

摔打、针扎、注水、捅刺…… 网红“解压”玩具“娜塔莎” 背后有多重隐忧

近期，一个名为“娜塔莎”的解压玩具在网络上爆火，销量猛增。与其他玩具走红的原因不同，“娜塔莎”的流量来自被暴力虐待——摔打、针扎、注水、捅刺……

“娜塔莎”的遭遇，实在让人揪心，但这并不只是一场线上线下的低俗狂欢。婴儿造型的“娜塔莎”为何走红？其被暴力对待的背后，暗藏哪些风险隐患？新华每日电讯记者多方走访，深入剖析这场以“解压”为名的畸形娱乐。

当暴力玩法成为“娜塔莎标配”

最近，五年级小学生乐乐(化名)发现，学校里很多同学都在谈论一种叫“娜塔莎”的玩具。他通过短视频平台观看了“娜塔莎”的视频后，也多次请求家长购买。“这个玩具长得像一个丑萌的黑皮肤小婴儿，手感像之前很火的‘捏捏乐’，捏起来很解压，在网上很火，很多同学都买了，我也想玩。”乐乐说。

然而，乐乐的父母在购物平台浏览发现，玩具“娜塔莎”的造型并不美观，甚至有点猎奇。他们不禁疑惑：这款玩具为何能获得大量流量，甚至火到学校里？

记者梳理发现，起初是一名博主为了应对家里催婚，买了一款冷门丑娃，把它当孩子养，并起名为“娜塔莎”。博主通过拍摄与“娜塔莎”相处的视频自嘲解压，意外获得了不少关注。

真正让“娜塔莎”走红的，是一条“娜塔莎”被不小心摔变形的视频。丑萌搞怪的画面，让不少网友开始模仿，同款娃娃销量大涨，还有不少网友发布了用“娜塔莎”整蛊他人的视频。

伴随着一些充斥着暴力倾向的猎奇视频，“娜塔莎”收获了更多流量。有些售卖“娜塔莎”的商家宣扬“养娃不如捏娃”，拍摄大量针刺、刀割、给娃娃注水甚至“让‘娜塔莎’分娩”的视频大肆营销，让人产生生理不适。

记者在各大电商平台搜索发现，“娜塔莎”的销售量不小，价格从几元到几十元不等。有一家网店出售2款不同价位的“娜塔莎”，售价50元左右的娃娃销量显示已超1万个，售价20元的也显示“全网3000+”付



网红玩具“娜塔莎”

款。

随着“娜塔莎”网络热度提升，相关产品也蔓延到了学校周边的文具店。记者来到一所小学，发现其周边的几家文具店、超市都有“娜塔莎”售卖。一家文具店老板说：“这个玩具最近卖得很火，一天至少卖30个，基本都是小学生来购买，也有一些家长专门来替孩子购买。”

“学校最近正在查这种玩具。”一名小学老师告诉记者，“娜塔莎”的外观让她隐感到不安，观看所谓“标准玩法”的视频后，她心里立刻敲响了警钟，“不能让这种暴力玩法在孩子中间流行”。

当“解压”失去底线

受访专家认为，“娜塔莎”的遭遇背后，埋藏着不少风险隐患。

平台流量机制、商家逐利心理驱动，让情绪表达和宣泄越过了道德和法律的边界。山东大学法学院教授、北京观韬律师事务所高级顾问胡常龙说，“娜塔莎”被虐待的视频爆火，让一些小众、变态的心理呈现在大众面前。而算法和商业机制

却忽视其内容是否健康，任由其在互联网上被放大，形成了越离谱越有流量、卖得越多参与越多的畸形流量链条，不仅试探着“情绪表达”的合法边界，也模糊了人们的是非善恶观念。

对于世界观正在形成阶段的未成年人，类似现象的潜在影响尤其需要警惕。

慧成长家庭教育研究院院长滕瑶说，常见的“捏捏乐”玩具多为食物形态，而“娜塔莎”玩具的形象却是弱小的婴儿。“婴儿本该被爱和保护，用婴儿形象制作解压玩具，已经在以一种抽象的方式侵害儿童权益。”滕瑶说，随意揉捏、摔打甚至对“娜塔莎”施暴，可能逐渐让人失去对弱者和弱小生命的共情和爱护之心，并在潜

移默化中将这些弱者视作可供发泄的客体，将随意欺凌弱小的行为“合理化”。

上海市青少年研究中心副教授俞晓歆认为，基于社会学习理论，儿童在观看“娜塔莎”被施暴视频的同时，也在进行观察学习。“不论儿童是否模仿或评价了这些视频，他们都可能潜意识中习得了一些低俗或暴力行为。”俞晓歆说，“这些视频如果在低龄群体中流行，显然不利于树立珍惜生命、尊重他人生命的健康生命观，也不利于养成理性、平和和处理情绪的习惯。”

更令人担忧的是，此类不良文化现象层出不穷。“像此前火爆的‘萝卜刀’玩具，也暗藏了类似的风险。”滕瑶说，“萝卜刀”是一种用塑料制成的仿刀玩具，儿童用“萝卜刀”玩耍时，多用其进行劈砍等动作。这不仅有可能让他们忽略真正刀具可能伤人的事实，还可能让他们把暴力行为等同于玩耍，对暴力和危险逐渐接纳、脱敏甚至麻木。

打着“解压”旗号向“娜塔莎”施暴的视频，滋生了“摔得越惨点赞越多”的暴力审美，进而形成流量催生销量、销量反哺流量的循环。受访专家认为，应多方发力避免不良文化现象蔓延。

业内人士认为，网络的发展让未成年人更早接触社会信息，健康生命观的教育也应该跟上。应尽早做好前端预防，帮助未成年人培养情绪出口，让他们理性平和地处理情绪问题，健康成长。据新华社

名为解压，实为“虐娃”的玩具挑战伦理底线

近期，一款可以通过揉捏改变形态、名为“娜塔莎”的婴儿造型玩具在网络走红。部分商家为了博取关注，在短视频平台以摔打、蹂躏、注水撑爆等“虐娃式”玩法进行推销，更有甚者给玩具换上暴露的服饰，搞擦边宣传，将本该承载善意与呵护的婴儿形象，异化为情绪发泄工具。这种以“解压”为名的畸形娱乐，既违背公序良俗，更侵蚀青少年价值观，挑战玩具行业伦理与安全底线。

玩具的本质是陪伴成长、守护童真、启迪智慧，“娜塔莎”却背道而驰。“娃娃被砸扁”等视频爆火后，商家趁机炒作，用“养娃不如捏娃”“超解压”等话术，将婴儿形象与破坏性释放绑定，暴露出对生命的漠视。此股歪风邪气让不少家长忧心忡忡，全

国多所学校也紧急拉黑该玩具，严禁学生购买把玩。

教育专家指出，蹂躏式把玩此类玩具，易削弱青少年对现实婴儿的同情心与保护欲，甚至诱发对生命体的无意识攻击冲动。青少年正处于价值观形成关键期，辨别能力弱，长期接触“虐娃式”玩法，易模糊生命尊重与伤害的界限，对孩子三观造成不良影响。

乱象背后是多方责任缺失。商家受利益驱动，将暴力、低俗作为营销噱头，涉嫌违反广告法中禁止传播暴力、色情内容的规定；电商平台采取“被动式”审核，主动筛查把关意识不强，对有流量的违规行为睁只眼闭只眼，“有了吐槽才审核，没问题就一路绿灯”，这种“推一把转一圈”的做法成为乱象蔓延的推手；部分家长忽视玩具的价

值观导向，未能及时做好引导，让此类玩具流行有机可乘。

新奇玩具层出不穷却常常带来伤害，警示玩具商家不能只追求流量利润，要对未成年人保护存有敬畏之心。监管部门应加大排查力度，严惩违规商家，完善玩具伦理审核标准；电商平台需强化主体责任，真正将把审核落到实处，及时清理违规内容；家长和学校要加强引导，帮助青少年树立正确世界观、价值观，远离暴力低俗玩具。

玩具是孩子童年的伙伴，也是孩子的认知启蒙者。玩具安全既要守好物理安全底线，更要守住伦理安全红线。唯有各方协力，坚决遏制畸形玩具传播，才能让玩具真正成为陪伴儿童成长的益友。据新华社

