

# Ukrajinské prezidentské volby

25.února 2010 Petr Sokol

V prvních týdnech tohoto roku proběhly na Ukrajině klíčové prezidentské volby. Toto volební klání se stalo další důležitou křižovatkou ve vývoji této vnitřně velmi rozdělené země.

Z hlediska volební reklamy je pro Ukrajinu typické už pojmenování obou hlavních politických táborů. Na jedné straně stojí „oranžoví“, kteří jsou orientováni na Evropu a Západ a k nimž patří dosavadní premiérka Julija Tymošenková nebo dosluhující prezident Juščenko. Oranžoví mají svou volební základnu na západní Ukrajině a v hlavním městě Kyjevě.

Protistranu v zápase o Ukrajinu tvoří tzv. modří. Ti mají své volební výsledky postavené zejména na voličích, kteří mají za svou mateřtinu ruštinu a žijí na východě země. Modrý politický tábor zastupoval v letošních prezidentských volbách Viktor Janukovyč – bývalý premiér, poražený tzv. oranžové revoluce a nyní lídr „modré“ Strany regionů.

Prezidentská kampaň byla, jak už to z charakteru voleb i ukrajinského stranického systému vyplývá. Už měsíce dopředu se očekávalo, že hlavními soupeři budou Julija Tymošenková za oranžové a Viktor Janukovyč za modré. Díky tomu ukrajinské ulice již v září loňského roku zaplavily billboardy, které neznalému nic neříkaly. Na některých se skvěl nápis „*Ona pracuje, ona je Ukrajina*“, na druhých nápisy typu „*On vyřeší nezaměstnanost*“. Tyto reklamní nosiče byly bez podobizny kandidáta i jména. Každému na Ukrajině ale bylo jasné, kdo je „Ona“ a kdo „On“.

Kampaň obou hlavních kandidátů se lišila v základním akcentu. Janukovyč s ústředním heslem „*Ukrajina pro lidi*“ sázel hlavně na sociální témata. Tymošenková se snažila představovat zejména jako úspěšná premiérka a ta, která může ochránit odkaz oranžové revoluce a Ukrajinu jako takovou.

Ostatní kandidáti zůstali v pozadí. Za zmínku stojí z reklamního hlediska snad jedině kampaň bývalého předsedy ukrajinského parlamentu Arsenije Jacenjuka. Ten se připojil k „bezejmenné“ fázi kampaně a i on před koncem roku oblepil ukrajinská města se sérií billboardů, na nichž nabízel „anonymně“ svůj program, a to hesly typu „*Nová industrializace*“ nebo „*Moderní armáda*“. Až později se tyto billboardy spojily s tváří kandidáta. Jacenjuk se stejně jako další kandidáti pokoušel vymezit proti dvojici „Ona“ a „On“ a například srovnával oba hlavní kandidáty z hlediska korupčnictví. K pojmenování obou soupeřů k tomuto účelu použil jejich podobná počáteční písmena v azbuce, „Ju – Ю“ jako Julija a „Ja – Я“ jako Janukovyč. Ani tento nápad ale ukrajinské voliče příliš neoslovil a volby zůstaly hlavně soubojem dvojice „Ona“ a „On“, přičemž nakonec, i když těsně, vyhrál „On“ – proruský Viktor Janukovyč.



Billboard Arsenije Jacenjuka, který byl považován za černého koně voleb, ale nakonec podlehl polarizaci mezi dvěma hlavními tábory.



Další billboard A. Jacenjuka, který srovnává Ju(liji) a Ja(nukovyče) v oblasti korupčnictví a aktuální skóre vidí jako 1:1.



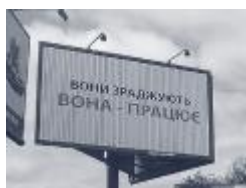
Pouliční reklama třetího kandidáta z prvního kola Serhyje Tihipka. Prezidentské volby využil jako předstupeň k založení nové politické strany.



Kampaň před druhým kolem. Tymošenkova apeluje „Braňme Ukrajinu“. Pozdější vítěz si vystačí sloganem „Za Janukoviče“.



„Mír Krymu, blahobyt obyvatelům Krymu“ – speciální heslo V. Janukoviče pro voliče v Autonomní republice Krym. Fungovalo. Janukovič tu hladce vyhrál.



„Ona pracuje“ – hlavní motiv kampaně premiérky Tymošenkové. Zde ve verzi „Oni zrazují, ona pracuje“.