

BẢO VỆ PHÁP LÝ ĐỐI VỚI TRẺ EM CÓ ẢNH HƯỞNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI TẠI VIỆT NAM

NGUYỄN THỊ PHƯƠNG ANH

Thực tập sinh, Khoa Luật Hiến pháp và Luật Hành chính,

Trường Đại học Luật, Đại học Quốc gia Hà Nội

Intern, Faculty of Constitutional Law and Administrative Law, University of Law

Vietnam National University, Hanoi, Vietnam

Email: phuonganhnguyen02@gmail.com

Ngày nhận bài: 6/7/2026

Ngày sửa bài: 20/7/2026

Ngày duyệt đăng bài: 3/8/2026

Tóm tắt:

Sự phát triển của các nền tảng mạng xã hội đã làm xuất hiện ngày càng nhiều trẻ em có ảnh hưởng trên môi trường số (kid influencer), đồng thời đặt ra những vấn đề pháp lý mới trong việc bảo vệ quyền và lợi ích của trẻ em. Bài viết làm rõ khái niệm và đặc điểm pháp lý của trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội, đồng thời phân tích các nguy cơ pháp lý mà nhóm chủ thể này phải đối mặt. Trên cơ sở phân tích các quy định của pháp luật hiện hành, bài viết đánh giá thực trạng pháp luật Việt Nam trong bảo vệ trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số kiến nghị nhằm hoàn thiện khuôn khổ pháp lý, góp phần bảo đảm tốt hơn quyền và lợi ích hợp pháp của trẻ em trong bối cảnh phát triển của nền kinh tế số.

Từ khóa: trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội, quyền trẻ em, bảo vệ trẻ em, môi trường số

Legal protection of kid influencers in Vietnam

Abstract:

The rapid growth of social media has led to an increasing number of children becoming influential content creators, creating new legal challenges for protecting children's rights and interests. This study clarifies the concept and legal characteristics of kid influencers and analyzes major risks arising from their commercial activities in the digital environment, including violations of privacy and personal data, labor exploitation, and the economic use of children's images and identities. Based on an examination of current Vietnamese law, the study assesses existing protection mechanisms and identifies regulatory gaps concerning this emerging group. It proposes recommendations to improve the legal framework, clarify children's legal status in influencer activities, strengthen safeguards for privacy and economic interests, and better protect the lawful rights and interests of children in the digital economy.

Keywords: kid influencers, children's rights, child protection, digital environment

1. Đặt vấn đề

Sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng mạng xã hội đã tạo điều kiện để nhiều trẻ em trở thành những người sáng tạo nội dung và có sức ảnh hưởng trên không gian mạng. Thông qua việc sản xuất nội dung, livestream, quảng bá sản phẩm hoặc tham gia các chiến dịch truyền thông, trẻ em không chỉ là chủ thể tham gia vào môi trường số mà còn có thể tạo ra những giá trị kinh tế đáng kể. Bên cạnh những cơ hội về sáng tạo và phát triển, hoạt động của trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội còn đặt ra nhiều thách thức đối với việc bảo đảm quyền và lợi ích hợp pháp của trẻ em, nhất là khi sự tham gia của trẻ ngày càng gắn với các hoạt động mang tính thương mại. Thực tiễn này khiến trẻ em có ảnh hưởng phải đối mặt với những nguy cơ đáng kể khi tham gia mạng xã hội. Có thể nhận định rằng, mặc dù pháp luật Việt Nam đã có những quy định về bảo vệ quyền trẻ em song các quy định hiện hành vẫn chưa điều chỉnh đầy đủ những vấn đề pháp lý phát sinh từ hoạt động của trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Khái quát về trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội

Sự phát triển của công nghệ số và các nền tảng mạng xã hội đã tạo ra nhiều hình thức lao động và hoạt động thương mại mới, trong đó tiếp thị thông qua người có ảnh hưởng được xem là một trong những lĩnh vực phát triển nhanh nhất của nền kinh tế số. Trong mô hình này, người có ảnh hưởng đóng vai trò là cầu nối giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng thông qua việc sáng tạo nội dung và quảng bá sản phẩm trên các nền tảng mạng xã hội (Kim Do Yun, Kim Hye-Young, 2021). Cùng với sự phát triển của loại hình tiếp thị mới, hiện tượng trẻ em có ảnh hưởng ngày càng trở nên phổ biến khi trẻ em không chỉ tham gia môi trường số với tư cách người sử dụng mà còn trở thành chủ thể có khả năng tạo ảnh hưởng và mang lại giá trị thương mại.

Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển của các nền tảng số, khái niệm trẻ em có sức ảnh hưởng ngày càng được sử dụng phổ biến trong các nghiên cứu về truyền thông, lao động trẻ em và quyền trẻ em trên môi trường mạng. Những người có ảnh hưởng là trẻ em, là những trẻ có lượng người theo dõi lớn trên các nền tảng mạng xã hội như YouTube và Instagram thông qua tài khoản mạng xã hội riêng của chính trẻ hoặc từ trang mạng xã hội của gia đình trẻ (Marina A. Masterson, 2021). Katie Lee và Erin Twomey định nghĩa trẻ em có sức ảnh hưởng là những cá nhân dưới 18 tuổi đã xây dựng được sự hiện diện đáng kể trên môi trường trực tuyến (Katie Lee, Erin Twomey, 2025). Sự ảnh hưởng này được thể hiện không chỉ ở số lượng người theo dõi mà còn ở khả năng định hướng hành vi của công chúng và đặc biệt là khả năng tạo ra giá trị kinh tế từ hoạt động sáng tạo nội dung thông qua các hợp đồng quảng cáo, tài trợ hoặc cơ chế chia sẻ doanh thu của nền tảng (Munirat Suleiman, 2022). Từ góc độ này có thể thấy, điểm cốt lõi để nhận diện trẻ em có sức ảnh hưởng không nằm ở mức độ nổi tiếng trên mạng xã hội mà ở việc hình ảnh, danh tính hoặc sức ảnh hưởng của trẻ được khai thác nhằm tạo ra lợi ích kinh tế. Đây cũng là tiêu chí cơ bản để phân biệt trẻ em có sức ảnh hưởng với những trẻ em chỉ sử dụng mạng xã hội cho mục đích giao tiếp hoặc giải trí thông thường.

Khác với các hình thức nổi tiếng truyền thống như diễn viên nhí, ca sĩ nhí hay người mẫu nhí - vốn thường gắn với hoạt động nghệ thuật chuyên nghiệp, yêu cầu năng khiếu, quá trình đào tạo hoặc sự tham gia của các tổ chức nghề nghiệp thì trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội có thể hình thành thông qua việc sử dụng các nền tảng số mà không chịu nhiều rào cản gia nhập. Chỉ với một thiết bị có kết nối Internet và một tài khoản mạng xã hội, trẻ em đã có thể sáng tạo và chia sẻ nội dung đến đông đảo công chúng.

Nội dung do trẻ có ảnh hưởng trên mạng xã hội tạo ra cũng rất đa dạng, từ chia sẻ cuộc sống hằng ngày, trò chơi, đồ chơi, học tập, trải nghiệm cá nhân đến giới thiệu và đánh giá sản phẩm hoặc tham gia các chiến dịch quảng bá thương mại (Yingying Jasmine Jiang, 2026). Chính khả năng thu hút người theo dõi và tạo dựng lòng tin từ công chúng đã khiến hoạt động của trẻ có ảnh hưởng trở thành một bộ phận của hệ sinh thái tiếp thị số, đồng thời đặt ra những vấn đề pháp lý mới trong việc bảo vệ quyền và lợi ích của trẻ em.

Tại Việt Nam, mặc dù thuật ngữ trẻ em có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội ngày càng được sử dụng phổ biến trong thực tiễn, song đến nay vẫn chưa được ghi nhận trong bất kỳ văn bản quy phạm pháp luật nào hoặc được định nghĩa trong các tài liệu chính thức. Khoảng trống này gây khó khăn trong việc xác định địa vị pháp lý cũng như phạm vi áp dụng các quy định về bảo vệ quyền trẻ em khi hình ảnh của các em được khai thác vì mục đích thương mại. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu nước ngoài và xuất phát từ quy định của Luật Trẻ em năm 2016, tác giả đề xuất hiểu trẻ em có sức ảnh hưởng trên mạng xã hội là trẻ em dưới 16 tuổi có sự hiện diện và khả năng tạo ảnh hưởng nhất định trên môi trường số thông qua nội dung do chính mình hoặc người đại diện hợp pháp quản lý, mà việc khai thác hình ảnh, danh tính hoặc uy tín của trẻ có khả năng trực tiếp hoặc gián tiếp làm phát sinh lợi ích kinh tế thông qua các hoạt động thương mại trên nền tảng số.

2.2. Những nguy cơ pháp lý đối với trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội

Việc tham gia hoạt động sáng tạo nội dung và xây dựng sức ảnh hưởng trên mạng xã hội mang lại cho trẻ em nhiều cơ hội phát triển kỹ năng, mở rộng khả năng giao tiếp và tạo ra giá trị kinh tế. Tuy nhiên, khi hình ảnh, danh tính và hoạt động của trẻ trở thành đối tượng khai thác vì mục đích thương mại, các em cũng phải đối mặt với nhiều nguy cơ xâm phạm quyền và lợi ích hợp pháp. Những nguy cơ này không chỉ xuất phát từ đặc điểm của môi trường số mà còn từ sự tham gia của nhiều chủ thể như cha mẹ, doanh nghiệp, nhãn hàng và các nền tảng mạng xã hội. Có thể khái quát các nguy cơ pháp lý chủ yếu đối với trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội thành các nhóm sau đây.

Thứ nhất, nguy cơ xâm phạm quyền riêng tư và dữ liệu cá nhân. Nội dung trẻ em đăng tải thường xuyên phản ánh các khía cạnh của cuộc sống hằng ngày như gia đình, trường học, nơi cư trú, sở thích, tình trạng sức khỏe hoặc các mối quan hệ cá nhân. Điều này khiến ranh giới giữa đời sống riêng tư và hoạt động mang tính công chúng dần bị xóa nhòa, làm gia tăng khả năng các thông tin thuộc phạm vi đời sống riêng tư của trẻ bị thu thập, phân tích, lưu trữ và khai thác cho nhiều mục đích khác nhau ngoài ý chí của trẻ. Nguy cơ càng trở nên nghiêm trọng do trẻ em là nhóm chủ thể chưa có đầy đủ năng lực nhận thức và khả năng tự bảo vệ quyền của mình trên môi trường số. Trong khi đó, đặc tính của internet và mạng xã hội như khả năng lan truyền nhanh, sao chép không giới hạn, lưu trữ lâu dài và kết nối dữ liệu trên nhiều nền tảng khiến thông tin sau khi được công khai gần như không thể kiểm soát hoàn toàn. Sự giao thoa giữa tính dễ bị tổn thương của trẻ em và đặc tính lan truyền, lưu trữ lâu dài của môi trường số đã làm gia tăng đáng kể nguy cơ xâm phạm quyền riêng tư và dữ liệu cá nhân của trẻ em.

Thứ hai, nguy cơ bị khai thác lao động. Khác với các hình thức lao động trẻ em truyền thống như lao động trong làng nghề, lao động đường phố,... hoạt động của trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội không dễ được nhận diện là một dạng lao động trẻ em. Giá trị kinh tế trong hoạt động này không được tạo ra từ sức lao động chân tay mà từ việc khai thác hình ảnh, danh tính và sự hiện diện của trẻ trên môi trường số. Do đó, giới hạn giữa hoạt động giải trí, sáng tạo nội dung và lao động mang tính thương mại

trở nên mờ nhạt, khiến việc xác định liệu trẻ có đang bị khai thác lao động hay không trở nên đặc biệt phức tạp.

Trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội là hầu như không thể tự mình tổ chức và quản lý hoạt động tạo nội dung mang tính thương mại. Điều này xuất phát từ hai nguyên nhân. Một là, do đặc điểm phát triển về thể chất, tâm lý và nhận thức, trẻ em chưa có khả năng tự mình quản lý toàn diện các hoạt động liên quan đến việc xây dựng hình ảnh, hợp tác thương mại và khai thác giá trị kinh tế từ sự hiện diện trên môi trường số, nên trên thực tế luôn cần sự hỗ trợ và quyết định từ cha mẹ hoặc người giám hộ. Hai là, đa số các nền tảng mạng xã hội cũng đặt ra những giới hạn về độ tuổi đối với việc sở hữu tài khoản hoặc tham gia các chương trình tạo doanh thu. Do đó, việc quản lý tài khoản, sản xuất nội dung, ký kết hợp tác với nhãn hàng, tiếp nhận và quản lý doanh thu trên thực tế chủ yếu do cha mẹ hoặc người giám hộ thực hiện. Điều này tạo nên một mô hình kinh doanh mang tính gia đình, trong đó cha mẹ vừa thực hiện vai trò chăm sóc, bảo vệ trẻ, vừa là chủ thể tổ chức, quản lý và hưởng lợi từ hoạt động thương mại dựa trên hình ảnh của con (Yingying Jasmine Jiang, 2026). Nguy cơ khai thác lao động trong hoạt động trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội không chủ yếu xuất phát từ người sử dụng lao động bên ngoài mà có thể phát sinh ngay trong chính quan hệ gia đình. Khi cha mẹ đồng thời là người đại diện, người quản lý hoạt động và người hưởng lợi kinh tế từ hình ảnh của trẻ, ranh giới giữa việc thực hiện quyền đại diện vì lợi ích của con và việc khai thác giá trị thương mại từ con trở nên đặc biệt mong manh. Chính sự giao thoa giữa hai vai trò này đã tạo nên một quan hệ pháp lý đặc thù, làm phát sinh nguy cơ khai thác lao động và xung đột lợi ích ngay trong chủ thể vốn có nghĩa vụ bảo vệ quyền và lợi ích tốt nhất của trẻ em.

Thứ ba, nguy cơ bạo lực mạng. Một trong những rủi ro đặc trưng mà trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội phải đối mặt là nguy cơ trở thành nạn nhân của bạo lực mạng. Khác với trẻ em thông thường, các em chủ động hoặc được cha mẹ đưa vào không gian công cộng số, nơi hình ảnh, lời nói và các hoạt động hằng ngày được công khai trước một cộng đồng người dùng rộng lớn. Sự hiện diện thường xuyên trên các nền tảng mạng xã hội khiến trẻ không chỉ nhận được sự quan tâm của người theo dõi mà còn trở thành đối tượng của những phản hồi tiêu cực, sự chỉ trích hoặc các hành vi xâm hại từ những người dùng hoàn toàn xa lạ. Khi mức độ nổi tiếng của trẻ càng lớn thì phạm vi tiếp cận của nội dung càng rộng, đồng nghĩa với việc nguy cơ trở thành mục tiêu của bạo lực mạng cũng gia tăng.

Bạo lực mạng đối với trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội có thể biểu hiện dưới nhiều hình thức khác nhau như bình luận xúc phạm, miệt thị ngoại hình (body shaming), quấy rối, bắt nạt trên mạng hoặc các hình thức công kích bằng lời nói khác. Đối với trẻ em, khả năng nhận thức, kiểm soát cảm xúc và tự bảo vệ trước các hành vi công kích trên môi trường mạng còn hạn chế. Trong khi đó, hoạt động trên mạng xã hội của trẻ em có ảnh hưởng lại đặt trẻ vào vị trí thường xuyên phải tiếp nhận sự đánh giá của công chúng. Việc liên tục trở thành đối tượng của các bình luận tiêu cực hoặc công kích cá nhân có thể tạo ra cảm giác lo âu, mặc cảm, mất tự tin và làm suy giảm cảm giác an toàn của trẻ khi tham gia môi trường số (Malek Yassin, 2025).

Thứ tư, nguy cơ tác động tới sự phát triển toàn diện. Hoạt động của trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội không chỉ làm phát sinh các nguy cơ xâm phạm quyền riêng tư, khai thác lao động hoặc bạo lực mạng mà còn có thể ảnh hưởng lâu dài đến sự phát triển toàn diện của trẻ. Trẻ em có sức ảnh hưởng phải duy trì sự hiện diện thường xuyên trên môi trường số, đáp ứng kỳ vọng của người theo dõi và duy trì mức độ tương tác để bảo đảm sức hút của tài khoản. Điều này có thể khiến trẻ dành ngày càng nhiều thời gian cho việc xây dựng hình ảnh, sáng tạo nội dung hoặc tham gia các hoạt động quảng bá, hợp tác

thương mại, làm thu hẹp quỹ thời gian dành cho học tập, vui chơi, nghỉ ngơi và các hoạt động cần thiết cho sự phát triển phù hợp với lứa tuổi.

Bên cạnh đó, việc liên tục tiếp xúc với sự đánh giá của công chúng và sự biến động của các chỉ số tương tác như lượt xem, lượt thích hay bình luận có thể tạo ra áp lực tâm lý đáng kể (Malek Yassin, 2025). Khi sự ghi nhận từ cộng đồng mạng dần trở thành thước đo giá trị bản thân, trẻ có nguy cơ phụ thuộc vào sự công nhận của người khác, dễ rơi vào trạng thái lo âu, căng thẳng hoặc mất tự tin khi mức độ tương tác không đạt như kỳ vọng. Về lâu dài, những áp lực này không chỉ ảnh hưởng đến sức khỏe tâm thần mà còn tác động tiêu cực đến quá trình hình thành nhân cách, sự phát triển cảm xúc và khả năng hòa nhập xã hội của trẻ.

2.3. Thực trạng pháp luật Việt Nam về bảo vệ trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội

Trước hết, Điều 21 Bộ luật Dân sự năm 2015 xác định khả năng tham gia của trẻ em và người chưa thành niên vào các giao dịch dân sự theo từng nhóm tuổi. Người chưa đủ sáu tuổi không được tự mình xác lập, thực hiện giao dịch (Khoản 2 Điều 21 Bộ luật Dân sự năm 2015); người từ đủ sáu tuổi đến chưa đủ mười lăm tuổi phải có sự đồng ý của người đại diện theo pháp luật, trừ các giao dịch phục vụ nhu cầu sinh hoạt hằng ngày phù hợp với lứa tuổi (Khoản 3 Điều 21 Bộ luật Dân sự năm 2015); còn người từ đủ mười lăm tuổi đến chưa đủ mười tám tuổi được tự mình xác lập, thực hiện phần lớn giao dịch dân sự nhưng vẫn bị hạn chế trong trường hợp giao dịch có giá trị lớn hoặc các giao dịch mà pháp luật quy định phải có sự đồng ý của người đại diện (Khoản 4 Điều 21 Bộ luật Dân sự năm 2015). Có thể thấy, pháp luật Việt Nam không trao cho trẻ em quyền tự chủ hoàn toàn trong các giao dịch dân sự mà thiết lập cơ chế năng lực hành vi dân sự tăng dần theo độ tuổi, đồng thời duy trì vai trò của người đại diện theo pháp luật nhằm bảo đảm lợi ích tốt nhất của trẻ.

Đồng thời, Điều 32 Bộ luật Dân sự năm 2015 ghi nhận quyền của cá nhân đối với hình ảnh. Theo đó việc sử dụng hình ảnh của cá nhân phải được người đó đồng ý trong trường hợp khai thác hình ảnh vì mục đích thương mại thì người có hình ảnh có quyền được trả thù lao, trừ trường hợp các bên có thỏa thuận khác. Những quy định này tạo cơ sở pháp lý cho việc xác lập và thực hiện các giao dịch liên quan đến việc khai thác hình ảnh của trẻ em, nhưng chưa quy định cụ thể về việc kiểm soát quyền đại diện trong trường hợp hình ảnh của trẻ được khai thác thường xuyên nhằm mục đích thương mại.

Hạn chế này thể hiện rõ trong hoạt động trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội. Do phần lớn trẻ em chưa có hoặc chỉ có năng lực hành vi dân sự hạn chế, các hợp đồng quảng cáo, hợp tác với nhãn hàng và giao dịch khai thác thương mại hình ảnh của trẻ thường do cha mẹ hoặc người đại diện theo pháp luật xác lập. Pháp luật hiện hành chưa có cơ chế chuyên biệt để giám sát việc thực hiện quyền đại diện trong trường hợp cha mẹ đồng thời là người quản lý và người hưởng lợi kinh tế. Đây là khoảng trống pháp lý cần được xem xét trong việc bảo vệ lợi ích tốt nhất của trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội.

Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân ra đời đã tạo nên những bước tiến đáng kể cho cơ chế bảo vệ đối với trẻ em trên môi trường số. Khoản 2 Điều 24 Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân yêu cầu việc xử lý dữ liệu cá nhân nhằm công bố hoặc tiết lộ thông tin về đời sống riêng tư, bí mật cá nhân của trẻ em từ đủ bảy tuổi trở lên phải có sự đồng ý của cả trẻ em và người đại diện theo pháp luật. Quy định này có ý nghĩa tích cực vì đã thừa nhận trẻ em không chỉ là đối tượng được người lớn quyết định thay mà còn là chủ thể có tiếng nói đối với việc công bố dữ liệu và đời sống riêng tư của mình. Không chỉ quy định về các cơ chế bảo vệ trẻ em pháp luật còn đặt ra quy tắc xử phạt vi phạm về trách nhiệm bảo vệ trẻ em trên môi trường mạng theo Điều 37 Nghị định 98/2026 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bảo

trợ, trợ giúp xã hội và trẻ em. Quy định này đặt ra trách nhiệm của các tổ chức, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ trên môi trường mạng trong việc bảo vệ trẻ em, bao gồm nghĩa vụ gỡ bỏ nội dung gây hại, bảo vệ dữ liệu cá nhân và áp dụng các biện pháp bảo đảm an toàn cho trẻ khi sử dụng dịch vụ. Những quy định này cho thấy pháp luật Việt Nam đã bước đầu xác lập trách nhiệm của nền tảng và nhà cung cấp dịch vụ, thay vì chỉ đặt nghĩa vụ bảo vệ trẻ em lên gia đình.

Nhìn chung, pháp luật Việt Nam đã hình thành một khung bảo vệ tương đối rộng. Tuy nhiên, các quy định này còn phân tán và chủ yếu bảo vệ trẻ em với tư cách là người tham gia giao dịch, người sử dụng Internet hoặc chủ thể dữ liệu cá nhân mà chưa nhận diện đầy đủ trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội với tư cách là chủ thể trực tiếp tham gia quá trình tạo lập nội dung và tạo ra giá trị kinh tế.

2.4. Khuyến nghị hoàn thiện pháp luật về bảo vệ trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội

Thứ nhất, pháp luật cần ghi nhận và định danh hoạt động trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội như một quan hệ pháp lý đặc thù. Việc xác định rõ khái niệm trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội và các dấu hiệu của hoạt động khai thác thương mại hình ảnh, danh tiếng hoặc sức ảnh hưởng của trẻ sẽ tạo cơ sở thống nhất để áp dụng các quy định của pháp luật. Đồng thời, cần xây dựng tiêu chí xác định khi nào hoạt động sáng tạo nội dung của trẻ mang tính thương mại hoặc mang bản chất của hoạt động lao động, từ đó xác định chế độ pháp lý phù hợp thay vì áp dụng đồng thời các quy định của nhiều lĩnh vực pháp luật khác nhau.

Thứ hai, cần hoàn thiện cơ chế kiểm soát việc thực hiện quyền đại diện của cha mẹ hoặc người đại diện theo pháp luật trong hoạt động trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội. Pháp luật nên quy định rõ giới hạn quyền đại diện khi xác lập các giao dịch khai thác thương mại hình ảnh của trẻ song yêu cầu mọi quyết định phải đặt lợi ích tốt nhất của trẻ em làm nguyên tắc ưu tiên. Đối với các giao dịch có giá trị lớn, kéo dài hoặc có khả năng ảnh hưởng đáng kể đến quyền, lợi ích của trẻ, cần nghiên cứu cơ chế giám sát hoặc phê chuẩn của cơ quan có thẩm quyền nhằm hạn chế nguy cơ xung đột lợi ích giữa người đại diện và trẻ em.

Thứ ba, việc hoàn thiện pháp luật cần được đặt trên cơ sở tiếp cận quyền trẻ em theo Công ước của Liên hợp quốc về quyền trẻ em, bảo đảm sự cân bằng giữa quyền tham gia của trẻ em trong môi trường số, quyền phát triển các năng lực cá nhân và yêu cầu bảo vệ trẻ trước các nguy cơ bị khai thác vì mục đích thương mại. Chỉ khi xây dựng được một cơ chế pháp lý thống nhất, lấy lợi ích tốt nhất của trẻ em làm nguyên tắc xuyên suốt, pháp luật mới có thể đáp ứng những thách thức đặt ra từ sự phát triển của mô hình trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội trong bối cảnh kinh tế số.

3. Kết luận

Sự phát triển của trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội đã đặt ra nhiều vấn đề pháp lý mới trong bảo vệ quyền trẻ em trên môi trường số. Mặc dù pháp luật Việt Nam đã có các quy định về năng lực hành vi dân sự, quyền đối với hình ảnh, bảo vệ dữ liệu cá nhân và bảo vệ trẻ em trên môi trường mạng, nhưng các quy định này vẫn còn phân tán và chưa điều chỉnh trực tiếp hoạt động của trẻ em có ảnh hưởng trên mạng xã hội. Điều này dẫn đến những khoảng trống trong việc kiểm soát hoạt động khai thác thương mại hình ảnh của trẻ em, quản lý thu nhập và phòng ngừa xung đột lợi ích của người đại diện theo pháp luật. Do đó, việc xây dựng một cơ chế pháp lý chuyên biệt, bảo đảm hài hòa giữa quyền tham gia của trẻ em trên môi trường số với yêu cầu bảo vệ lợi ích tốt nhất của trẻ là yêu cầu cấp thiết trong bối cảnh phát triển của nền kinh tế số ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Chính phủ. (2026). Nghị định số 98/2026/NĐ-CP, ngày 31/03/2026 quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực bảo trợ, trợ giúp xã hội và trẻ em.

Phan Lê Na, Vũ Bảo Nhi và Chữ Linh Trang. (2026). Khai thác thương mại hình ảnh của người chưa thành niên trên các nền tảng công nghệ số tại Việt Nam: Quy định pháp luật và góc nhìn thực tiễn. Tạp chí điện tử Luật sư Việt Nam. <https://lsvn.vn/khai-thac-thuong-mai-hinh-anh-cua-nguoi-chua-thanh-nien-tren-cac-nen-tang-cong-nghe-so-tai-viet-nam-quy-dinh-phap-luat-va-goc-nhin-thuc-tien-a171343.html>.

Quốc hội. (2015). Luật số 91/2015/QH13: Bộ Luật Dân sự, ban hành ngày ngày 24/11/2015.

Quốc hội. (2015). Luật số 91/2025/QH15: Luật Bảo vệ dữ liệu cá nhân, ban hành ngày 26/06/2025.

Quốc hội. (2016). Luật số 102/2016/QH13: Luật Trẻ em năm, ban hành ngày 05/04/2016.

Ahan Dhar. (2025). Playing or Being Played?: Legal Protections for Children in the Family Influencer Economy. *Journal of Sports and Entertainment Law*. <https://journals.law.harvard.edu/jsel/2025/11/playing-or-being-played-legal-protections-for-children-in-the-family-influencer-economy/>.

Daniel R. Clark, Alisa B. Jno-Charles. (2025). The Child Labor in Social Media: Kidfluencers, Ethics of Care, and Exploitation. *Journal of Business Ethics*, 201, 35-62.

Katie Lee, Erin Twomey. (2025). From Likes to Laws: State Legal Protections for Child Influencers. CGS South. <https://csgsouth.org/policies/from-likes-to-laws-state-legal-protections-for-child-influencers/>.

Munirat Suleiman. (2022). Is Kidfluencing Child Labor?: How the Youngest Influencers Remain Legally. *Columbia Undergraduate Law Review*. <https://www.culawreview.org/journal/is-kidfluencing-child-labor-how-the-youngest-influencers-remain-legally-unprotected>.

Vanessa Cezarita Cordeiro. (2021). Kidfluencers and Social Media: The Evolution of Child Exploitation in the Digital. *Humanium*. <https://www.humanium.org/en/kidfluencers-and-social-media-the-evolution-of-child-exploitation-in-the-digital-age/>.

Yingying Jiang (2026). Safeguarding the Rights of Child Influencers in the Digital Age. *Journals ScineXor*, 2(1), 86-99.