌شود مانند کالایی که برای تولید لذت نمایش داده می‌شود و می‌تواند برای مخاطب جذاب باشد. این رضایت به افزایش دنبال‌کنندگان صفحات اینستاگرامی کودکان کار کمک می‌کند. این کودکان به شکل خاصی آرایش می‌کنند، لباس می‌پوشند و صحبت می‌کنند تا بتوانند برای مخاطبان اینستاگرامیشان جذاب باشند. چندین سال است که در کشور ما صفحات اینستاگرامی بعد از زمان کوتاهی مانند خرده‌سلبریتی‌ها مشهور و محبوب می‌شوند، کودکانی که معمولاً توسط والدین به خصوص مادر خود در فضای مجازی به عنوان مدل تبلیغاتی و مدل ایدئال کودک به نمایش گذاشته می‌شوند. در حال حاضر معنای کودکان کار صرفاً به تعریف سنتی آن و کار کردن کودکان در خیابان برنمی‌گردد. کودکان کار اینستاگرامی از طبقات محروم و پایین دست جامعه نیستند، درگیر فقر مالی هم نیستند، بلکه از طرف خانواده به کار گرفته می‌شوند تا کسب درآمد کنند. این دو نکته تفاوت بین این دو گروه بچه کار بود. شباهت این دو گروه در این است که هر دو گروه برای والدین خود به‌طور 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 تأمین

می‌کنند و درمقابل 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 فانتزی است. کودک کار نوین محدود به فضای مجازی و اینستاگرام نبوده و به‌طور گسترده در رسانه‌ها و حتی تلویزیون نیز شاهد حضور این کودکان هستیم، به این‌صورت که کودکان برای درآمدزایی برای والدین یا حامی مالی برنامه‌ها، در برنامه‌ها، بازی‌ها و سرگرمی‌های مختلف به کار گرفته می‌شوند.

والدین همانند مالک با بدن کودک برخورد می‌کند. با پوشاندن لباس و بازی کردن، صحبت کردن کودک را در فضای مجازی به‌طور وسیع نمایش می‌دهند. این اقدام نقص حریم خصوصی کودک بوده و امکان دسترسی آزادانه به کودک و اطلاعات را فراهم می‌کند. در این فضا کودکان پیوسته در حال ارزیابی و مقایسه با سایر کودکان کار اینستاگرامی هستند و وارد دنیای رقابتی می‌شود که هیچ دخالتی در آن ندارند و فقط مانند عروسک خیمه‌شب‌بازی عمل می‌کنند؛ عروسک خیمه‌شب‌بازی‌ای که هیچ اراده‌ای از خود ندارد و احساسات و عواطف کودکانه آن‌ها از طریق والدین مورد سوءاستفاده قرار می‌گیرند و تصویری که از والدین خود خواهد داشت به‌مثابه افرادی که از او در جهت منافع خود استفاده می‌کردند، در یادشان خواهد ماند.

۲- قوانین مرتبط با حمایت از کودکان

توجه دولت و نهادهای ملی به مسائل و مشکلات کودکان و پیش‌بینی آسیب‌های پیش روی آنان مهم‌ترین وظیفه‌ای است که در ابتدای امر باید موردتوجه قرار بگیرند. اگر موانع و محدودیت‌های حقوقی توسط افراد ذی‌ربط و سیاست‌گذار برطرف و کمبودها و نقاط ضعف و چالش‌های قانونی حقوق کودک بررسی شوند، سازمان‌های مردم‌نهاد فعال در زمینه حقوق کودک نیز به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر در همکاری با دولت‌ها نقش مؤثر و کلیدی را در پیشگیری از خلأ و کاستی‌های مختلف حقوقی و اجرایی در مقایسه با استانداردهای جهانی خواهند داشت. بسیاری از این کاستی‌ها و عدم هماهنگی‌ها در زمینه حقوق کودکان، مغایرت‌های قانونی و فقدان ضمانت اجرای قانونی مؤثر و کارآمد، نبود زیرساخت‌های

فرهنگی در زمینه حقوق شهروندی به خصوص حقوق کودکان، بی‌توجهی به استانداردها و یکسان‌سازی و سازگاری قوانین ملی با موازین و اسناد بین‌المللی، عدم آموزش رسانه‌ای در زمینه حمایت از حقوق کودکان، افزایش آمار کودکان در معرض آسیب، هشدارهای جدی سازمان‌های مردمی فعال در زمینه حقوق کودک را در پی داشته است.

از اواسط دهه هشتاد به حمایت از حقوق کودکان در فضای مجازی بیشتر پرداخته شده. وزارت ارشاد، مرکز رسانه‌های دیجیتال، پلیس فتا و سازمان فناوری اطلاعات، اقدامات ترویجی در این رابطه انجام دادند. در سال ۱۳۸۸ نیز قانون جرائم رایانه‌ای به تصویب رسید و این اختیار به دادگاه‌ها داده شد تا بتوانند با موضوع‌های مرتبط با آن برخورد کنند.

از ابتدای سال ۱۳۹۵ تدوین سند صیانت از کودکان در فضای مجازی آغاز و در سال ۱۳۹۶ به تصویب رسید. این سند که چند سال اخیر در صف شورای عالی فضای مجازی قرار داشت، در سال ۱۴۰۰ در ۴ ماده تصویب و برای اجرا ابلاغ شد. در این سند بین خردسال، کودک و نوجوان و نحوه برخورد هر یک از این گروه‌ها و فضای مجازی و نیز نحوه برخورد با والدین متفاوت است.

علت به‌وجود آمدن کودک کار نوین و نقص حریم خصوصی کودکان چه از طریق حضور در فضای مجازی یا کسب درآمد برای والدین، ناشی از فقدان قانون کارآمد در قوانین داخلی است.

بعد از تصویب قانون جرائم رایانه‌ای و گسترش فضای مجازی و سهولت دسترسی عمومی به فضای مجازی، انتظار می‌رفت قانون‌گذار قوانین تازه و ویژه‌ای درباره خاطیان و متجاوزان به حریم خصوصی کودک در فضای مجازی تصویب کند و برای سن استفاده و حضور در فضای مجازی مانند سایر کشورها، اقدام قانونی داشته باشد. از حقوق کودکان کار نوین یا کودکان اینستاگرامی، تنها با قانون حمایت از اطفال و نوجوانان می‌توان دفاع کرد. تصویب قانون به‌طور خاص، جامع و کامل می‌تواند سدی در برابر درآمدزایی والدین این کودکان و ارضای نیاز شهرت و دیده‌شدن آن‌ها باشد.

توجه به حقوق کودک در عرصه بین‌الملل به بعد از جنگ جهانی اول بازمی‌گردد. در سال ۱۹۲۴، جامعه ملل اعلامیه‌ای ۵ ماده‌ای به نام اعلامیه حقوق کودک تصویب کرد، اما با تضييع گسترده حقوق کودکان در جنگ جهانی دوم، کنوانسیون حقوق کودک و بهره‌وری از آن ضروری به‌نظر می‌رسید، بنابراین در اعلامیه جهانی حقوق بشر ۱۹۴۸، حقوق کودکان به‌طور محدود مورد اشاره قرار گرفت.

محافظت از امنیت، کرامت و حریم خصوصی کودکان در اینترنت بسیار حیاتی است. رعایت حقوق و کرامت کودک در فضای مجازی ضروری است و رعایت نکردن آن، به‌نوعی ورود به حریم خصوصی کودکان است که به علت صغر سن، قادر به تصمیم‌گیری و اعمال حق خود نیستند. البته این حق کودکان قابل‌واگذاری به دیگران، حتی واگذاری به والدین نیست. موضوع مهم این است که ممکن است نقص حقوق و حریم خصوصی کودک بدون رعایت مصلحت و از سوی والدین و سرپرست او صورت گیرد. با توجه به خلأ قانونی در این خصوص لازم است قانون‌گذار نسبت به وضع قوانین مناسب که حریم خصوصی کودک را به‌صورت جامع پوشش می‌دهد، اقدام نماید.

۲-۱- قانون حمایت از اطفال و نوجوانان

در ماده یک این قانون موارد سوءاستفاده از کودک به‌طور مفصل بیان شده‌اند. بر اساس بند ۳ ماده یک این قانون «به‌کارگیری غیرقانونی طفل یا نوجوان یا وادار کردن و گماردن او به کار یا خدمتی که از لحاظ جسمی، روانی، اخلاقی و اجتماعی با نظر به وضعیت طفل و نوجوان برایش مضر یا خطرناک باشد»، بهره‌کشی اقتصادی محسوب می‌شود و هرکسی حتی سرپرستان و والدین با هدف کسب درآمد، چنین اقدام‌ها و سوءاستفاده‌هایی از کودکان بکنند، مشمول مجازات می‌شوند و پیگرد قانونی دارد و هرکسی چون خود کودک می‌تواند چنین چیزی را به مقام‌های قضایی، بهزیستی یا پلیس گزارش دهد.

در این ماده از عباراتی مانند بی‌توجهی و سهل‌انگاری، بهره‌کشی اقتصادی و غیره به‌طور عام و گسترده استفاده شده است و کار کودک چه به‌اجبار خانواده باشد چه خودسرانه، در ذیل این موارد قرار می‌گیرد. بیان عام خود و وضع قواعد آمره و در نظر

گرفتن ضمانت اجرا نسبت به خاطیان امر، عقوبت به کارگیری کودکان را بیان کرده است. این موضوع نشان می‌دهد والدین نمی‌تواند کودک را در امور سخت و ممنوعه مجبور به کار کنند، باوجوداین اغلب کودکان کار، کودکانی هستند که از محیط خانه به خیابان و کارهای سخت و طاقت‌فرسا سوق داده شدند. این ماده که به درستی از قاعده لا ضرر بهره گرفته است و در آن وجوب دفع ضرر محتمل برای کودکان و وجوب عالم جاهل فی ما یعطی نمایان است، و با بیان مواردی که مشمول سوءاستفاده از کودکان می‌شود تا حدودی به جرم‌انگاری در زمینه جرایم علیه کودکان پرداخته است. عده‌ای که تأثیرگذاری قانون حمایت از کودکان و نوجوانان و رسیدگی به کار کودک نوین را محدود به این ماده نمی‌دانند و به اصلاح قوانین فضای مجازی و وضع قوانین تازه‌ای در این خصوص اشاره می‌کنند، معتقدند با توجه به قدمت وجود فضای مجازی در کشور و حضور رسانه‌ها، قوانین منسجم و کافی جهت نظارت بر این فضای وجود ندارد و همین امر باعث سوءاستفاده و بهره‌کشی اقتصادی خانواده‌ها از کودکان می‌شود. در ادامه با اشاره به ماده ۱ همین قانون اضافه می‌کنند: هرچند ماده به مجازات سوءاستفاده از کودکان اشاره کرده است، اما قانون جهت شناساندن حیطه اختیارات والدین کافی نیست و لازم است قوانین تازه‌ای در این حوزه توسط قانون‌گذار تصویب شود.

وجود کودکان کار می‌تواند معلول عدم نظارت کافی بر نهاد خانواده باشد. ناکارآمدی و عدم اجرای قوانین نیز می‌تواند در بروز و ظهور این معضل اثرگذار باشد. اگر قانون‌گذار ضمانت اجرای سنگین‌تری برای به کارگیری کودکان وضع کند یا برخورد شدیدتر و جدی‌تر با کسانی که کودک را مجبور به کار می‌کنند، داشته باشد وضع کودکان بهتر خواهد شد.

۲-۲- قانون اساسی

قانون اساسی به صراحت مقرره‌ای پیرامون حمایت از کودکان و نوجوانان ندارد، اما اصل ۳۰ این قانون به حق همه افراد در برخورداری از آموزش و پرورش رایگان در تمام سطوح و تکلیف دولت در فراهم کردن وسایل آموزشی و پرورشی تا پایان دوره

متوسطه اشاره کرده است. این حق و تکلیف مقتضی این است که سن آغاز کار به‌عنوان یک سیاست اجتماعی هم‌زمان با پایان تحصیلات متوسطه باشد. این همان سیاست اجتماعی است که مقاوله‌نامه شماره ۱۳۸ سازمان بین‌المللی کار پیرامون حداقل سن، به آن اشاره کرده است (هاشمی، ۱۳۸۴، ص. ۱۰۱).

۲-۳- قانون مدنی

در ماده ۱۰۴۱ قانون مدنی آمده است که: «نکاح قبل از بلوغ ممنوع است مگر با اجازه ولی با شرط رعایت مصلحت مولی‌علیه». همچنین در ماده ۶۴۶ قانون مجازات اسلامی آمده است: ازدواج قبل از بلوغ بدون اذن ولی ممنوع است و چنانچه مردی با دختری که به حد بلوغ نرسیده برخلاف ماده ۱۰۴۱ قانون مدنی و تبصره آن ازدواج کند، به حبس تعزیری درجه ۶ محکوم خواهد شد». مواد فوق را می‌توان در راستای احقاق حق برای کودکانی که توسط خانواده و با سرپوش عقد نکاح برای بهره‌وری جنسی واگذار می‌شوند، تعمیم داد.

۲-۴- قانون مجازات اسلامی

برخی کارها به دلیل ماهیت غیرانسانی و صدمات جبران‌ناپذیری که به روح و جسم کودک وارد می‌کنند، به‌طور خاص جرم‌انگاری شده‌اند. در ماده ۷۱۳ این قانون آمده است که هر کس طفل صغیر یا غیررشیدی را وسیله تکیه قرار دهد یا افرادی را به این امر بگمارد به سه ماه تا دو سال حبس و استرداد کلیه اموالی که از طریق به‌دست‌آمده محکوم خواهد شد. در این ماده قانون‌گذار نسبت به ماده ۷۱۲ که خود فرد راساً اقدام به تکیه‌گری می‌کند مجازات سنگین‌تری در نظر گرفته است. حتی می‌توان گفت این اقدام قانون‌گذار می‌توان والدینی که فرزند خود را به تکیه‌گری وامی‌دارند نیز مشمول این مجازات دانست.

در نظام حقوقی ایران در مورد محتوای مناسب محیط مجازی و ممنوعیت نفرت‌پراکنی در محیط دیجیتال، ماده قانونی ویژه به‌چشم نمی‌خورد. ماده ۶۰۸ قانون مجازات اسلامی بیان می‌دارد توهین به افراد از قبیل الفاظ رکیک چنانچه موجب حد قذف نباشد، مجازات شلاق تا ۷۴ ضربه و یا ۵۰ میلیون ریال جزای نقدی خواهد بود؛ همچنین هر کس با نظم

یا نثر یا به صورت کتبی یا شفاهی کسی را هجو نماید یا هجویه را منتشر نماید به حبس از یک تا شش ماه محکوم می شود. لازم به یادآوری است که در قانون جرائم رایانه‌ای هم انتشار تصاویر بدون رضایت افراد از طریق سیستم‌های رایانه‌ای که موجب ضرر یا هتک حیثیت شود، قابل پیگرد و مجازات می باشد.

۲-۵- قانون کار

برابر ماده ۷۹ قانون کار، به کار گماردن افراد زیر ۱۵ سال ممنوع است و در ماده ۸۰ این قانون آمده است که کارگری که سنش بین ۱۵ تا ۱۸ سال تمام باشد کارگر نوجوان نامیده می شود و در ماده ۸۲ این قانون مقرر شده است: هرگونه انجام کار در شب و نیز ارجاع کارهای سخت، زیان بار، خطرناک و حمل بار بیش از حد مجاز بدون استفاده از وسایل مکانیکی برای کارگران نوجوان ممنوع است. طبق تعریف ماده ۳۵ قانون کار، شب عبارت است از فاصله زمانی ساعت ۲۲ تا ۶ صبح (عبادی، ۱۳۸۳، ص. ۱۳۵).

۳- حقوق کودکان در عرصه بین المللی

حقوق کودکان در کنوانسیون حقوق کودک و سایر اسناد بین المللی و منطقه ای حقوق بشر از جمله اعلامیه جهانی حقوق بشر، میثاق حقوق مدنی و سیاسی سازمان ملل، کنوانسیون اروپایی برای حمایت از آزادی ها و حقوق ضروری، مقررات شورای اروپایی درباره حمایت از کودکان در برابر استثمار جنسی و سوءاستفاده جنسی ذکر شده است. دولت جمهوری اسلامی ایران در اسفند ۱۳۷۲ با «قانون اجازه الحاق دولت جمهوری اسلامی ایران به کنوانسیون حقوق کودک» و با تصویب مجلس شورای اسلامی و تأیید شورای نگهبان رسماً این کنوانسیون را پذیرفت؛ مشروط بر آنکه مفاد آن در هر مورد و هر زمان در تعارض با قوانین داخلی و موازین اسلامی باشد یا قرار گیرد، از طرف دولت جمهوری اسلامی ایران لازم الاجرا نباشد. کنوانسیون حقوق کودک یکی از جامع ترین و کامل ترین اسناد در این زمینه است. این سند به طور جهانی و توسط کشورهای عضو به استثنای ایالات متحده آمریکا تصویب شده است. این حقوق شامل کلیه حقوق مدنی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی از جمله حق دسترسی به

اطلاعات و حق آموزش را برای کودکان تضمین می‌کند و تأکید دارد که برخی از حقوق که تنها برای بزرگسالان متصور می‌شوند، برای کودکان نیز مصداق دارد. این قانون به‌طور جزئی حقوق آن‌ها را در مورد محافظت در برابر انواع خشونت، سوءاستفاده و استثمار مشخص می‌کند. علاوه‌براین، این سند در چارچوب حقوق بشر، نیازها، ظرفیت‌ها و آسیب‌پذیری‌های منحصر به فرد کودکان را در نظر می‌گیرد و اعلام می‌کند که کودکان حق رشد و بازی دارند. این قانون به‌طور جزئی حقوق کودکان در مورد محافظت در برابر انواع خشونت، سوءاستفاده و استثمار را مشخص می‌کند و بر حق آن‌ها برای رشد در محیطی امن تأکید دارد. در مجموعه اسناد به‌دست آمده از مرکز نوآوری حاکمیت بین‌الملل، این موضوع به‌طور خاص از اهمیت زیادی برخوردار است که به رسمیت شناختن حقوق کودکان در تمامی فعالیت‌ها، سیاست‌ها، ساختارهای فرایندهای راهبری و نظارت اینترنت گنجانده شده است.

ماده ۳۲ و ۳۶ کنوانسیون بین‌المللی حقوق کودک بیان می‌دارد:

ماده ۳۲: (۱). کشورهای طرف کنوانسیون حق کودک جهت مورد حمایت قرار گرفتن در برابر استثمار اقتصادی و انجام هرگونه کاری که زیان‌بار بوده و یا توقیفی در آموزش وی ایجاد کند و یا برای بهداشت جسمی، روحی، معنوی، اخلاقی و پیشرفت اجتماعی کودک مضر باشد را به رسمیت می‌شناسند. (۲). کشورهای طرف کنوانسیون اقدام‌های لازم قانونی، اجرایی، اجتماعی و آموزشی را در جهت تضمین اجرای این ماده به عمل خواهند آورد. در این راستا، و با توجه به مواد مربوطه در سایر اسناد بین‌المللی، کشورهای طرف کنوانسیون خصوصاً موارد ذیل را مورد توجه قرار خواهند داد:

الف) تعیین حداقل سن یا حداقل سنین برای انجام کار؛

ب) تعیین مقررات مناسب از نظر ساعات و شرایط کار؛

ج) تعیین مجازات و یا اعمال سایر ضمانت‌های اجرای مناسب جهت تضمین اجرای مؤثر این ماده.

ماده ۳۶: کشورهای طرف کنوانسیون از کودکان در برابر تمام اشکال استثمار که هر

یک از جنبه‌های رفاه کودک را به مخاطره اندازد، حمایت خواهند کرد. همچنین کودکان

حق محافظت از حریم خصوصی و داده‌های شخصی‌شان را دارند. کودکان حق آزادی بیان و دسترسی به اطلاعات از منابع مختلف را دارند. کودکان حق دارند در معرض مسائلی که آوازه‌شان را خدشه‌دار می‌کنند، قرار نگیرند. حق حریم خصوصی و آزادی بیان کودکان باید مطابق با رشد توانایی آنان محافظت شود. کودکان حق دارند در مقابل خشونت و سوءاستفاده از حق حریم خصوصی، آزادی بیان و خدشه‌دار شدن آوازه‌شان به راه‌های جبران خسارت دسترسی داشته باشند.

استفاده از اینترنت و فضای مجازی، تمامی جنبه‌های زندگی کودکان را تحت تأثیر قرار می‌دهد و چالش‌های زیادی را در حوزه‌های مختلف برای آن‌ها ایجاد می‌کند. والدین این کودکان، اطلاعات و تصاویر آن‌ها را از بدو تولد همراه با اطلاعاتشان در فضای مجازی منتشر کرده و در اختیار عموم قرار می‌دهند.

۴- استفاده ابزاری از کودکان برای تبلیغ در فضای مجازی

کودکی چون حوزه‌ای بسیار متنوع، پرتبلیغ و پردرآمد است، بنابراین برخی افراد از این حوزه برای دستیابی به اهداف اقتصادی و یا شهرت و گسترش تبلیغات استفاده کرده‌اند. از کودکان کار اینستاگرامی به عنوان وسیله‌ای برای تبلیغات و جذب مخاطب استفاده می‌شود. تاکنون در این زمینه بسیاری از آتلیه‌ها، لباس‌فروشی‌ها، کارگاه‌های تربیت کودک، مؤسسه‌های آموزشی و حتی آرایشگاه‌ها و مهدهای کودک از کودکان در فضای اینستاگرامی و دیگر شبکه‌های مجازی برای تبلیغات استفاده کرده‌اند. کودکان برای عکس‌برداری باید ساعت‌ها جلوی دوربین قرار بگیرند، فشار و خستگی روحی و جسمی را تحمل کنند. همچنین در بحث مدلینگ، گریم‌های بسیار سنگین برای کودکان انجام می‌شود که همه این‌ها موجب آسیب و آزار برای کودک بوده و آنچه برای کودکان خطرناک می‌باشد این است که ممکن است کودکان طعمه آزادگران جنسی و یا افراد پروفیل قرار بگیرد. موردتوجه قرار گرفتن کودک به این شکل می‌تواند موجب ورود آسیب جدی به شخصیت شود و حتی مسیر زندگی کودک را دگرگون کند.

پخش تصاویری از کودکان در فضای مجازی ممکن است از نظر بعضی افراد حاوی انتقال این پیام هم باشد که والدینی که در این زمینه اقدام کرده‌اند، والدین خوب و موفق برای کودکان خود بوده‌اند. چنین تصاویر و پیام‌هایی سبب می‌شود تا مادران دیگر نیز خود را با این فضا مقایسه و در نهایت ترغیب به خرید برخی اقلام و اجناس برای فرزندان خود شوند. درواقع استانداردها و معیارهایی که مادران یا والدین فعال در فضای مجازی به‌وسیله کودکانشان تعیین می‌کنند، به استانداردها و معیارهای برخی افراد و خانواده‌های دیگر برای فعالیت در این فضا تبدیل می‌شود.

انتشار تصاویر کودکان در فضای مجازی از سوی والدین می‌تواند نقض حریم خصوصی کودکان باشد. این اقدام والدین و همچنین استفاده از کودکان در صنعت مدلینگ، نقض حقوق کودک است. تصویربرداری از کودکان و انتشار آن در فضای مجازی از طرف والدین یا شرکت‌های مد و لباس به‌نوعی استفاده ابزاری از کودکان است. والدین کودک به این کار به‌عنوان شغل کودک نگاه می‌کنند و با توجه به آسیب‌هایی که چنین کاری می‌تواند به کودک وارد کند، این عمل می‌تواند کار اجباری کودک محسوب شود. کودکان در این دیدگاه 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؛ برای مثال دختر بچه‌ای ۷ ساله در یکی از روایت‌های (استوری‌های) خود در حال تبلیغ یک محلول برای تمیز کردن قابلمه‌های چرب است! این محتوا نه تنها ربطی به سن او ندارد، بلکه کودک را به یک منبع درآمد و پول‌ساز تقلیل می‌دهد، خانواده برای کسب سود بیشتر دست به هر کاری می‌زنند، ولو ابزاری و بی‌ارزش شدن کودک و به یک شیء محسوب شدن او باشد. در بسیاری از موارد، خردسال درک درستی از موضوع ندارد و فکر می‌کند، چون شخصی مهم و محبوبی است، این اتفاقات برای او رخ می‌دهد. مادران این کودکان عمدتاً به‌عنوان مادران موفق در جامعه شناخته‌شده و می‌شوند که به فکر کودکان خود هستند، درحالی‌که این مادران برای مطرح‌شدن و محبوب ساختن فرزندان خود، از هر وسیله و ابزاری استفاده می‌کنند؛

برای مثال اگر طرح خاصی برای مطرح کردن کودک در شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌شود، این خانواده تلاش دارد تا فرزندش در آن مسیر حرکت کند یا عکس‌ها و فیلم‌هایی به اشکال مختلف و در موقعیت‌های عجیب و غریب از تصویر و رفتار کودک تهیه و منتشر می‌کند. سوءاستفاده از کودکان در فضای مجازی، به‌ویژه صفحات اینستاگرامی جهت تبلیغ و کسب درآمد در کل دنیا امری نکوهیده بوده و ازجمله موارد تضییع حقوق کودکان محسوب می‌شود که تأثیر نامطلوبی در آینده این بچه‌ها می‌تواند داشته باشد. این وضعیت در کشوری اسلامی که به خانواده و حرمت کودک اهمیت به‌سزایی قائل است، ناپسندتر و مذموم می‌باشد.

کسب درآمد از طریق کودکان به شیوه ابزاری و انتشار تصاویر آن در فضای مجازی قابل پیگرد بوده و لازم است اطلاع‌رسانی شود تا والدین بدانند این اقدام چه آسیب‌های جدی‌ای به کودکان وارد می‌کند. انتشار تصاویر و فیلم برهنه کودکان می‌تواند باعث جذب آزارگران جنسی شود. بر اساس دیدگاه فقهی، ولی و سرپرست حق انجام اقدام‌های مغایر منافع و مصالح کودک را ندارد (مقدس اردبیلی، ۱۴۰۳ق، ص ۴۶۴؛ صاحب جواهر، ۱۳۹۵، ص ۴۴۸). براین اساس هرگونه اقدام تجاری که برای کودک آثار زیان‌بار به همراه داشته باشد، جایز نیست. این در خصوص استفاده تبلیغاتی از کودکان در محیط دیجیتال نیز مصداق دارد، ضمن اینکه کودکانی که به رشد و بلوغ عقلی برسند، از اختیار و استقلال تصمیم‌گیری برخوردار خواهند بود و ولی و سرپرست بدون رضایت آن‌ها حق وادار ساختنشان برای تبلیغات در فضای مجازی را ندارند. دیدگاه مشهور بین فقها رشد را به معنی اصلاح امور مالی و توان تدبیر در این زمینه می‌داند. از نظر فقهی اختیار فعالیت تبلیغات تجاری کودکان در فضای مجازی، در صورت رشد عقل خود کودک است و چنانچه از رشد عقل برخوردار نباشد، هرگونه فعالیت اقتصادی و تجاری ازجمله تبلیغات تجاری در فضای مجازی اگر برای کودک ضرر داشته باشد برای او جایز نیست و ولی و سرپرست نمی‌تواند کودک را بدون توجه به مصالحش به این کار وادار نماید.

امروزه به‌دلیل مجموعه‌ای از آسیب‌های جسمی و روانی‌ای که می‌تواند با حضور کودکان یا انتشار تصاویر و اطلاعات آنان در فضای مجازی به‌دنبال داشته باشد،

پرداختن به این موضوع حیاتی است. در کشورهایی که قوانین پیشرفته دارند این مسئله به‌طور واضح و روشن در قوانین مورد اشاره قرار گرفته است. در ایران قوانین اخیرالتصویب اشاره‌های مستقیمی به برخی موضوع‌ها دارد که می‌توان از آن‌ها برای جلوگیری از تضییع حقوق کودکان و بهره‌کشی اقتصادی از آن‌ها در فضای مجازی استفاده کرد. قانون اشاره‌های مختصر اما مشخصی در مورد یکی از مهم‌ترین رسانه‌های رسمی یعنی سازمان صداوسیما دارد و آن را از تولید محتوای مضر برای کودکان منع می‌کند. این رسانه موظف است قوانین مشخصی را تدوین کند. آیین‌نامه‌های اجرایی که به‌صورت مشخص و واضح به حقوق کودکان اشاره کند تا بتوان به‌صورت جدی در رسانه‌های چاپی، صداوسیما یا رسانه‌های مجازی از حقوق آنان دفاع کرد.

همچنین قانون‌گذار، گروهی از کودکان را مورد اشاره قرار می‌دهد که به‌عنوان کودک بزه‌کار، بزه‌دیده و قربانی آزار یا مجرم هستند، اما در کنار این‌ها، کودک هم هستند و در مورد انتشار تصاویر این دسته کودکان با موانع جدی روبرو شده است، چراکه انتشار تصاویر این کودکان باعث بروز آسیب‌های جبران‌ناپذیری می‌شود. البته قانون‌گذار به‌صورت کلی و عام به این موارد اشاره کرده است. در کشورهایی که از نظر قانونی متریقی هستند آیین‌نامه‌های بسیار دقیقی در حوزه فضای مجازی تدوین شده است تا قوانین واضح‌تری در این حوزه به تصویب برسد. مطابق کنوانسیون حقوق کودک، دولت‌ها موظف‌اند که کودک را از هر نوع رفتار و بدرفتاری که والدین یا سرپرستان قانونی ممکن است با آن‌ها داشته باشند، محافظت کنند. برای جلوگیری از هرگونه سوءاستفاده از کودکان، دولت‌ها موظف‌اند اقدام‌های مناسب اجتماعی داشته باشند. در قانون حمایت از کودکان مصوب ۱۳۸۱ که در حال حاضر نیز لازم‌الاجرا است، هرگونه نادیده گرفتن سلامت روانی کودک، ممنوع و قابل پیگرد است. بر همین اساس انتشار تصویر کودک به هر دلیل و در هر صورت و قالبی درست نیست. والدین با انتشار این تصاویر به‌جای کودکان تصمیم می‌گیرند و ممکن است با این کار آن‌ها، آینده‌ای برای کودک رقم بخورد که نقشی در ایجاد آن ندارد و شاید با آن موافق هم نباشد. ممکن است تصاویر و اطلاعات کودکان در اختیار افراد بیمار قرار گرفته و مورد استفاده واقع شود.

نهادهای حاکمیتی باید سیاست‌گذاری حقوقی و قانونی مناسبی در این زمینه داشته باشند. نقص قانون در موضوع‌های مرتبط با بهره‌کشی اقتصادی کودک و نحوه حضور او در تولید محتوا بسیار خطرناک به نظر می‌رسد (قاسم‌زاده، ۱۳۹۷، ص. ۱۵۴).

۵- قوانین حاکم بر تبلیغات در فضای مجازی

مهم‌ترین قانونی که در نظام حقوقی ایران اصول و مقررات ناظر بر تبلیغات تجاری را تدوین کرده است، آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی مصوب ۱۳۵۸ شورای انقلاب اسلامی است. این آیین‌نامه به پیشنهاد وزارت ارشاد ملی وقت به استناد ماده ۶۰ قانون تأسیس وزارت اطلاعات جمهوری اسلامی در جلسه ۲۷ اسفند ۱۳۵۸ شورای انقلاب در ۲۸ ماده به تصویب رسیده است. این مصوبه از لحاظ شمول موضوعی کاملاً عام بوده و همه رسانه‌ها را دربرمی‌گیرد. در ماده ۱۵ چنین مقرر شده است: آگهی‌های تبلیغاتی که از طریق رسانه‌های همگانی پخش می‌شود تابع مقررات این آیین‌نامه است. رادیو، تلویزیون، سینما، روزنامه، مجله، سالنامه ویزیتوری و مانند آن، بدین ترتیب نه تنها آگهی‌های مطبوعاتی رادیو یا تلویزیونی که هرگونه آگهی‌های تبلیغاتی که از طریق رسانه‌های همگانی پخش و انتشار می‌یابد، ملزم به رعایت مقررات این آیین‌نامه است. مقررات این آیین‌نامه اجرایی، نظام واحدی را بر تبلیغات تجاری حاکم ساخته و با نام‌بردن از رسانه‌های رایج آن زمان، به عنوان مثال و افزودن قید و مانند آن، هیچ نوع تبلیغات تجاری را از دایره شمول خود خارج ندیده است (معمدنژاد، ۱۳۸۸، ص. ۱۴). اما در آیین‌نامه مذکور، موردی در راستای حمایت از کودکان در تبلیغات تجاری در محیط دیجیتال به چشم نمی‌خورد.

علاوه بر آیین‌نامه تأسیس و نظارت بر نحوه کار و فعالیت کانون‌های آگهی و تبلیغاتی که مهم‌ترین ماده قانونی در زمینه تبلیغات تجاری محسوب می‌شود، در قانون تجارت الکترونیک مصوب ۱۳۸۲ نیز مقرراتی پراکنده در این زمینه به چشم می‌خورد و مشخصات فصل دوم قانون فوق راجع به قواعد تبلیغ در مواد ۵۰ الی ۵۷، مقرراتی در مورد تبلیغات تجاری آمده، از جمله ممنوعیت فریب مخاطب، ممنوعیت به خطر انداختن

امنیت مخاطب، ارائه صریح و روشن اطلاعات مربوط به کالا و خدمات. ماده ۵۷ قانون تجارت الکترونیک نظام‌دهی دولتی تبلیغات تجاری کودکان و نوجوانان را از طریق تدوین آیین‌نامه‌ای در این خصوص به هیئت وزیران واگذار کرده، علی‌رغم اینکه آیین‌نامه اجرایی ماده ۵۶ و ۵۷ قانون تجارت الکترونیک در تاریخ ۱۳۸۵ به تصویب هیئت وزیران رسید، اما این آیین‌نامه هیچ مقرراتی در مورد تبلیغات تجاری خطاب به کودکان پیش‌بینی نکرد (انصاری، ۱۳۹۰، ص ۲۶۳). در نظام حقوقی ایران در نظام‌دهی تبلیغات تجاری به‌طور کلی وضعیت آشفته است و قانون جامع و کاملی در زمینه حمایت از حقوق کودکان در تبلیغات تجاری و محیط دیجیتال تبلیغات تجاری در ایران وجود ندارد.

۶- آسیب‌های کودکان کار مجازی

۶-۱- آسیب به حریم خصوصی کودکان و نقض آن

درباره پیامدهای انتشار تصاویر کودکان در فضای مجازی و یا حتی مطالب نوشتاری که در رابطه با آنان منتشر می‌شود تحقیقات بسیاری انجام شده است و شکل و نوع این تصاویر که از کودکان در فضای مجازی منتشر می‌شود، می‌تواند موجب نقض کرامت کودک شده و ناقض حریم خصوصی او باشد. به دلیل نادیده گرفتن حق کودکان بر مالکیت تصاویرشان و ناآگاهی آنان از اتفاق‌های احتمالی، ممکن است هویت مجازی غیرقابل تغییر یا اصلاح‌ناپذیر با حضور در فضای مجازی برای کودکان به وجود بیاید. این واقعیت مجازی ماندگار می‌تواند در آینده کودکان اثر بگذارد. برخی از والدین بی‌ملاحظه، عکس‌های برهنه کودکان را منتشر می‌کنند که ممکن است زمینه‌ساز سوءاستفاده تارنماهای پورنوگرافی کودکان شود و راه سوءاستفاده از آن‌ها را هموارتر کنند. والدین کودک با به اشتراک گذاشتن اطلاعات شخصی فرزندان، می‌توانند موجب آسیب به آن‌ها شوند.

حفظ حریم خصوصی برای کرامت انسانی و امنیت کودکان و استفاده از حقوق آن‌ها لازم و ضروری است که در ماده ۱۶ پیمان‌نامه حقوق کودکان به صراحت مورد اشاره قرار گرفته است. امروزه به‌طور گسترده شاهد پخش عکس‌ها و تصاویر کودکان در هر

شرایطی هستیم که به نظر می‌رسد هیچ فردی راضی به انتشار خصوصی‌ترین و شخصی‌ترین قسمت‌های زندگی خود نباشد. ممکن است کودکان نیز در آینده به این نتیجه برسند.

راهنمای حریم خصوصی برخط کودکان که در سال ۲۰۱۸ از طرف یونیسف منتشر شد، به ۴ روش به نقض حریم خصوصی کودکان اشاره کرده است. (۱) حریم خصوصی فیزیکی کودکان که توسط فناوری‌هایی؛ تصاویر، رفتار و موقعیت‌های برخط آن‌ها را ردیابی می‌کند؛ (۲) حریم خصوصی ارتباطی که با رصد پست‌ها، گفتگوها و پیام‌های آن توسط دولت یا سایر کنشگران صورت می‌گیرد؛ (۳) حریم خصوصی اطلاعاتی برای جمع‌آوری، نگهداری و پردازش داده‌های شخصی و (۴) حریم خصوصی تصمیم‌گیری توسط ابزارهایی که دسترسی مطالعات سودمند را محدود می‌کند و در معرض تهدید قرار می‌گیرد. تهدیدات به حریم خصوصی کودکان ممکن است مانند سرقت هویت باشد. تهدیدها همچنین ممکن است به علت فعالیت‌های خود کودکان و فعالیت‌های اعضای خانواده همسالان یا دیگران انجام شود؛ برای مثال والدینی که عکس کودک را به صورت برخط به اشتراک می‌گذارند یا غریبه‌ها که اطلاعات مربوط به کودک را به اشتراک می‌گذارند (احمدلو، ۱۳۹۲، ص. ۲۵). برخی از والدین اطلاعات لحظه‌به‌لحظه از مکانی که کودک خود در آنجا حضور دارند را منتشر می‌کنند که این کار به طور بالقوه ایمنی آن‌ها را به خطر می‌اندازد. این کار باعث می‌شود که برخی از افراد با هدف کسب سود دست به دزدیدن کودک بزنند. گاهی والدین تمام ویژگی‌ها و اتفاق‌هایی که در طول یک روز برای کودکان می‌افتد را با غریبه‌ها به اشتراک می‌گذارند که ممکن است باعث سوءاستفاده برخی از اطلاعات شخصی شود و شاید هم در آینده ضربه بزرگی را به کودک وارد کند. مراجع قضایی باید نسبت به نقص حقوق کودک ورود کرده و والدین و مراجع را به استفاده‌های ابزاری از کودکان و نیز آسیب‌ها و خطرهای این راه، به صورت کامل مطلع کنند (اسماعیل‌نژاد، ۱۳۹۴، ص. ۵۲).

۶-۲- آسیب به هویت و شخصیت کودک

کودکی بخشی مهم از هویت هر فرد است که در آینده شخصیت انسان را شکل می‌دهد. امروزه کودکان با رسانه‌ها در ارتباطند و تأثیر رسانه‌ها بر هویت آنان غیرقابل انکار است. کودکانی که نمایش داده می‌شوند، قرار است در مقابل این همه چشم بزرگ شوند، او را می‌بینند و هویتی که می‌تواند برای خود ایجاد کنند را کاملاً سلب شده می‌بینند. در این مورد خانواده‌ها برای کودکان خود هویت انتخاب می‌کنند، یعنی کدام کلاس هنری شرکت کنند و کدام کلاس ورزشی نروند، به عبارتی والدین بر اساس خواسته خود هویت کودک را انتخاب می‌کنند. هویت کودکان اینستاگرامی 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 چالشی بزرگ در باب هویت خود روبه‌رو شود، چراکه 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 شده و نتیجه‌ای جز چندشخصیتی را در پی ندارد. زمانی که کودک ۴ یا ۵ ساله را می‌بینیم که مجبور شده یک نریشن یک یا دو دقیقه را حفظ کند تا کفش‌فروشی که بابتش پول گرفته را تبلیغ کند، این به کودکی او آسیب می‌زند. او یکبار این کار را نمی‌کند، بلکه باید هر بار چیز تازه‌ای برای تبلیغ کردن حفظ کند. او هیچ‌وقت نمی‌تواند خودش باشد، مثل خودش راه برود، بلکه باید درست و حساب‌شده راه برود و حرف بزند و مانند یک مدلینگ ۲۴ ساعته و تمام‌وقت رفتار کند. دقیقاً مثل آن بازیگر معروفی که هنگام از منزل بیرون رفتن، این هراس را دارد که تصاویر او توسط دیگران شکار شود.

تصور کنید تمام مدت در یک اتاق شیشه‌ای زندگی کرده‌اید، دوست و آشنا و غریبه درباره فعالیت‌های روزانه، علاقه‌مندی‌ها و نقاط قوت و ضعف شما آگاهی دارند، حتی در لحظات تنهایی شما حضور داشتند، تمام لحظات اندوه شما و ناکامی‌هایتان را دیده‌اند، به اشتباه‌های شما خندیده‌اند. در نتیجه زمانی که شما به آستانه کودکی و نوجوانی که آغاز

زندگی اجتماعی‌تان است می‌رسید، پیش از آنکه خواسته باشید، تصویری از شما شکل گرفته است. این موضوع جدا از نقض حریم خصوصی کودک، او را با تصویری غیرواقعی در جامعه روبه‌رو می‌کند، تصویری از پیش‌ساخته که کودک انتخابی در آن نداشته است.

۳-۶- بروز مشکل در نحوه تعامل کودک با محیط اطراف

نحوه تعامل کودک در دنیای بزرگسالان به‌عنوان یک عنصر نمایشی درآمده است، درواقع این شرایط کودکان مدام در حال دیده شدن از طرف کاربرهای بزرگسال هستند و انتظار می‌رود که کودکان همان کاری را انجام دهند که یک اینفلوئنسر بزرگسال انجام می‌دهد. این باعث می‌شود که از دنیای کودکان هم‌سن‌های خود فاصله بگیرند و به‌جای اینکه به‌دنبال بازی با کودکان باشند، به‌دنبال لایک گرفتن باشند؛ به‌عبارتی دیگر زمانی که کودکان به‌جای کودکی‌کردن به‌دنبال کارهای بزرگتر از سن خود هست، یکی از مهم‌ترین مرحله‌های رشد خود یعنی کودکی را از دست‌داده 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 رسیده و هم مشکلاتی برای او در این سن نمایان می‌شود. این کودک نباید زمین بخورد، نباید بدو بدو کند و نباید لباس‌های راحت و عادی بپوشد؛ نباید زیر آفتاب بازی کند چون ممکن است آفتاب‌سوخته شود. نباید هیچ شیطنتی بکند، زیرا مغایر با ظاهر شکیل او خواهد بود. عملاً این کودک شبیه مجسمه‌ای خواهد بود که هر بار باید زیباتر و بهتر از شکل و ظاهر قبلی باشد. تصور کنید با یک ظاهر بزرگ‌شده، اغراق‌آمیز و سینمایی چه آسیبی در بزرگسالی به این بچه می‌رسد؟ آیا خودش در آینده از این وضعیت راضی خواهد بود؟ در مرحله دوم این کودکان تأییدشدن را در اموری می‌بینند که برایشان درآمدزایی داشته باشند، نه در اموری مثل درس خواندن؛ و وقتی متوجه شوند که از اجرای خود درآمد خوبی کسب می‌کنند، کمتر نیاز به درس خواندن در خود احساس می‌کنند. کودکی که باید به فکر دنیای کودکی خود باشد، اما در سودجویی‌های مادی والدینش می‌افتد، درست است که

شاید هوش اقتصادی‌اش رشد کند، اما قطعاً معنی فهم درست اقتصادی، کارآفرینی، تولیدکردن، تلاش، رقابت سالم، صرفه‌جویی و خدمت به جامعه را نخواهد فهمید. به گفته روان‌شناسان، بچه‌ها با این نوع کارکردن زیاده‌خواه می‌شوند و تصور می‌کنند که چون ده دقیقه جلوی دوربین رفته و درآمد زیاد کسب کردند، همیشه هم در اجتماع همین‌طور است و کارها همه به این‌صورت سود اقتصادی دارد، درحالی‌که این‌طور نیست و این تفکر اشتباه است. تمام این فعالیت‌ها به جنبه اقتصادی بر نمی‌گردد و همه والدین درآمدزایی از قبل کودکان‌شان ندارند، اما جذابیت دیده‌شدن، فالوور و لایک گرفتن، دامی برای نقض حریم خصوصی کودکان است؛ جایی که خصوصی‌ترین لحظات زندگی کودکان در معرض دید همگان قرار می‌گیرد و قضاوت‌هایی از پیش تعیین‌شده برای آنان می‌سازد که خود منجر به آسیب‌های بسیار در دوران نوجوانی این کودکان و در ورودشان به اجتماع خواهد داشت. کودکان کار اینستاگرامی برخلاف چیزی که دیده می‌شوند، کودکی نمی‌کند و این انحراف از رشد طبیعی است و نقض حقوق طبیعی آنان است. این کودکان ممکن است طرفداران و دنبال‌کنندگان بسیاری داشته باشند، اما با مشکلات بسیاری نیز دست‌وپنجه نرم می‌کنند که ممکن است نمود بیرونی واضح و مشخصی نداشته باشند، اما اثرهای واضح و جبران‌ناپذیری بر زندگی کودک داشته باشند. استفاده ابزاری از کودکان نه تنها باعث مشکل در تعاملات این کودکان در فضای اجتماعی با همسالان می‌شود، که با والدین هم دچار مشکل می‌شود؛ وقتی والدین به اندازه کافی از کودک مراقبت نمی‌کنند و به نیازهای او جواب نمی‌دهند، کودک دچار آسیب می‌شود و در آینده احتمالاً خشم زیادی نسبت به والدین خواهند داشت. درعین حال اعتماد به دنیای اطراف هم نمی‌تواند شکل بگیرد و می‌تواند به فضاهای شغلی، زوجی و اجتماعی هم تعمیم داده شود.

۴-۶- آسیب به روح و روان کودک

یکی دیگر از آسیب‌های موردتوجه این کودکان، آسیب‌های روانی وارده شده است. شاید تصور شود کودکانی که به واسطه نظارت و یا حضور والدین‌شان از مزایایی مانند شهرت

و درآمذزایی در شبکه‌های اجتماعی بهره‌مند می‌شوند؛ درواقع فعالیت لذت‌بخش و جذابی را انجام می‌دهند؛ اما حضور زودهنگام، اجباری و انجام یکسری فعالیت در فضایی که همه امور در آن برای سال‌ها ثبت خواهد شد و باقی خواهد ماند، آسیب‌هایی را در پی خواهد داشت که زیر ظاهر جذاب تصاویر ایدئال و رویایی پنهان شده است و سلامت روان او را در حساسترین سال‌های زندگی نشانه گرفته است. سال‌هایی که شکل‌گیری زیربنای سلامت و شخصیت کودک در حال انجام است.

ایجاد استرس از طرف خانواده به دلیل حجم زیاد کار، یکی دیگر از مشکلات کودکان کار اینستاگرامی است. همچنان خستگی ناشی از تبلیغات، استوری گذاشتن و پست کردن عکس‌های مختلف از کودک، او را آزار می‌دهد. هنگامی که این کودکان در امری دچار شکست شوند، دچار سرخوردگی می‌شوند؛ زیرا آن‌ها از سنین کودکی عادت می‌کنند که فقط مورد تأیید دیگران با الفاظی مانند «چه قدر تو خوشگلی»، قرار گیرند و یا اینکه عامل پیشرفت خانواده و والدین را خود و کنشگری خود در فضای مجازی بدانند، حتی ممکن است دچار چالش‌ها و اختلاف‌هایی با والدینشان شوند. مهم‌ترین آسیب این است که به بچه‌هایمان گفته می‌شود، تو باید دیده شوی و دیگران تو را با یک تبلیغ ببسندند. این کار نه تنها به رشد شخصیت و توانایی کودک کمک نمی‌کند، بلکه مشکلاتی را هم در پی دارد... ازجمله تبعات این امر می‌توان به بلوغ زودرس، افسردگی، اختلال شخصیتی، شی‌واری، احساس خودشیفتگی، حساس شدن به ظاهر، افت تحصیلی، از بین رفتن عزت نفس و ایجاد اعتماد به نفس کاذب و... اشاره کرد.

معمولاً کودکانی که در فضای مجازی دیده می‌شوند، با رشد و بزرگ شدنشان از شهرتشان نیز کاسته خواهد شد و واهمه‌ای برایشان پیش می‌آید که دوست ندارند بزرگ بشوند و به همین ترتیب می‌شود که آن‌ها در دوران کودکی خود متوقف می‌شوند و رفتارهای کودکانه‌ای به عنوان یک بزرگسال از خود نشان می‌دهند. آن‌ها به نوعی از فرش به عرش رسیدن را تجربه می‌کنند و این مسئله برایشان سنگین تمام می‌شود. دلیل این اتفاق این است که کودک از محیط طبیعی و ارتباط با همسالان خود جدا می‌افتد؛ بنابراین او نمی‌تواند در آینده با همسالان خود تعامل داشته باشد و ازسوی دیگر نوعی

خودشیفتگی در این کودک به دلیل توجه بیش از حدی که از دیگران گرفته است، ایجاد می‌شود و این خودشیفتگی تا بزرگسالی همراه او خواهد بود.

بزرگ‌ترین کمک والدین برای تربیت فرزندشان این است که به او بگویند تو هر طور که هستی، دوست‌داشتنی هستی و برای ما عزیزی. درحالی‌که با حضور بچه‌ها در فضای مجازی، چنین چیزی نقض می‌شود. وقتی بچه‌هایمان را بزک کرده و با گریم جلوی دوربین می‌نشانیم، به آن‌ها می‌گوییم که تو این‌طور زیبایی و باید به چشم بیایی نه با خود واقعی‌ات! علاوه بر این با چنین کاری نقش بازی کردن، تمارض، دروغ و بی‌اخلاقی را به فرزندانمان یاد می‌دهیم و تعارض بین خود واقعی و خود موجود در فضای مجازی او را به سمت وسوی نامناسبی خواهد کشاند. این والدین هرچند ممکن است با قراردادن جملات و عبارات‌های فلسفی، اخلاقی، ادبی و حتی گاهی روان‌شناختی در ذیل پست‌هایشان، به ظاهر وانمود کنند که نسبت به دیدگاه سایرین بی‌توجه هستند و همه را به پیگیری اهداف شخصی ترغیب کنند، اما در عمل خودشان به عنوان یک الگو یا مشوق برای فرزندانشان، به آن‌ها می‌آموزند که زمانی خوب هستی که بیش از سایرین موردتوجه هستی، چون در عمل و طی زندگی روزمره، زمانی بیش از سایر مواقع به کودکشان توجه می‌کنند که کودک کارهایی را انجام بدهد که در رسانه‌ها یا شبکه‌های اجتماعی بیشتر لایک بگیرد. متأسفانه این الگو و شیوه، اعتماد به نفس و عزت نفس کودک را به هم می‌زند و تعامل‌ها و فعالیت‌هایش را وابسته و با در نظر گرفتن دیدگاه سایرین جهت‌دهی می‌کند؛ نه به سمت آنچه خوب و درست است. بعضی از این آسیب‌ها و مشکلات قابل جبران نیستند و اثرهای آن‌ها تا همیشه بر روان و روح آن کودک باقی می‌ماند و مشکلات روانی را ایجاد می‌کند؛ نسلی از کودکان پا به جامعه می‌گذارند که مشکلات روانی و هویتی زیادی را پشت سر گذاشته‌اند و حال قرار است که این کودکان جامعه را بسازند.

نتیجه‌گیری

مفهوم کودکان کار در گذشته مساوی با کودکان خیابانی بوده است. کودکانی که در کارخانه‌ها کار می‌کردند یا در خیابان به دست‌فروشی مشغول بودند. امروزه نوع دیگری از کودکان کار پدیدار شده‌اند که در دنیای نوین و فضای مجازی فعالیت می‌کنند و از این کودکان با عنوان کودک کار نوین یاد می‌شود. کودکانی که به‌عنوان کودکان کار اینستاگرامی شناخته می‌شوند، توسط والدینشان به کار گرفته می‌شوند تا با نمایش گذاشتن جنبه‌های مختلف زندگی‌شان کسب درآمد کنند.

شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در حال حاضر با رشد بسیاری روبرو شده‌اند و جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی بشر هستند و افراد به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با آن در ارتباط هستند. کودکان اینستاگرامی به‌طور مستقیم با فضای مجازی درگیرند. از آنجایی که کودکان به رشد کامل شناختی نرسیده‌اند و خوب و بد را تشخیص نمی‌دهند، بیشتر از سایر گروه‌های فعال در فضای مجازی در معرض آسیب قرار می‌گیرند، حریم شخصی‌شان نیز بی‌ملاحظه نقص می‌شود و فقط می‌توانند هویتی که مادرانشان در صفحه مجازی برایش ساخته است قبول کنند. حضور در فضای مجازی، کودکان کار اینستاگرامی را در معرض آسیب‌های روانی و هویتی قرار می‌دهد به‌طوری‌که شکل‌گیری شخصیت آن‌ها با مشکل روبرو می‌شود و در تعامل با دیگران و همسالان خود نیز دچار مشکل می‌شوند که در آینده باعث ایجاد مشکلات عمیق‌تری خواهد شد. نهادهای قانون‌گذار هم که هنوز این گروه به‌وجودآمده را به‌طور رسمی قبول نکرده‌اند و همین عدم پذیرش و اینکه این موضوع وارد فضای گفتمان قانونی نشده، باعث می‌شود که هیچ نظارتی صورت نگیرد و کودکان قربانی فقدان قانون شوند. هرچند در خصوص مقابله با هرزه‌نگاری و حمایت از حریم خصوصی، مقرر قانونی وجود دارد. قوانین حمایتی مجزا و تخصصی در راستای جلوگیری از سوءاستفاده از کودکان در فضای مجازی به تصویب نرسیده است و قوانین موجود یا نامی از کودکان نبرده‌اند یا به کلی‌گویی بسنده کرده‌اند. لازم است برای کاهش مشکلات کودکان در فضای مجازی، قوانین تخصصی و مجزا تصویب شود. تدوین قانون برای حضور کودکان در فضای مجازی و شبکه‌های

اجتماعی از جمله اینستاگرام ضروری به نظر می‌رسد. همچنین در خصوص تبلیغات در فضای مجازی نیز با خلأ قانونی مواجه‌ایم که باید چاره‌اندیشی شود. آموزش به مردم در جهت حفظ و احقاق حقوق کودک در فضای مجازی نیز ممکن است مؤثر واقع شود. برای بررسی و شناسایی آسیب‌ها و حل مشکلات کودکان در فضای مجازی به‌ویژه کودکان کار اینستاگرامی و سایر کودکان دارای وضعیت مشابه، پیشنهاد می‌شود که کارگروهی ویژه از حقوق‌دانان، روان‌شناسان و جامعه‌شناسان برای بررسی مشکلات و آسیب‌های حضور آنان در فضای مجازی و ارائه راه‌حل تشکیل شود و نیز قوانین تخصصی و ویژه در جهت حمایت از کودکان فعال در فضای مجازی تصویب شود. آموزش خانواده‌ها و افراد جامعه نیز می‌تواند در جهت حل مشکلات و آسیب‌های این حوزه راهگشا باشد. شاید وضع قوانین تازه در خصوص کار کودکان و تکمیل قوانین موجود مرتبط با فضای مجازی و نیز شناساندن معضل‌ها و آسیب‌های موجود در این امر به عموم مردم و خانواده‌ها، وضعیت کودکان کار در جامعه بهبود بخشد.

فهرست منابع

- احمدلو، مونا (۱۳۹۲)، *حریم خصوصی در فقه و حقوق ایران*، تهران: انتشارات مجد.
- اسماعیل‌نژاد، علیرضا (۱۳۹۰)، *نگرشی بر حقوق حمایت از کودکان*، تهران: انتشارات سمت.
- السان، مصطفی (۱۳۹۹)، *حقوق فضای مجازی*، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های نشر دانش.
- انصاری، باقر (۱۳۹۰)، *حقوق ارتباط جمعی*، تهران: انتشارات سمت.
- پیوندی، غلامرضا (۱۳۹۰)، *حقوق کودک*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- صاحب جواهر، محمدحسن (۱۳۹۵)، *جواهرالکلام*، تهران: انتشارات دارالکتب الانسانی.
- عبادی، شیرین (۱۳۸۳)، *تاریخچه اسناد حقوق بشر در ایران*، تهران: نشر روشنگران و مطالعات زنان.
- قاسم‌زاده، سارا (۱۳۹۷)، *قوانین حقوق بین‌الملل و ارتباط آن با فضای مجازی*، تهران: انتشارات کتب علوم انسانی.

معتد نژاد، کاظم (۱۳۸۸)، *حقوق تبلیغات بازرگانی*، تهران: انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.

مقدس اردبیلی، احمد ابن محمد (۱۴۰۳)، *مجمع الفوائد و البرهان فی الشرح ارشاد الانهان*، قم: دفتر انتشارات وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
هاشمی، سید محمد (۱۳۸۴)، *حقوق بشر و آزادی‌های اساسی*، تهران: نشر میزان.