

Н.Ю. ЖУКОВСКАЯ
Е.И. ШУРУПОВА

«ДЕТСКАЯ ТЕМА» В ИЗБИРАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ: ТЕОРИЯ И СОВРЕМЕННАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

***Аннотация.** В статье рассматриваются различные аспекты отражения «детской темы» в избирательном процессе: влияние детских образов на привлекательность образа кандидатов, претендующих на выборные должности, способы использования несовершеннолетних в целях манипуляции общественным сознанием. Представлены исторические примеры использования детей для корректировки имиджа политических акторов.*

***Ключевые слова:** детские образы, несовершеннолетние, электоральная привлекательность кандидата, имидж кандидата, дети политиков, предпочтения избирателей, политическая манипуляция, политическая активность.*

«CHILDREN'S THEME» IN THE ELECTORAL PROCESS: THEORY AND MODERN POLITICAL PRACTICE

***Abstract.** The article discusses various aspects of the «children's theme» reflection in the electoral process: the influence of children's images on the image of candidates for elected positions, ways of minors using to manipulate public consciousness. There are presented the historical examples of the use of children to correct the image of political actors.*

***Keywords:** children's images, minors, candidate's electoral attractiveness, candidate's image, politicians' children, voters' preferences, political manipulation, political activity.*

В основе исследования лежит интерес к теме влияния детей на имидж политика и, в частности, на его электоральную привлекательность. Размышления на тему очевидного либо завуалированного влияния детей на формирование предпочтений электората провоцирует возникновение целой серии вопросов. Например, как несовершеннолетние, не являясь участниками избирательного процесса, невольно или благодаря усилиям политтехнологов превращаются в одну из детерминант электорального

ЖУКОВСКАЯ Наталия Юрьевна — кандидат исторических наук, доцент кафедры государственно-правовых дисциплин Липецкого государственного педагогического университета имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, г. Липецк
ШУРУПОВА Елизавета Игоревна — студент Липецкого государственного педагогического университета имени П.П. Семенова-Тян-Шанского, г. Липецк

поведения? В чем можно безошибочно усмотреть свидетельство влияния детей на результаты выборов? Можно ли использование детских образов на картинах и плакатах с изображением руководителей советского государства считать политической пропагандой или оно — лишь историческая аналогия современной практики фотосъемок политиков «в кругу семьи»? В более широком контексте интересно было бы выявить, какую вовлеченность в политические процессы имеют несовершеннолетние в современной России. Каковы пределы допустимого вовлечения несовершеннолетних в политику (в том числе — в избирательные процессы)?

Необходимо напомнить, что российское законодательство, а более конкретно — часть 6 статьи 48 Федерального закона от 12 июня 2002 года № 67-ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации» (далее — Закон № 67-ФЗ), прямо запрещает привлекать несовершеннолетних к избирательной кампании кандидата на выборные должности, а равно — использовать детские изображения и высказывания в агитационных целях. Однако, данный запрет вовсе не исключает того влияния, которое дети могут оказать на политику и непосредственно на электоральную привлекательность кандидата.

Дети политиков или кандидатов на выборные должности оказывают воздействие на их публичный имидж даже тогда, когда становятся взрослыми и самостоятельными людьми. В этом случае их роль может не только «отбрасывать тень» на имидж политика, но и провоцировать его на реальные действия. «Взрослый ребенок» может служить проекцией того, чего следует ожидать от кандидата: ответственности, порядочности, патриотизма или, напротив, лицемерия, приспособленчества, склонности к эпатажу и тому подобного. Говоря иначе, имидж «взрослого ребенка», его поведение и жизненные ориентиры могут стать определяющими в формировании представлений электората об образе его родителя-политика.

Актуальность избранной темы обусловлена еще и таким обстоятельством, как наблюдаемое в последние годы увеличение социальной активности молодежи (в том числе несовершеннолетних), ее вовлеченность в политику (что выражается в участии в протестных акциях, в критике политических ситуаций и решений). Это обстоятельство обуславливает необходимость включения исследователей в дискуссию о причастности детей к политике, о допустимых границах такой причастности, а также — в поиск новых позитивных практик вовлечения молодежи в политические процессы.

Изучение данной темы имеет принципиально важное значение как с точки зрения теории избирательного права, так и с позиции текущей политической практики. Неслучайно ее исследованием активно занимаются как отечественные, так и иностранные авторы. Изучаются, в частности, технологии использования детских образов в целях привлечения внимания общества к тем или иным проблемам, идеям, товарам; влияние образов несовершеннолетних в PR-кампаниях, в рекламе, в политической пропаганде.

Д.В. Ольшанский [7] и С.Г. Кара-Мурза [4], определяя широкий спектр инструментов политической манипуляции, упоминают и манипуляции с участием детей.

Постепенно тематика детства включается и в социологический дискурс. Социальные философы и социологи все более активно исследуют «субъектность детей»; изучаются не только сами дети (их особенности, потребности, поведение), но и их права (запрос на самостоятельные действия). Исследователи справедливо указывают на некоторую двойственность в подходах к определению социального статуса ребенка: с одной стороны, общество ограждает детей от «взрослых» проблем (в том числе политических), а с другой, — использует их, «приравнивает» к взрослым (например, разрешая труд детей по найму с 14 лет). Такой подход автоматически изменяет социальный статус ребенка, переводя его во «взрослые» [9].

Что же касается «детской темы» непосредственно в избирательном процессе и изучения возможных эффектов влияния детских образов на электоральную привлекательность политиков, то в научной литературе ей уделяется крайне мало внимания. Полноценных научных исследований на эту тему нет вообще, а основная масса литературы исчерпывается заметками публицистического характера. Частично и с некоторой долей вероятности это можно объяснить существующим как в законодательстве, так и в общественном мнении «табу» на привлечение детей к участию в политическом процессе.

Влияние детских образов на электоральную привлекательность кандидатов: теория и правовое регулирование

Ответы на поставленные выше вопросы частично могут быть получены посредством рассмотрения теоретических представлений о влиянии детских образов на отношение к власти и электоральную привлекательность кандидатов.

Для любой общности характерна определенная модель поведения. Наиболее типичное поведение массы избирателей, соответственно, можно воспринимать как «электоральное поведение». Особенности последнего обусловлены целым рядом факторов: традициями политической культуры общества, целенаправленной деятельностью политтехнологов, отдельных политиков и политических партий, вовлеченностью масс в осуществление электорального выбора (посредством которого реализуется принцип народовластия).

В научной литературе можно встретить описание самой разнообразной совокупности факторов, оказывающих влияние на голос электората. Один из них, характерный именно для российского избирателя, — это комплекс национальной идентификации, в котором отражаются общность жизненных интересов политика и электората, совпадение семейных и культурных традиций, уважение своих ценностных ориентиров и стремление защитить их от внешних угроз.

Не последнее место в массе таких факторов занимают психологические установки избирателей — их ценности, мотивы и представления. Формирование соответствующих установок и ориентиров начинается с воспитания человека в конкретной социальной среде, с особенностей его психики, продолжается — в условиях конкретной социально-политической ситуации — в агитационной речи кандидата, в массовом политическом сознании, а заканчивается галочкой в определенной графе избирательного бюллетеня.

Одним из наиболее архетипичных и глубинных мотиваторов поведения людей (в том числе в политике) являются дети и отношение к ним. «Избиратель любит детей. Это беспроигрышный вариант для агитации», который «символизирует уверенность в завтрашнем дне». При этом детская символика весьма вариативна; она дает множество «картинок» для создания слоганов (например, «Спасем детей от войны», «Обеспечим будущее наших детей» и т.п.). Привлечение собственных детей укрепляет имидж кандидата: «Если избиратель видит [...], что деятельность кандидата направлена на благо детей, то есть будущего страны», его авторитет повышается в разы¹.

Именно по этим причинам политтехнологи, маркетологи, специалисты по коммуникациям всего мира эксплуатируют тему несовершеннолетних. Детские образы активно используются в PR-акциях самого широкого спектра. В общей массе рекламной продукции объем роликов с несовершеннолетними составляет 20 процентов. Видео с участием детей привлекают больше внимания, быстрее располагают к себе зрителя, вызывают доверие, но главное, значительно повышают интерес и лояльность к объекту представления [5, с. 694].

Использование «детской темы» в избирательном процессе может быть достаточно разнообразным: во-первых, в политический контекст могут помещаться изображения детей (в политической рекламе, видеороликах социальной направленности); во-вторых, публичная деятельность того или иного кандидата может иметь отношение к детям (в виде помощи детским домам, поддержки социальных проектов, встреч с детскими коллективами), что, как правило, позитивно воспринимается массовой аудиторией. Наконец, факт наличия детей в семье политика, — само упоминание о них в публичном пространстве может служить источником дополнительного интереса к нему.

Обратимся к ограничениям вовлечения детей в политику, которые установлены действующим избирательным законодательством. Так, «запрещается привлекать к предвыборной агитации, агитации по вопросам референдума лиц, не достигших на день голосования возраста 18 лет, в том числе использовать изображения и высказывания таких лиц в агитационных материалах» (ч. 6 ст. 48 Закона № 67-ФЗ). Данная норма вводит

¹ Тищенко М. Запрещенный прием: Как партии используют детей в своей агитации [Электронный ресурс] // Информационный портал Life.ru. URL: <https://life.ru/p/899794> (дата обращения: 28.02.2023).

запрет на открытое использование детских образов в целях воздействия на электоральные предпочтения избирателей. Но «детское» участие в формировании имиджа политика может быть не столь очевидным и к тому же не ограничиваться лишь рамками избирательной кампании. Немалую роль играют, например, публикации милых семейных фото на личных страницах политиков в социальных сетях, формирующие представления о них как о заботливых отцах и достойных главах семейств. А это — дополнительный вклад в установление доверия электората к будущему кандидату. Более того, в контексте осуществляемой сегодня в Российской Федерации государственной политики, направленной на укрепление семьи и традиционных семейных ценностей, демонстрация публичными личностями своей приверженности этим ценностям только приветствуется.

Следовательно, установленное в законодательстве «вето» на участие несовершеннолетних в предвыборной агитации и избирательных кампаниях имеет ограниченный характер и вовсе не исключает их влияния на привлекательность образа кандидата. При этом наиболее сильное воздействие использование детских образов (и вообще детской тематики) будет оказывать в тех случаях, когда гражданин впервые изъявил желание выдвинуть свою кандидатуру на выборах (о его личности электорату мало что известно и его образ в глазах электората еще не сформирован). По той же причине воздействие образов детей наиболее ярко будет проявлять себя на выборах регионального и местного уровней, — то есть там, где наблюдается «массовый дефицит информации о кандидатах» [2, с. 99]. В такой ситуации самым простым и «доходчивым» способом привлечь внимание электората к кандидату становится его активность на личных страницах в социальных сетях, в том числе — размещение своих фотографий в кругу семьи.

К слову сказать, публикация семейных снимков политиков, особенно если она не совпадает по времени с периодом проведения избирательной кампании, правовыми нормами не регламентируется. Характерно, что, несмотря на запрет привлечения детей к участию в агитационных кампаниях, российские медиаресурсы не стесняются прибегать к «помощи» детских образов в общеполитических целях.

В российском законодательстве упоминается также обеспечение безопасности несовершеннолетних в связи с возможной демонстрацией ими протестного поведения. Большое внимание данному вопросу было уделено еще в 2012 году в рамках Национальной стратегии действий в интересах детей (утв. Указом Президента Российской Федерации от 1 июня 2012 г. № 761). В документе отмечалось отсутствие эффективных механизмов безопасного обеспечения участия несовершеннолетних в общественной жизни, что было признано одной из «основных проблем в сфере детства».

Изложенное заставляет задуматься о необходимости совершенствования действующего законодательства в части определения безопасных и неформальных способов участия несовершеннолетних в политическом процессе,

например, в таких формах, как выражение своего мнения или политическое волонтерство.

Таким образом, неоспорим тот факт, что детские образы способны оказывать положительное воздействие на восприятие массовой аудиторией практически любых идей и ценностей (как материальных, так и нематериальных). Имидж политика или кандидата на выборную должность — не исключение. Однако, с одной стороны, несовершеннолетние не должны целенаправленно использоваться в качестве инструмента для привлечения внимания и симпатий электората. Но, с другой стороны, факт явного или теневого вовлечения детей в политическую повестку требует более четкого (в том числе нормативного) определения допустимых пределов их участия в политических процессах.

Детские образы в политической пропаганде советского периода

Один из наиболее показательных примеров использования детских образов в политических целях связан с советским периодом российской истории. Советская массовая культура сформировала в сознании взрослых женщин и мужчин красочное представление о счастливой жизни в самобытной картине детского счастья. Уже с первых месяцев существования советской власти мифологема «счастливое детство» несла в себе идею воспитания «нового» советского человека, который будет освобожден от предрассудков прошлого [3]. Он — строитель светлого будущего в новом государстве [6, с. 139].

Ведущая роль в пропаганде советского образа жизни (социально-экономического уклада и политического режима) отводилась, в первую очередь, внешним образам детей и подростков. Как отмечает Е.Ф. Теплова, «ребенок, окруженный зрительными образами положительных, радостных, здоровых детей, должен был не только ощущать себя сопричастным к счастливому детству, но и стремиться соответствовать этому образу» [8, с. 143]. Вероятно, отчасти именно поэтому у сегодняшних рожденных в Советском Союзе взрослых — детей советской культуры — сохраняются представления о своем детстве как о наиболее счастливой поре жизни. И можно предположить, что в настоящее время утрата усвоенного идеала и его несоответствие реалиям современной жизни заставляют многих россиян, чьи детские и юношеские годы прошли в СССР, погружаться в состояние ностальгии по советскому прошлому.

Характерный способ использования детских образов в советский период демонстрируют, прежде всего, изображения В.И. Ленина и И.В. Сталина в кругу детей. Очевидно, что целью таких изображений было формирование позитивного отношения не только к конкретным лицам, но и к власти вообще.

Трудно не узнать советского ребенка на плакате, в книжной иллюстрации или на открытке. Его образ отличается от изображений детей в других

странах: наш герой в меру упитан, по-детски строго одет, опрятен, жизнерадостен. Но главное, он всегда демонстрировал побудительную эмоцию, его образ выполнял важную политико-стратегическую задачу. Активно воздействуя на сознание граждан, он олицетворял перспективное будущее советских детей.

В поздний период советской истории практика использования детских образов сохранила свои традиции. Наглядные примеры в этом случае — снимки первого в мире советского космонавта Ю.А. Гагарина с дочерьми, а также фото запечатленного в обществе пионеров Генерального секретаря ЦК КПСС Л.И. Брежнева.

Характерно, что для советского периода в целом было несвойственно выставлять напоказ частную жизнь политических лидеров. Фото с собственными детьми или внуками здесь, скорее, исключения, чем правило. Однако, образ ребенка как такового, абстрактного маленького гражданина своей Родины, эксплуатировался в политических целях весьма активно.

Таким образом, использование детских образов в советское время было явно ориентировано на распространение представлений о «счастливом детстве» и популяризацию советского образа жизни. Отсюда — вполне обоснованная трактовка рассматриваемых образов как инструмента политической пропаганды, рассчитанной как на внутреннего, так и на внешнего «потребителя».

Дети как «теневые» акторы политического процесса в современной зарубежной и отечественной практике

Несовершеннолетних можно рассматривать в качестве как объектов, так и субъектов политического воздействия. В любом случае дети являются самыми непосредственными акторами политических событий как в прошлом, так и в настоящем.

Для подтверждения данного высказывания обратимся к событиям, в которых дети, даже не появляясь на политической арене, становились источниками определенной идеи, способными повлиять на мир. Ярким примером такого рода служат истории трех девочек, которые жили в разных странах, но в одну эпоху.

Одна из них — советская школьница из Ленинграда Таня Савичева, которая вела блокадный дневник, в котором описала трагическую утрату всех своих близких. Она умерла в 1944 году в Шатковской больнице от туберкулеза в возрасте 14 лет. Предположительно, дневник Тани использовался стороной обвинения в доказательство преступлений фашистов на Нюрнбергском процессе. Другая — девочка-еврейка Анна Франк, оставившая записи о двух годах попыток скрыться от нацистских властей и умершая от тифа в концлагере Аушвиц в возрасте 15 лет. Третья — японка Садако Сасаки, ставшая свидетельницей ядерной бомбардировки 1945 года и превратившаяся

для людей всего мира бумажных журавликов в символ не только исцеления от лучевой болезни, но и протеста против войны.

Одним из наиболее значимых примеров участия детей в политике вот уже на протяжении 40 лет считается история американки Саманты Смит, которая своим наивным поступком способствовала перевороту в отношениях двух супердержав (США и СССР) и их сближению в разгар холодной войны. Письмо 10-летней девочки, которую в прессе называли «маленький миротворец»², главе СССР Ю.В. Андропову сыграло роль феноменального вызова в ситуации натянутых отношений между двумя странами. Ее столь естественный поступок стал выражением истинной взрослой миссии мира. Зеркальным ответом Саманте тогда стала советская школьница Катя Лычева, также призывавшая к миру и недопущению ядерной войны. Девочки остались в истории юными атлантами, взвалившими на свои детские плечи неподъемную ношу политического противостояния.

Другой, более свежий и не столь гуманный пример — влияние на реальные политические действия взрослой дочери экс-президента США Д. Трампа, следствием которого стал слабо предсказуемый удар США по Сирии в апреле 2017 года. Тогда буквально за считанные часы политика Трампа в отношении Сирии совершила резкий поворот. Поводом для изменений в политическом курсе стали эмоции его дочери Иванки Трамп, а точнее, ее впечатления от фотографии сирийского мальчика, погибшего якобы в результате применения сирийскими властями химического оружия в провинции Идлиб. На этом основании США и их союзники обвинили тогда правительство президента Сирии Б. Асада в бесчеловечности³. Согласно дипломатическим запискам, именно дочь Трампа убедила его нанести массированные ракетные удары по Сирии.

Спустя два года мировое сообщество было поражено появлением на политической арене 16-летней школьницы из Стокгольма Греты Тунберг. Особое внимание к ее личности в большей степени привлекали не озвученные несовершеннолетней девочкой проблемы экологического характера, а сам образ юного борца. Ее заявления были небеспочвенны, однако совсем несвойственны подростку. Президент Российской Федерации В.В. Путин на третьем Международном форуме «Российская энергетическая неделя» не оставил без внимания феномен шведской школьницы: «Я не разделяю общих восторгов по поводу выступления Греты Тунберг, — заявил он. — Правильно, что молодые люди обращают внимание на острые проблемы,

² Мединский А., Павлив С. С миссией мира: как 10-летней девочке удалось сблизить две супердержавы [Электронный ресурс] // Информационное агентство ТАСС. URL: https://tass.ru/v-strane/4370507?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 18.04.2023).

³ Дочь Трампа повлияла на его решение нанести удар по Сирии [Электронный ресурс] // Информационное агентство ТАСС. URL: https://tass.ru/mezhdunarodnauapanorama/4170825?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 12.01.2023).

в том числе экологии. И их, безусловно, нужно поддержать. Но когда детей и подростков кто-то использует в своих интересах, это достойно только осуждения. Я не утверждаю, что это тот самый случай, но нужно внимательно следить за этим»⁴, — подчеркнул российский лидер.

Политическая подоплека отчетливо прослеживается в ситуации с Г. Тунберг. Так, первым школьницу «поддержал» шведский PR-специалист И. Рентцхог, заметивший ее в августе 2018 года. Тогда неизвестная никому девочка в одиночку бастовала у дверей шведского парламента. Незадолго до этого Рентцхог создал собственный экопроект «We Don't Have Time» («У нас нет времени») и, удачно используя агитацию и протесты Тунберг, сумел привлечь в него миллионы долларов⁵.

Однако лидером в использовании детских образов в современной зарубежной практике стал экс-президент США Б. Обама. Основным элементом его политических кампаний в период особой активности, по оценкам американцев, стали «поцелуи младенцев»⁶. Как можно судить по многочисленным фотографиям, Обама никогда не упускал возможности «сблизиться с будущим Америки».

Пример другого рода — скандальная репутация Хантера Байдена — сына нынешнего Президента США, которая хоть и не стоила пока его отцу президентского кресла, но и авторитета ему не прибавляет. Очевидно, что при любом мало-мальски удобном случае все «грязное белье» Байденов будет использовано в политической борьбе против действующего президента, а в худшем случае станет поводом для импичмента.

По отношению к США можно упомянуть и недавний пример из политической практики, связанный с избранием в ноябре 2022 года в Конгресс губернатора от штата Флорида Р. Десантиса. В Интернете есть свежая фотография, позволяющая судить о том, что к успеху политика (отца троих малолетних детей) на выборах причастна вся его семья.

Особый вопрос — использование детских образов в политических акциях в современной России. Провести прямую аналогию с рассмотренной выше зарубежной практикой здесь невозможно, так как откровенные фото российских политиков с детьми в отечественном публичном пространстве практически не встречаются. Российского лидера В.В. Путина, например, в компании детей можно увидеть лишь на немногочисленных официальных

⁴ Путин заявил, что не разделяет восторг по поводу выступления Греты Тунберг [Электронный ресурс] // МИА «Россия сегодня». URL: <https://ria.ru/20191002/1559360333.html> (дата обращения: 12.05.2023).

⁵ Дунаевский И. Кто стоит за Гретой Тунберг и кто ее направляет [Электронный ресурс] // Интернет-портал «Российской газеты». URL: <https://rg.ru/2019/09/29/kto-stoit-za-gretoj-tunberg-i-ktou-ee-napravliaet.html> (дата обращения: 12.04.2023).

⁶ As Barack Obama avoids onions because he has to 'kiss babies and stuff', candid images show the President in action [Electronic resource] // Daily Mail Online. URL: <https://www.dailymail.co.uk/femail/article-2188777/Barack-Obama-Candid-images-President-action.html> (дата обращения: 24.05.2023).

снимках с отдельных мероприятий социальной или благотворительной направленности.

Исключение составляют лишь личные страницы отечественных политиков в социальных сетях, а также использование детских образов в социально-политическом контексте. Приведем несколько примеров из тех, которые встречаются в релизах пиарщиков: «Кандидат-одномандатник Мария Баронова разместила в своем „Твиттере“ видео, на котором ее сын помогает ей в предвыборной деятельности»; «На одной из встреч с избирателями 12-летний мальчик спросил кандидата в депутаты Госдумы Д. Гудкова („Яблоко“), не боится ли он, что его убьют. Команда депутата тут же сделала из этого ролик»⁷, «Коммунист С. Обухов использовал несовершеннолетних в Краснодарском крае: подростки раздавали его газету».

Интересный вывод в этой связи делает А.Н. Бахарева, которая полагает, что для российской культуры, относящейся к патриархальному типу, дети не являются авторитетными и равноправными участниками политического процесса [1, с. 273]. В странах же эгалитарного типа именно с помощью детей до общества доносят многие социально значимые идеи. Таким способом осуществляется их апробация и адаптация.

Однако, яркие примеры целенаправленного использования детей в интересах «исправления» имиджа политиков имеются и в постсоветской политической практике. Так, в 1993 году, когда рейтинг Б.Н. Ельцина был довольно низким, ситуацию спасла телевизионная передача известного режиссера Э.А. Рязанова «Один день в семье Президента». Разговор в ней шел на кухне с женой и внучками Ельцина. По центральному телевидению передача была показана за три дня до референдума по вопросам о доверии Ельцину и его экономическому курсу. В период же коррупционного скандала вокруг П.П. Бородина (бывшего управляющего делами Администрации Президента) информация о том, что он взял в свою семью из детских домов девятерых детей, радикально изменила отношение к нему со стороны российского общества.

Таким образом, в современной российской и зарубежной политической практике можно наблюдать использование образа детей в интересах достижения определенного политического эффекта. Надо сказать, что западные политики более «открыты» в демонстрации своей личной жизни (частью которой являются дети), чем российские. Несмотря на существующий в международном праве априорный запрет на использование детей в политических целях, зарубежных политиков не смущают возможные упреки в манипулировании общественным мнением при помощи детей.

⁷ Тищенко М. Указ. соч.

Заключение

Отражение «детской темы» в избирательном процессе имеет множество аспектов. Во всей их совокупности влияние детей на электоральную привлекательность кандидатов является ключевой, но далеко не единственной составляющей общей проблематики вовлечения несовершеннолетних в политическую жизнь государства.

В советское время детские образы, используемые в искусстве, кино, политике, были однозначно ориентированы на распространение представлений о «счастлимом детстве» и популяризацию советского образа жизни. Их трактовка как инструмента политической пропаганды, рассчитанной как на внутреннего, так и на внешнего «потребителя», является вполне обоснованной. Можно утверждать также, что именно с той поры в отечественной политической практике зародилась традиция использования несовершеннолетних в политических целях (в том числе — для формирования публичного имиджа отдельных политиков).

В современной российской и зарубежной политической практике обращение к «детской теме» в интересах достижения определенного политического эффекта наблюдается систематически. При этом западные политики (Б. Обама, Д. Трамп), в отличие от российских политических деятелей, более открыто демонстрируют свою привязанность к семье. Несмотря на существующий в международном праве априорный запрет на использование детей в политических целях, их не смущают возможные упреки в манипулировании общественным мнением при помощи детей.

Неоспорим тот факт, что детские образы способны оказывать положительное воздействие на восприятие массовой аудиторией практически любых идей и ценностей (как материальных, так и нематериальных). Имидж политика или кандидата на выборную должность — не исключение. Однако, «детская тема» различным образом влияет на имидж выдвиженцев в зависимости от их места в политической системе (в частности, в зависимости от того, является ли кандидат действующим должностным лицом, замещающим выборную должность и уже обладающим определенной политической репутацией, либо это человек, впервые изъявивший желание баллотироваться).

Проблема заключается в том, что при наличии оговоренного в законе запрета на использование несовершеннолетних в избирательных кампаниях российское законодательство не предусматривает жестких мер ответственности за его нарушение. Если же подросток, участвующий в избирательной кампании кандидата, не достиг возраста административной ответственности, то правонарушение и вовсе может остаться ненаказуемым.

Безусловно, несовершеннолетние не должны целенаправленно использоваться в качестве инструментов для привлечения внимания избирателей и симпатий электората. В то же время факт явного или теневого вовлечения детей в политическую повестку требует более четкого (в том числе нормативного) определения допустимых пределов их участия в политике.

В частности, корректность поведения кандидата в избирательной кампании нуждается в тщательном соблюдении прав детей, то есть данной категории населения требуется особо бережное отношение с учетом ее повышенной уязвимости и психологической незащищенности.

Самостоятельной частью представленного исследования стал проведенный в его рамках социологический опрос, позволяющий сделать выводы о влиянии детских образов на имидж кандидатов, а также — об отношении избирателей к вовлечению детей в политические процессы. Результаты анкетирования заслуживают рассмотрения в рамках отдельной статьи, однако в целом оно не только подтвердило причастность детей к политике, но и обнажило тот факт, что несовершеннолетние являются одним из наиболее важных акторов политического процесса.

Дети — будущее нации, носители национального кода, а потому именно их политическое сознание нуждается не столько в защите от политического манипулирования, сколько в особом к нему внимании с точки зрения его развития в правильном русле, воспитания в контексте социально значимых для общества и государства ценностей и ориентиров.

Список литературы

1. Бахарева А.Н. Использование детей в технологиях политического манипулирования // Актуальные проблемы современной науки: взгляд молодых: сборник. Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2020.
2. Грошев И.В. Индивидуально-личностные и гендерно-половые особенности детерминации голосования избирателей в условиях дефицита информации о кандидатах // Экспериментальная психология. 2013. Т. 6. № 1.
3. Зайцева А.И. Мифологема «счастливое детство» в советском кинематографе 1920–1980 гг.: ценностный аспект // Сборники конференций НИЦ Социосфера. 2016. № 25.
4. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М.: Эксмо, 2005. 832 с.
5. Кривцова Е.В., Гершун Е.В., Шпильная С.Н. Исследование воздействия телевизионной рекламы с участием детей на потребителя // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2.
6. Лефман Т.О. Образ детства как объект конструирования в отечественной анимации // Вестник ЧГАКИ. 2019. № 1.
7. Ольшанский Д.В. Политический PR. СПб.: Питер, 2003. 544 с.
8. Теплова Е. Визуальные образы советского детства // Этнодиалоги. 2020. № 3.
9. Wyness M. Childhood. Children as Subjects of Wellbeing and Social Participation. Cambridge, MA: Polity Press. 2015. 232 p.