

“虐待”玩具,为什么不可取?

近期,一款名为“娜塔莎”的婴儿造型解压玩具,出现在一些青少年群体中。从最初的揉捏解压,到灌水摔打、刀割针刺等猎奇玩法,一场畸形流量狂欢愈演愈烈。继此前“萝卜刀”等玩具因模仿捅刺动作被禁后,网红玩具一再试探公共底线。



网络图

猎奇玩法搭上流量快车

近年来,解压玩具市场持续升温,软胶捏捏乐、治愈系潮玩等凭借舒缓情绪的属性收获众多年轻人喜爱。但部分商家为博眼球、冲销量,不断开发、传播猎奇玩法,有些主播将虐待玩偶的视频放置于醒目位置引流,有些商家甚至刻意拍摄玩偶不雅姿势,用疑似色情擦边内容引流。

这些网红玩具单价低廉、小巧便携、模仿门槛低,快速从线上传导至校园。社交平台上,“学校”“上课”“小学生”等标签与相关视频内容高频绑定。“大家都在玩,不买就感觉跟不上。”高中生小曾坦言,起初只是觉得好笑,后来看到同学把硅胶娃娃“娜塔莎”扔墙、灌水、剪开,自己也跟着模仿,“拍视频发出

去,如果有人点赞,就想尝试更多玩法”。

多名一线教师表示,一天能没收近十个“娜塔莎”。不少家长反映,学校周边文具店、小卖部的该款玩具一度卖断货。在流量助推、圈层带动下,这些网红玩具悄然渗透进一些青少年的日常生活,给校园管理和价值引导带来挑战。

是情绪宣泄,还是风险信号?

宣扬暴力虐待、低俗玩梗的网红玩具大行其道的背后,不只是一场短暂的消费热潮,更裹挟着流量乱象、暴力模仿、情绪管理失衡的深层隐患。

在逐利思维主导下,部分商家忽视未成年人受众的成长底线,将“能被虐待”“怎么折腾都不坏”包装成卖点。北京外国语大学国际新闻与传播学院教授邓秀军表示,这种营销逻辑本质上是企图把低俗内容、暴力玩法变现。内容获得高频互动后,平台创作者自然会迎合这种趋势,

持续产出低俗暴力内容。

部分网友认为,网红玩具的暴力玩法,只是一种简单的情绪宣泄方式,无伤大雅。社会心理学家班杜拉的经典“波波玩偶实验”提示,儿童青少年具有较强观察学习能力,反复观看攻击行为,可能增加模仿暴力倾向。

“以践踏仿真婴儿玩具的方式宣泄情绪,可能使孩子逐渐对暴力行为产生心理脱敏,即降低对伤害行为的敏感度,模糊娱乐与暴力的边界,弱化对真实生命体的共

情能力。”上海大学社会学院教授杨铨表示,对玩具的暴力可能会迁移到对人的暴力,尤其是拟人化的物体被破坏、被羞辱,会让青少年对弱小者的认知和感受到潜移默化影响。

上海市精神卫生中心副主任医师金金表示,合理的情绪宣泄本是刚需,但通过破坏行为短暂转移负面情绪并不可取。“长期以发泄、破坏代替沟通调节,会让青少年逐渐丧失健康的情绪管理能力。”

正确疏导情绪,守住成长底线

受访专家认为,网红玩具可以追逐热度,但不能丢失价值尺度;网络潮流迭代再快,守护青少年身心健康的防线也绝不能松动后退。

“商家以玩偶不雅动作、暴力虐待玩法开展营销宣传,与《未成年人网络保护条例》相关要求相悖,部分行为涉嫌违法。”上海数科律师事务所律师王鹏飞认

为,平台应完善拟人化解压玩具、猎奇类内容专项审核规则,及时下架违规商品与视频。

《半月谈》记者了解到,目前已有部分中小学校发布通知,禁止学生携带此类玩具入校。杨铨建议,市场监管部门需针对网红解压玩具开展专项排查整治,加大校园周边商铺、电商平台巡查力度,从

生产、流通、销售各环节堵住风险漏洞。

金金表示,学校和家庭不能只停留在没收、禁止和批评上,更应主动了解未成年人的压力、焦虑和社交需求,及时进行正向引导。同时,通过运动、社团、心理辅导等多元形式,为青少年提供科学健康的解压渠道。

(据《半月谈》)