

GYERMEKINFLUENZEREK ÉS MENTÁLIS EGÉSZSÉG KAPCSOLATA AZ ONLINE PLATFORMOKON

Összefoglaló

Szerzők:

Jármí Éva, PhD

Arató Nikolett, PhD

Dr. Pongó Tamás, PhD, LL.M

Várnai Dóra Eszter, PhD

Megrendelő:

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

Tartalom

1.	A kidfluenszer jelenség.....	2
2.	A kidfluenszerség pszichológiai háttere	2
2.1.	A kidfluenszerség hatása a tartalmak fogyasztóira	2
2.2.	A kidfluenszerség hatása a tartalmak előállítóira.....	3
3.	A kidfluenszerség jogi háttere	4
4.	Kutatás módszertana	5
5.	A kidfluenszer-jelenség értelmezése a különböző szereplők nézőpontjából	6
5.1.	Gyermekszereplés: „cuki korszak”, szegény és munka	6
5.2.	Szülői felelősség, digitális kompetencia és intézményi szerepek.....	7
5.3.	Pszichológiai megélés: sérülékenység, identitás és kortársorientáció	7
6.	Összegzés	8

1. A kidfluenszer jelenség

Hol a határ a büszkélkedő posztolás és a gyerek kizsákmányolása között? Mikortól számít a szereplés munkának, a láthatóság tehernek, a lájkszám pedig teljesítménykényszernek? Kutatásunkban gyerekeket, szülőket és szakembereket kérdeztünk arról, mit tartanak még elfogadhatónak, mit már egyértelműen ártalmasnak – és hol kezdődik az a bizonyos szürke zóna nagy követőbázissal bíró kiskorúak esetén.

A gyermekek online térben való megjelenésének egyik legvitatottabb formája a **kidfluenszer-jelenség**. A kifejezés az angol *kid influencer* fogalomból származik, és azokat a kiskorúakat jelöli, akik a közösségi média platformjain – például a YouTube-on, az Instagramon vagy a TikTokon – **kereskedelmi célú tartalmakban szerepelnek**, gyakran a szülők aktív közreműködésével. A jelenség az influenszer-marketing robbanásszerű terjedésével vált meghatározóvá: a „gyermek mint tartalom” a digitális gazdaság egyik leggyorsabban növekvő területe.

A kidfluenszerség három alapvető jellemzője:

- **A gyermek mint tartalom-előállító:** a tevékenység lényege a közösségi médiában közzétett, követőtáborral rendelkező tartalom.
- **Gazdasági cél vagy haszon:** a tartalom közvetlen vagy közvetett pénzügyi, illetve tárgyi juttatással jár.
- **Szülői közvetítés és kontroll:** a kiskorú jogi cselekvőképességének hiánya miatt a szülő a szerződő fél, a tartalom kezelője, menedzsere és gyakran a bevételek felett rendelkező személy is.

2. A kidfluenszerség pszichológiai háttere

A kidfluenszerség és a mentális egészség kapcsolatát – mivel hosszú távú, követéses kutatások még nem állnak rendelkezésre – elsősorban a pszichológiai szakirodalom alapján vizsgáltuk. A jelenséget a **nagy fejlődéslélektani és szociálpszichológiai elméletek** keretébe helyeztük, és ezek mentén fogalmaztuk meg, milyen hatások érhetik magukat a szereplő gyerekeket, illetve a tartalmakat fogyasztó kortársaikat. Ezután azt is megnéztük, hogy ezek a feltételezett hatások mennyiben jelennek meg a **nemzetközi empirikus kutatásokban**, amelyek jelenleg főként esettanulmányokra, szakértői interjúkra és dokumentum elemzésekre épülnek.

2.1. A kidfluenszerség hatása a tartalmak fogyasztóira

A különböző pszichológiai megközelítések – a kognitív fejlődéstől az identitáskeresésen és a szociális tanuláson át a társas összehasonlításig – ugyanarra a következtetésre jutnak: a **gyerekek a kidfluenszereket sokszor nem reklámhordozóként, hanem hiteles példaképként és megbízható viszonyítási pontként érzékelik**. A fiatalabb nézők még nem

látják át teljesen a szponzorált tartalmak reklámjellegét, míg a serdülők számára a kidfluenszerek gyakran „vágyott énként”, követendő mintaként jelennek meg az önazonosság keresése során.

A gyerekek érzelmileg is bevonódnak: **a kidfluenszerrel gyakran paraszociális kapcsolat alakul ki, amelyben a néző úgy érzi, személyes, baráti viszony fűzi a képernyőn látott gyerekekhez.** Ennek hatására nemcsak a véleményére, hanem a **fogyasztási szokásaira** is könnyen ráhangolódik: mit vegyen, mit egyen, mi számít „menőnek”. A kutatások szerint különösen azok a termékek válnak vágyottá, amelyek kidfluenszerek szponzorált tartalmaiban jelennek meg – gyakran egészségtelen ételek és italok – miközben maga a reklámjelleg sokszor rejtve marad.

Mindeközben a kidfluenszerek idealizált képe felfelé irányuló társas összehasonlítást indít el: **a gyerekek őket szebbnek, sikeresebbnek és boldogabbnak látják, ami torzíthatja az önértékelést, csökkentheti az elégedettséget, és növelheti a testképzavarok kockázatát.** A különböző elméleti és empirikus megközelítések tehát eltérő úton, de következetesen arra mutatnak rá, hogy a **kidfluenszerség nem csupán ártatlan szórakozás, hanem a gyerekek önképét, kapcsolódásait és fogyasztói döntéseit is mélyen formáló jelenség.**

2.2. A kidfluenszerség hatása a tartalmak előállítóira

A kutatások egybehangzóan azt mutatják, hogy **a kidfluenszerség a gyerekek számára egyszerre élmény és munka** (play+labour=playbour): a játékos tartalomgyártás sok esetben fokozatosan folyamatos teljesítménnyé, elvárásrendszerré és kötelezettséggé alakul. Ez az életforma gyakran a **tanulás, a baráti kapcsolatok és a pihenés rovására megy, és a vizsgálatok szerint fokozott szorongással, csökkenő biztonságérzettel és sérülékenyebb pszichoszociális működéssel járhat.** A gyerekkor így nem a megszokott fejlődési logika, hanem a nyilvánosság és a „munka” szabályai szerint szerveződik.

Az online jelenlét nem pusztán önkifejezés, hanem tudatosan felépített és menedzselte „brand” is: a kidfluenszerek tartalmait jellemzően a szülők szervezik, szerkesztik és irányítják, az együttműködések és megjelenések pedig gyakran a piaci elvárásokhoz igazodnak. Ennek következtében a **gyerek autonómiája beszűkülhet, különösen akkor, ha olyan termékek reklámozására is sor kerül, amelyekkel valójában nem tud azonosulni. Ez belső feszültséget, ellentmondást és kiszolgáltatottság élményt hozhat létre.**

Ráadásul a hitelességhez személyes élethelyzetek megosztása szükséges **(privát szféra és az online siker paradoxona)**, miközben éppen ez teszi a gyerekeket kiszolgáltatottá adatvédelmi, pszichés és biztonsági szempontból. **A gyerekek énképe mindeközben egyre inkább az online visszajelzések tükrében formálódik:** a lájkok, kommentek és nézettségi adatok válnak a legfontosabb értékmérőkké. Több interjú szerint a gyerekek úgy élik meg, „akkor érnek valamit”, ha szeretik őket a követők. **Ez az állandó külső tükrözés felerősítheti a szorongást, a szégyenérzetet és a hamis-self kialakulásának kockázatát,** amit a mentális egészséggel kapcsolatos empirikus eredmények is alátámasztanak.

3. A kidfluenszerség jogi háttere

A kutatás egyik fontosabb tanulsága, hogy **amit a pszichológia mentális kockázatként ír le, az jogi szempontból sok esetben alapjogokat, gyermekjogokat és munkajogi garanciákat érintő kérdéssé válik.**

Pszichológiai állítás	Jogi megfeleltetés
A gyerek „játék közben dolgozik”, a hétköznapi élet tartalomává és bevételi forrássá válik.	A tevékenység a gyermekmunka és gazdasági kizsákmányolás hatálya alá eshet, még ha formálisan nem is minősül klasszikus munkaviszonynak (ILO, Mt., Alapjogi Charta).
A gyerek gyerekkora beszűkül : a folyamatos tartalomgyártás miatt sérül a tanulás, a szabadidő és a pihenés.	Ez a helyzet a Gyermekjogi Egyezmény szerinti pihenéshez, szabadidőhöz és játékhoz való jog sérelmeként értelmezhető, továbbá a munkajogi pihenőidő- és munkaidő-garanciák hiányaként.
A gyerek identitása és mindennapjai „ branded childhood ”, digitális tőkévé válnak.	A „branded childhood” a személyiségi jogok , különösen a magánélethez, valamint a becsület és jó hírnévhez való jog digitális világban való megsértését jelenti. Emellett, a gyermek magánszférához való joga is sérül.
A gyerek autonómiája korlátozott : nem tud szabadon nemet mondani a videózásra, együttműködésre.	A gyermek véleményének meghallgatásához és figyelembevételéhez való jog (Gyermekjogi Egyezmény 12. cikk) sérül, a szülői hozzájárulás pedig érdekellentét miatt korlátozottan tekinthető érvényesnek.
A szülő-gyerek kapcsolatban megjelenik a „ momager ” logika, a gyerek márkaként, kiterjesztett termékként működik.	A szülő nevelési és felügyeleti joga kollízióba kerül a gyermek legfőbb érdekével, a szülő egyszerre törvényes képviselő és gazdasági haszonélvező , ami családjogi, vagyoni jogi és gyermekjogi konfliktust hoz létre.
A gyerek bevételekhez hozzájáruló „láthatatlan munkát” végez, de jövedelme fölött nincs kontrollja .	A bevételek szülői kezelése gazdasági kizsákmányolás veszélyét hordozza, amit külföldön már a vagyonvédelem logikája próbál orvosolni (elkülönített számla, engedélykötelezettség).
A tartós online jelenlét, kommentáradat biztonságvesztést,	Az így kialakuló helyzet megfelelhet az ILO 182. szerinti „ gyermekmunka legrosszabb formái ”

Pszichológiai állítás	Jogi megfeleltetés
szorongást, teljesítménykényszert, kiégést okozhat.	kategóriának, ha a gyerek egészségét, biztonságát vagy erkölceit veszélyezteti.
A gyerek fokozottan ki van téve pedofil követőknek , groomingnak, fenyegető és szexuális tartalmú üzeneteknek.	Ez büntetőjogi kockázat : kiskorú veszélyeztetése, gyermekpornográfia, zaklatás, személyes adattal való visszaélés tényállásai merülhetnek fel, amelyekre az államnak büntetőjogi eszközökkel kell reagálnia.
A gyerek énképe a kommentek, lájkok, nézettség alapján alakul („ én az vagyok, akinek az online közönség lát ”).	A kommentek minősülhetnek gyűlöletbeszédnek , amelyek személyiségi jogi sérelmet, vagy akár bűncselekményt (rágalmazás, becsületsértés) is megvalósíthatnak.
A digitális lábnyom és algoritmikus láthatóság fixálja a gyerek korábbi önreprezentációit, szinte lehetetlenné téve az „újrakezdést” .	A GDPR, a DSA és kapcsolódó platformszabályok csak részben nyújtanak védelmet: a profilalkotás tilalma és adatvédelmi elvek ütköznek azzal, hogy a gyerek szándékosan termel nyilvános adatot/bevételt.

4. Kutatás módszertana

- **Időpont:** 2025 őszi
- **Módszer:** 5 fókuszcsoportos interjú + 4 egyéni interjú
- **Résztvevők:**
 - 2 gyermekcsoport (11–12 év, 15–16 év; 4 fő/csoport, 2 fiú–2 lány)
 - 1 szülői csoport (6 fő, anyák–apák kb. fele-fele arányban)
 - 2 szakértői csoport (jogi és pszichológiai fókuszú)
 - 1 TikTokker szülő, 3 iskolapszichológus (egyéni)
- **Helyszín:** gyermek- és szülőcsoportok személyesen, szakértői csoportok online, interjúk személyesen vagy telefonon
- **Toborzás:** Facebookon keresztül, változatos nem, képernyőidő és közösségimédia-használat szerint
- **Időtartam:** 120 perc (gyermek, szülő), 90 perc (szakértők), egyéni interjúk: 45-90 perc
- **Vezetés és rögzítés:** 2 kutató vezette, jegyzőkönyv készült

5. A kidfluenszer-jelenség értelmezése a különböző szereplők nézőpontjából

A fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálatok és az interjúk eredményei több szinten is visszaigazolják azokat az elméleti állításokat, amelyek a kidfluenszer-jelenséget egyszerre írják le **identitásfejlődési térként, gazdasági munkaként, családi dinamika kivetüléseként és jogi-gyermekvédelmi kockázati mezőként.**

A gyermekek már 11–12 éves korban is strukturált módon azonosítják az influenszer-státusz alapvető összetevőit: a rendszeres tartalomgyártást, a követőszámot, a pénzkereseti lehetőséget és az ismeretlen közönség jelenlétét. Ez pontosan megfeleltethető azoknak az elméleti modelleknek, amelyek szerint a digitális platformok működési logikája már ebben az életkorban is értelmezhető a gyerekek számára. Ugyanakkor **a fiatalabbak még elsősorban élmény- és „ciki–nem ciki” kategóriákban gondolkodnak, míg a 15–16 évesek egyértelműen gazdasági és kizsákmányolási nyelvet használnak, és a tartalomgyártás munkajellegét hangsúlyozzák.** Ez a különbség jól illeszkedik az életkori kognitív fejlődéshez, valamint ahhoz, hogy a nagyobb serdülők már átlátják a platformgazdaság működésének alapelveit.

A szülői fókuszcsoporthoz tartozó vizsgálatok ugyanezt a struktúrát más erkölcsi hangsúlyokkal fogalmazza újra. A „kezdő” és „profi” influenszer közti különbségtétel megjelenik náluk is, de számukra **a kritikus pont az, amikor a gyermek láthatósága pénzért, hírnévért vagy szexualizált figyelemért történik.** A szülők nem pusztán technológiai, hanem mélyen **etikai dilemmaként értelmezik a jelenséget: a gyermek mikor válik „tartalomká”, mikor csúszik át a megmutatkozás kizsákmányolásba.**

A jogász szakértők értelmezése ezt a dilemmát jogi nyelvre fordítja le. **A gazdasági haszon keletkezése alapján a kidfluenszer tevékenység munkavégzésként értelmezhető, miközben a gyermekmunka- és adatvédelmi garanciák a jelenlegi gyakorlatban nem érvényesülnek ténylegesen.** A pszichológus szakértők ehhez hozzátesszik: sok esetben a kidfluenszerkedés nem pusztán hobbi, hanem **kötődési, érzelemszabályozási és identitásépítő funkciót tölt be,** amely ugyan rövid távon énmegerősítő lehet, hosszú távon viszont növeli a pszichés sérülékenységet.

5.1. Gyermekszereplés: „cuki korszak”, szegény és munka

A fejlődéslélektani elméletek szerint a kora gyermekkori szereplés társadalmilag toleráltabb, mint a serdülőkorban nyilvános láthatóság. **Kisgyermekkorban a „cukiság” pozitív érzelmi visszacsatolásokat vált ki, míg kamaszkorban a testhez, identitáshoz és szexualitáshoz kapcsolódó érzékenység miatt a nyilvános szereplés már fokozott szegény- és szorongáskockázatot hordoz.**

A gyermekfókusz pontosan ezt az életkori határvonalat rajzolja újra. A fiatalabbak számára a szereplés addig elfogadható, amíg „cuki”, míg a **kamaszkor közeledtével a fő veszély már nem az internet absztrakt kockázata, hanem a kortárs közösség reakciója, a gúnyolódás**

és a bullying. Ez szorosan illeszkedik ahhoz az elméleti kerethez, amely szerint serdülőkorban a társas megítélés súlya meghaladja a szülői kontroll hatását.

A gyerekek értelmezésében markánsan jelenik meg a **játék és a munka közti különbség**. Amíg a szereplés élvezetes, addig játék; amikor viszont kényszerre, ismétléssé és teljesítménykényszerre válik, a gyerekek egyértelműen munkáról beszélnek. Ez az intuíció teljes összhangban áll a munkajogi és pszichológiai szakértők álláspontjával: a gazdasági haszon, az algoritmikus kényszer és a rendszeres tartalom-elvárás akkor is munkává alakítja a tevékenységet, ha a család játékos keretben nevezi meg.

A **testhez és szexualitáshoz kapcsolódó tartalmaknál különösen erős érzelmi elutasítás jelent meg a gyermekek részéről**. A testmutogatást, a kényszerített szexualizációt nemcsak elítélték, hanem érzelmileg túlterhelőnek élték meg. Ez visszatükrözi azokat a kutatási eredményeket, amelyek szerint a korai tárgyiasítás közvetlen kapcsolatban áll a testképzavar, szégyen és önértékelési problémák kialakulásával.

5.2. Szülői felelősség, digitális kompetencia és intézményi szerepek

Az elméleti modellek szerint a digitális térben a szülő egyszerre **védelmező, döntéshozó és gazdasági szereplő, ami szerepkonfliktushoz vezethet**. A gyermek jogi képviselte és a bevételek kezelése gyakran ugyanazon személy kezében összpontosul, miközben a gyermek döntési autonómiája életkorilag korlátozott.

A fiatalabb gyerekek erkölcsi alapon ítélnék: indulataik a szülők felé irányulnak, „rossz szülőként” címkézik őket, ha a gyermek kizsákmányolását érzékelik, de reális jogi vagy intézményi megoldások még nem jelennek meg. A nagyobbak viszont már jogi és gyermekvédelmi nyelvezetet használnak, és egyértelműen a **szülőt nevezik meg fő felelősként**.

A **szülők saját narratívájukban ezzel párhuzamosan tehetetlenségről, információhiányról és kontrollvesztésről számolnak be**. Érzékelik a kockázatokat, de gyakran nem tudják, mikor és hogyan kellene beavatkozni. Ez pontosan megfelel azoknak a kutatásoknak, amelyek szerint a szülők digitális kompetenciái gyakran nem tartanak lépést a platformok működésének komplexitásával.

A szakértők hangsúlyozzák a szülő **kettős pozíciójának torzító hatását: a gyermek beleegyezése sok esetben formálissá válik, mert nem választható el a kötődéstől, a megfelelési vágytól és az anyagi érdekektől**. Az iskolai intézményrendszer ehhez képest **szinte teljesen eszköztelen**, nincs világos protokollja arra, mikor és hogyan kellene egy ilyen helyzetbe beavatkoznia.

5.3. Pszichológiai megélés: sérülékenység, identitás és kortársorientáció

Az elméleti megközelítések szerint az online önreprezentáció önálló identitás szervező erővé válhat, amely fokozatosan leválik a belső élményekről, és egyre inkább a külső visszacsatolásokról

irányítják. **A gyermekek fókuszcsoportjaiban megjelenő empatis megfogalmazások pontosan ezt a belső feszültséget érzékeltetik.**

Interjúalanyaink értelmezése szerint a kidfluenszerkedés gyakran **kompensációs tér**: kötődési hiány, kielégítetlen érzelmi szükségletek, bizonytalan önértékelés és kortársorientáció húzódhat meg a háttérben. **A látszólagos magabiztosság gyakran a belső sérülékenység elfedését szolgálja.** A követők oldalán pedig a torzult normák, a könnyű siker és a fogyasztói ideál túlértékelése jelenik meg. Az iskolapszichológusok azt tapasztalják, hogy **az iskolai kortárs közösség ambivalensen reagál: egyszerre csodál, irigyl és stigmatizál,** ami társas izolációhoz, konfliktusokhoz és identitászavarhoz vezethet, miközben a felnőttek nem látják emögött az online tér történéseit.

6. Összegzés

A gyermekek, szülők és szakértők egymást erősítő nézőpontjai alapján a kidfluenszer-jelenség **nem pusztán médiatrendként, hanem strukturálisan sérülékeny fejlődési helyzetként írható le, ahol a magánélet tartalomává válik, a szereplés védelem nélküli munkává alakul, az identitás külső validációra épül, a beleegyezés torzul, a visszacsatolás pedig kontrollálhatatlanná válik** – így válik a láthatóság egy ponton túl teherré, a lájkszám teljesítménymércévé, a „büszke posztolás” pedig észrevétlenül kizsákmányolássá, a jelenlegi rendszer pedig **nem védi hatékonyan sem a gyermeket, sem a családot.**



A kidfluenszer-jelenség rétegei

1. Kidfluenszerség

- gyermek mint tartalom-előállító
- „playbour” (játék és munka összeolvadása)
- láthatóság mint érték és teljesítménymérő
- követőszám és elérés mint tőke
- „branded childhood”
- magánélet tartalommal válása

2. Egyéni szint (gyermek)

- identitásfejlődés külső validációra épülése
- hamis szelf kialakulásának kockázata
- szorongás, szégyen, biztonságvesztés
- testkép- és önértékelési sérülékenység
- paraszociális kapcsolatok
- autonómia beszűkülése, nemet mondás nehézsége
- kortársmegítélés dominanciája

3. Szülői / családi szint

- szülői közvetítés és kontroll
- szerepkonfliktus, „momager” logika
- torzult beleegyezés
- digitális kompetenciahiány
- bevételek feletti egyoldalú kontroll
- etikai dilemmák, információhiány

4. Intézményi szint (iskola)

- kortársközösség ambivalens reakciói
- csodálat – irigység – stigmatizáció
- bullying és társas izoláció kockázata
- offline következmények online láthatóság miatt
- intézményi eszköztelenség, beavatkozási protokollok hiánya

5. Digitális környezet / platformlogika

- folyamatos, algoritmusvezérelt tartalomelvárás
- kommentáradat és nyilvános visszacsatolás
- felhasználók figyelmére, adataira épülő üzleti modell
- privát szféra paradoxona
- grooming és szexuális megkeresések kockázata
- digitális lábnyom rögzülése

6. Társadalmi–jogi szint

- gyermekmunka határterülete
- gazdasági kizsákmányolás kockázata
- gyermekjogok sérelme
- pihenéshez és játékhoz való jog sérelme
- személyiségi és adatvédelmi jogok
- GDPR és DSA korlátozott védelme
- büntetőjogi és gyermekvédelmi kockázatok
- rendszerszintű szabályozás hiánya