

Vezměte, prosíme, na vědomí, že text článku odpovídá platné právní úpravě ke dni publikace.

Žádná ze stran v Olomouci nevede okázalou předvolební kampaň

Žádná z 12 stran a uskupení, které se ucházejí o hlasy voličů v krajském městě Olomouci, nevede okázalou kampaň. Ve městě se neobjevují předsedové stran, aby podpořili kandidáty, mítinky by se daly spočítat na prstech jedné ruky. Strany se samozřejmě snaží co nejvíce protlačit do novin a televizí pořádáním tiskových konferencí s občerstvením, politici chodí na besedy, oslovují lidi na ulicích a dávají jim propagační materiály. Zejména současní radní pak nevynechají jedinou příležitost být na každé akci, která přitahuje pozornost médií.

Žádná z 12 stran a uskupení, které se ucházejí o hlasy voličů v krajském městě Olomouci, nevede okázalou kampaň. Ve městě se neobjevují předsedové stran, aby podpořili kandidáty, mítinky by se daly spočítat na prstech jedné ruky. Strany se samozřejmě snaží co nejvíce protlačit do novin a televizí pořádáním tiskových konferencí s občerstvením, politici chodí na besedy, oslovují lidi na ulicích a dávají jim propagační materiály. Zejména současní radní pak nevynechají jedinou příležitost být na každé akci, která přitahuje pozornost médií. Proti předchozím volbám strany nehodlají při kampani rozhazovat a spíše se drží při zdi. "Máme na komunální volby 200.000. Něco dala centrální kancelář, něco sami kandidáti," řekl ČTK lídr lidovecké kandidátky Pavel Horák. Stejnou částku budou stát volby i ČSSD. ODS, jejíž zástupce mohou lidé nejčastěji na billboardech ve městě, dala půl miliónu. KSČM spojila senátní a komunální kampaň a na obě věnovala 200.000 korun. Z menších stran například Nezávislí hradí kampaň z kapes kandidátů a počítají s 80.000, sdružení Zelení a Šance utratí asi 60.000.

Pokud si olomoucký volič přečte volební programy kandidujících stran, ve všech bez rozdílu politické orientace najde podobná témata: Výstavba nových bytů, podpora okrajových částí, rozvoj podnikatelských aktivit, otevřenost radnice veřejnosti, vyřešení dopravy v centru města. Většina stran si také uvědomuje, že Česko se má brzy stát členem EU a chce dosáhnout přílivu dotací z Bruselu a zviditelnění Olomouce, města s památkou UNESCO, v Evropě.

Občas některé z volebních uskupení slibuje věci méně standardní: například ODS návrat extraligového hokeje do Olomouce, Nezávislí prodej městských akciových společností, US-DEU větší počet nočních tramvajových a autobusových linek a sdružení strany Naděje a Hnutí občanské sebeobranu výměnu lamp na centrálním náměstí.

Kampaň vedou strany celkem korektně. Pouze minulý týden se v

médiích objevila zpráva o tom, že jeden z lídrů ODS neplatí nájemné, za kterou podle kuloárních informací stojí Nezávislí, jejichž lídři po roztržce od občanských demokratů odešli. Politici si cestu k voličům hledají různě. Lídr unionistů Miroslav Pilát například rozdával dětem před mateřskou školou omalovánky, lidovci vsadili rovněž na nejmladší generaci a posílají Olomoučanům do schránek pexeso s krásami města i tvářemi lídrů. ODS zase pořádala každou tiskovou konferenci na jiném místě, aby udržela pozornost novinářů. Lidovecký radní Vladimír Procházka, který je ve svém volebním obvodu až druhý, se rozhodl upoutat pozornost médií i mimo stranickou kampaň a svým jménem posílá do novin zprávy a pozvánky na akce, kde figuruje. Většina stran pochopila, že nová doba přináší moderní technologie i do komunální politiky a svoje programy a kandidáty představuje na internetu. Například komunisté však raději zasílají lidem volební propagandu po poštách.