

Секция «Проблемы социального и политического развития современного Востока»

## Проведение избирательной кампании в интернете современными партиями Японии.

Научный руководитель – Романова Ирина Алексеевна

*Сукиасянц Николь Николаевна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Институт стран Азии  
и Африки, Кафедра политологии стран Востока, Москва, Россия

*E-mail: nnikol555@mail.ru*

В Японии политики с большим вниманием и энтузиазмом относятся к выборам независимо от их масштаба и значимости. В свою очередь все аспекты избирательного процесса строго регламентируются двумя основными документами - Конституцией Японии 1947г. и Законом о выборе публичных должностных лиц 1950г. Многочисленные поправки в закон постоянно пытаются угнаться за новыми веяниями в развитии техники и медиа. Однако использование интернета в качестве платформы для ведения избирательной кампании было разрешено только в 2013 году.

С момента вступления в силу этой поправки избирательный механизм принял новые формы. Современные японские партии сразу взяли на вооружение новое пространство для ведения политической агитации. Политтехнологи привлекают дизайнеров и программистов для разработки и создания красивых и понятных сайтов. Команды социологов консультируют политиков по вопросам поведения в Интернете и социальных сетях. Имиджмейкеры с нуля создают образы конкретных политиков и партий в целом[1]. Партии стремятся охватить молодую японскую аудиторию, поэтому активно ведут аккаунты в Facebook, Twitter, Line и других популярных ресурсах. С этой же целью некоторые партии вкладывают деньги в создание приложений на мобильные устройства и нанимают авторов для ведения блога в приложении Line, которым пользуются 66 миллионов человек.

После отмены запрета на ведение избирательной кампании в Интернете Либерально-Демократическая партия Японии была одной из первых, кто сразу взял его на вооружение. Теперь кандидаты еще активнее вели свои аккаунты в социальных сетях, выкладывали информацию о предстоящих выступлениях и дебатах, записывали агитационные ролики, проводили видеоконференции. На официальный канал партии на Youtube стали загружать видео ролики агитационного характера, которые нельзя свободно транслировать по телевидению. Набирающая популярность функция Live в Facebook легла в основу проекта «CafeSta»[2]. Несколько раз в неделю в студию приглашают японских политических деятелей, и ведущий в прямом эфире обсуждает с гостем наиболее важные и животрепещущие темы. Используя ту же функцию, кандидаты на административные должности могут неограниченно вести прямые трансляции и отвечать на вопросы избирателей буквально в прямом эфире.

Одной из задач, которые ставят перед собой партии, является увеличение политической вовлеченности японцев, особенно молодого населения, в политическую жизнь страны. При помощи Интернета они надеются установить контакт с избирателем и наладить обратную связь через комментарии(Facebook, Twitter) или напрямую через сообщения(Line, Google+). В мае 2013 года на официальном блоге Line была размещена новость о том, что сразу 10 наиболее известных партий Японии завели официальные аккаунты. Теперь каждый добавивший себе в друзья аккаунт партии может получать прямую рассылку с последними новостями организации и быть в курсе последних событий. Летом 2016 года

незадолго до выборов в палату советников глава департамента по работе с Интернетом и медиа ЛДПЯ Хираи Такуя разработал «АбэПён»(AbePyon), в которой главным героем был действующий премьер-министр Японии Синдзо Абэ. Эта задумка тоже была направлена на привлечение внимания молодых японцев и отчасти оправдала себя, только из магазина приложений Google play игру скачали 50 000 раз[3].

Анализ данных, опубликованных на официальных сайтах и аккаунтах японских партий, позволил сделать выводы о направлениях и формах деятельности японских политиков в сети Интернет. С внесением поправок в закон о выборах активность политических деятелей в Интернете и особенно в социальных сетях Facebook, Line, Twitter и других возросла. Использование всех возможностей и разнообразия социальных сетей, мессенджеров и блогов привело к увеличению интереса японцев к политике и выборам. Можно говорить о том, что работа партий в Интернете повысила привлекательность и интерес молодых японцев к политической жизни страны, а значит действия политиков оправданы. Однако стоит отметить, что пока избиратели не выходят на обратную связь с кандидатами, к чему так стремятся партии.

### Источники и литература

- 1) Ōtani Kōta. Election Campaigns Finally Enter the Internet Age// Nippon.com (Электронный ресурс), 2013.
- 2) [www.jimin.jp](http://www.jimin.jp).
- 3) <https://play.google.com>
- 4) [www.jcp.or.jp](http://www.jcp.or.jp).
- 5) [www.komei.or.jp](http://www.komei.or.jp).
- 6) 6. [www.minshin.or.jp](http://www.minshin.or.jp).