

# 內地網民批減壓視頻嘩眾取寵 妄將粗暴變流量 嬰兒玩偶淪出氣袋 「娜塔莎」熱潮惹議



## 焦點追蹤

在快節奏的現代生活中，解壓玩具成為許多人尋求心靈慰藉的小物。然而，近期一個名為「娜塔莎」，身高十幾厘米、面目略顯誇張的軟膠嬰兒玩偶，卻因為「被摔打」「被針扎」「被灌水」等極具衝擊力的畫面，正以一種荒誕而猛烈的方式席捲互聯網。

流量狂歡背後，圍繞其暴力玩法、獵奇營銷乃至疑似色情擦邊的爭議也接踵而至，部分網友批評這些減壓視頻嘩眾取寵。這不禁讓人反思：當「解壓」退化為無底線的宣洩，我們究竟是在釋放壓力，還是在泥潭中交納着盲目的流量稅？



大公报記者 曾萍

「娜塔莎」的走紅，始於一場無心的「抽象」。最初，有網友為應對母親催婚，買來一個嬰兒玩偶並改名「娜塔莎」，當作「孩子」養，記錄日常。直到某天，娃娃被砸扁在地的視頻意外爆火，於是，摔打、拉扯、踩扁成了新流量密碼。

### 驚人銷量背後滲透錯誤價值觀

社交平台上，暴力玩法迅速升級：給娃娃注水撐爆、用刀劃開肚皮拽出小娃娃並配文「娜塔莎生孩子了」，甚至將娃娃套在水龍頭上「慢慢變白」。這些極具衝擊力的畫面，帶來了驚人的銷量。更有甚者打起擦邊球，宣傳圖片和視頻中，出現娃娃手塞內褲、內褲套頭或拉拽隱私部位等低俗違法畫面。

這些極具衝擊力的畫面，帶來了驚人的銷量。據調查，京東某店鋪銷量超6萬件，淘寶全網熱銷累計達20萬件以上；拼多多上，一家店鋪全店總售出超過586萬件。在1688批發渠道，有廠家單品銷量高達40萬件。線下的銷售也同樣火爆。在北京的一家大型玩具城內，多家商戶都表示「娜塔莎」解壓玩具早已售罄，短期內也沒有補貨安排。有商戶透露，這款玩具走紅後就一直供不應求，長期處於斷貨狀態，單日最高能賣出十箱，每箱有上百件。

但伴隨着銷量的暴漲，越來越多人開始感到不適。白領米米在社交平台的發帖引發了廣泛共鳴：「看多了總有一種說不清的不舒服。」這種針對擬人化對象的無底線施暴，讓不少清醒的網友意識到，狂歡的背後正潛移默化地滲透着錯誤的價值取向。

### 「三無」產品滲透校園 多地出禁令

更令人擔憂的是，這股「暗黑風」已精準圍獵了辨別能力較弱的未成年人。校園周邊的文具店、流動攤販所售「娜塔莎」大多為「三無」產品——無生產日期、無合格證、無廠家，打開便有刺鼻異味。南寧一名四年級小學生易同學告訴大公報記者，此前班上同學曾把娃娃帶到學校，模仿短視頻灌水、摔打取樂，「並不覺得有何不妥」。這類暴力玩法極易催生暴力情緒、誘發校園欺凌，目前廣州、北京等多地學校已對此明令禁止。

由於相關暴力現象與質量隱患引發廣泛關注，目前各大電商平台已緊急介入並採取「降溫」屏蔽措施。6月2日記者在各大購物平台搜索發現，小紅書、1688等平台「娜塔莎娃娃」關鍵詞已被直接封禁屏蔽，無法顯示任何搜索結果。淘寶、拼多多雖大幅收斂暴力宣傳，轉而展示3C認證和服裝款娃娃，但仍有部分店鋪保留暴力摔打等低俗內容。雖然不同平台的處理方式不盡相同，但整體上，圍繞該關鍵詞的內容曝光已呈現降溫趨勢。

### 暴力、擦邊類營銷視頻涉嫌違法

針對「娜塔莎」亂象，中消協於6月1日明確回應：部分商家在宣傳時刻意擺出性暗示姿勢、配以曖昧文案，或以暴力行為對待玩具博取流量，這些低俗、暴力噱頭已涉嫌違反《網絡安全法》《廣告法》等法律法規。中消協強調，合理設計的解壓玩具應倡導文明健康綠色理念，而將玩法與摔、扎、踩、砸綁定的「娜塔莎」，是以放大獵奇心理宣洩暴力的「不合格逆向設計」，違背了《消費者權益保護法》。



## 「娜塔莎」娃娃

「娜塔莎」娃娃，是一款嬰兒造型的軟膠解壓玩具，最初設計用於緩解壓力。其走紅源於一位被稱為「蔡大伯」的網友，為應對家人催婚，他買來這個玩偶假裝成自己的「孩子」並取名「娜塔莎」，日常分享「養娃」視頻。一次偶然中，他將娃娃砸扁在地，這段「暴力解壓」視頻意外爆火，隨即引發全網模仿。網友們紛紛給「娜塔莎」注水、蹂躪、針扎甚至「剖腹產」，玩法不斷升級。商家嗅到商機，打出「養娃不如捏娃」的口號，推動銷量突破數百萬件，從而引發了關於暴力傾向與三無產品質量的巨大社會爭議。

大公報記者曾萍



▲四川資陽市市場監督管理局工作人員在一家文具店裏檢查產品標識是否齊全。新華社

▼網絡在售「娜塔莎」商品圖。



## 「解壓」不是低俗擋箭牌 警惕「暴力娛樂化」



專家解讀

從「反抗催婚」的戲謔自嘲，到全網摔打、針扎嬰兒玩偶的流量狂歡，「娜塔莎」娃娃正將無底線的宣洩推向輿論的風口浪尖。廣西社會科學院社會學研究所所長姚華指出，這場流量狂歡背後暗藏價值觀扭曲風險，尤其會對未成年人身心健康造成嚴重傷害。

亂象頻發。隨意注水、摔打、針扎，「娜塔莎」解壓玩具

對此，廣西消費者權益保護委員會宣傳部主任李佩霞直言：「『解壓』不能成為縱容低俗與暴力的擋箭牌。商家為逐利而踩線的畸形營銷，不僅侵害了消費者的身心健康權益，更對校園周邊環境造成了污染，必須堅決予以抵制和淨化。」

姚華分析，「娜塔莎」玩具最初興起，是青年男女對催婚壓力的反抗，但核心賣點畸變為「耐造抗揍」和「可暴力虐待」後，正滑向極端。他擔憂，這種以嬰兒形象為發洩對象的玩具，可能誘發反社會心態，尤其對未成年人影響惡劣，可能扭曲心智，誘發犯罪傾向。「當發洩對象變成具有生命象徵的嬰兒形象時，天使與魔鬼之間可能只有一線之隔。」

破解「越出格越火」的怪圈，姚華建議需多方協同。既要加強正面價值觀宣導，完善社會心理服務體系，又要借助AI技術建立前置預警機制。他強調，每個人都是自己心理健康的第一責任人，面對新興網紅玩具，應主動醒悟，擁抱正向力量，這才是真正的解壓之道。大公報記者曾萍



## 不良營銷售賣玩偶 或觸犯法律



此類「解壓娃娃」是否觸及法治紅線？北京市東衛律師事務所黃曉宇律師表示，解壓玩偶本身不是違禁物品，但商家如果打着解壓的旗號，通過拍攝玩偶不雅動作、暴力虐待摧殘玩偶等低俗色情、暴力畫面進行銷售，就會涉及違背民法中的公序良俗原則，嚴重時可能面臨承擔行政乃至刑事責任的風險。

黃曉宇認為，《中華人民共和國民法典》保護社會公序良俗，如果將嬰兒玩偶色情化、暴力化演繹，將扭曲公眾認知，縱容暴力與低俗觀念，損害社會公共利益。黃曉宇表示，商家還涉嫌違反《中華人民共和國廣告法》規定。法律規定廣告不得含有淫穢、色情、賭博、迷信、恐怖、暴力的內容，且不得損害未成年人身心健康。如果商家行為嚴重，還可能涉及承擔行政處罰乃至刑事責任。

他解釋稱，《中華人民共和國治安處罰法》規定，禁止利用網絡傳播淫穢、侮辱等內容，否則可處行政拘留、罰款等。「一旦情節更加嚴重，還可能觸碰《中華人民共和國刑法》紅線，涉及製作、販賣、傳播淫穢物品等相關犯罪。」

### 在明顯位置予以顯著提示

《可能影響未成年人身心健康的網絡信息分類辦法》已於今年3月1日起施行。記者注意到，這類規定中所提到的可能引發或誘導未成年人身心健康的網絡行為包括「帶有性暗示、性挑逗的內容」「存在危險動作」「畸形審美、低俗惡俗文化」「違反公序良俗的價值導向」「惡搞未成年人」等。該《辦法》要求，對於可能影響未成年人身心健康的網絡信息，製作、複製、發布、傳播該信息的組織和個人應當按照《未成年人

網絡保護條例》要求，在信息展示前，在明顯位置作出顯著提示。

方增泉建議，從未成年人網絡保護的角度，短視頻平台和電商平台應加強監管，利用人工智能技術識別「嬰兒形態解壓玩具」及相關營銷語，並加強審核，在信息展示前，在明顯位置予以顯著提示。新京報



▲目前香港也出現「娜塔莎」娃娃（紅圈），在香港仔路邊，「娜塔莎」娃娃被隨意丟棄。大公報記者胡佳希攝

## 山西煤礦爆炸致82人遇難 沁源縣委書記被查

【大公報訊】據中新社報道：山西省紀委監委6月2日晚發布通報，長治市沁源縣委書記趙永進涉嫌嚴重違紀違法，目前正接受省紀委監委紀律審查和監察調查。

公開資料顯示，趙永進生於1974年1月，山西長治人。其從政軌跡與長治緊密相連：早年在長治市

農經局任職，2003年起扎根沁源，先後擔任副縣長、縣委宣傳部部長、常務副縣長等職。2013年調任平順縣委副書記、政法委書記，2016年任長子縣縣長，於2021年重返沁源，任縣委書記、一級調研員。

今年5月22日19時29分，長治市沁源縣通洲集團留神峪煤礦井下發

生瓦斯爆炸。事故共造成82人遇難、2人失聯、128人受傷送醫。

事發後，國務院迅速成立事故調查組，強調要查清事故原因和屬地管理、行業監管和企業責任。最高人民檢察院也決定對該重大責任事故案掛牌督辦，要求對事故主要責任人員依法從嚴懲處。