

## **Узбекистан: предвыборная медиа-кампания без признаков борьбы**

**Author:** [IWPR Central Asia](#)

Поскольку все знают, кто победит на президентских выборах в стране, неудивительно, что предвыборная кампания в СМИ проходит без шума и интриг. , выходящая на государственном телевидении дважды в неделю на русском и узбекском языках, рассказывает зрителям о президентских выборах, которые пройдут в стране 23 декабря.

Однако, по мнению обозревателей, предвыборная гонка в Узбекистане зеркалом демократии не является. По их словам, для победы Ислама Каримова сделано все возможное, а его соперникам нужно преодолеть так много трудностей, что никто даже не пытается представить, что у других кандидатов равные шансы.

Предвыборная кампания в СМИ началась в Узбекистане 18 ноября, после официальной регистрации всех четырех кандидатов.

Кроме Каримова, это Аслиддин Рустамов - лидер Народно-демократической партии Узбекистана, Дилорам Ташмухаммедова - председатель партии «Адолат», и Акмаль Саидов - директор Национального института прав человека.

По официальным данным, медиа-кампания осуществляется по всем правилам. Центральная избирательная комиссия (ЦИК) регулярно публикует пресс-релизы о ходе предвыборной агитации, отмечая, что «избирательные участки в достаточной степени обеспечены предвыборной литературой, плакатами и брошюрами с биографиями и предвыборными программами всех кандидатов для наглядной агитации».

В пресс-релизе сообщается, что всю кампанию широко освещают около ста средств массовой информации республики.

Кандидатам от политических партий и инициативных групп для проведения агитации были выделены средства из государственного бюджета. По данным Центризбиркома, шесть миллионов долларов США было направлено на изготовление рекламных плакатов с автобиографиями и предвыборными программами для четырех кандидатов, видео- и радиороликов.

Каждому претенденту было выделено по 10 минут эфирного времени для индивидуальных выступлений на государственном телевидении и радио, а также выделено место в правительственных газетах «Народное слово» и «Правда Востока».

По словам обозревателей, в распределении эфирного времени есть равномерность, однако информация предоставляется так, чтобы у избирателей не осталось сомнений в том, за кого голосовать.

«Сюжеты видеоматериалов обо всех кандидатах абсолютно одинаковые, за исключением сюжетов о предвыборных турах Ислама Каримова, - рассказывает один из телезрителей в Ташкенте. - Они

начинаются с речи кандидата Каримова, часто прерываемой аплодисментами».

Другой телезритель жалуется на монотонность выступлений других кандидатов. «Я слушал выступления [кандидатов] по радио и телевидению. Никто из них не сказал, что хочет победить на выборах, или какие реформы он будет делать в случае, если победит», - сказал он.

«Все говорят о том, как мы хорошо живем в независимом Узбекистане, каких успехов добились за последние годы, то есть под властью Каримова. Все обещают, что дальше узбекский народ будет жить еще лучше, но не говорят, что при другом президенте», - добавляет он.

Обозреватели говорят, что такие программы, как «Зеркало демократии», не помогают им сделать выбор.

«Как можно из этих телепрограмм о выборах сделать вывод, за кого голосовать? - говорит избиратель из Бухары, города на западе страны. - Я хотел бы смотреть теледебаты, когда выступают сразу несколько кандидатов на пост президента. Так, по крайней мере, делают в других странах, например, в США, во Франции. Их интересно смотреть».

«А у нас кто против Каримова что-то скажет?» - восклицает он.

Большинство местных газет в Узбекистане предоставляют самый минимум информации о других кандидатах. «Когда пишут о встречах Ислама Каримова с избирателями в регионах, цитируют много его слов и выступления ораторов в его поддержку», - говорит Хамид, один из гражданских активистов.

По словам Хамида, «о встречах других кандидатов с избирателями просто сообщают, что они состоялись там-то и там-то. Альтернативной информации нет».

Информация для общественности в Узбекистане полностью находится в руках властей. В стране нет независимых СМИ, большая часть интернет-сайтов заблокирована, давление на интернет-пространство особенно усилилось в период избирательной кампании.

Обзор центра Ташкента на предмет наличия наглядной агитации показал, что и тут доминирует Каримов.

«В витринах некоторых крупных продовольственных магазинов развешаны плакаты, содержащие фотографии, биографии и основные пункты программ четырех кандидатов в президенты, - говорит собеседник IWPR. - Но предвыборные тезисы Ислама Каримова содержат приблизительно в два раза больше строк, чем тезисы остальных».

Других видов наружной предвыборной агитации - растяжек, баннеров, больших плакатов - не наблюдается, добавляет он. Обозреватели IWPR в других городах говорят о минимальном наличии уличной рекламы, рассказывающей о кандидатах в президенты и предстоящих выборах. В некоторых регионах Узбекистана появились плакаты с надписями «Молодое поколение, проголосуй за светлое будущее страны!» или «Выборы служат будущему страны».

Студентка одного из вузов на северо-востоке Узбекистана обнаружила предметы такой агитации в виде маленьких листовок, расклеенных на стенах внутри кафе.

«По-моему, тут их никто не читает, - говорит она. - Других плакатов про выборы нигде не видно, хотя в городе, как всегда, полно всякой рекламы и больших щитов с картинками о том, как хорошо живется народу в Узбекистане».

Многие местные жители считают медиа-агитацию бесполезной, поскольку на результаты выборов она никакого влияния не окажет, и исход голосования уже predetermined.

«Предвыборная кампания закончилась месяц назад, когда собирали подписи избирателей, необходимые для регистрации кандидатов на выборы, - рассказывает работница одного из промышленных предприятий Ташкента. - У нас на заводе всех заставили в обязательном порядке подписаться за Ислама Каримова. В день выборов, конечно, будут опять ходить по квартирам, заставляя прийти на избирательный участок, чтобы проголосовать за него».

(Имена опрошенных были опущены из соображений их безопасности.)

**Focus:** Central Asia

---

**Source URL:** <https://iwpr.net/ru/global-voices/uzbekistan-predvybornaya-media-kampaniya-bez>