

Rudý Ken poražen / Volba starosty Londýna

21.července 2008 Marek Buchta

Funkce londýnského starosty kupodivu nemá dlouhou historii. Ano, v Londýně mají voleného starostu v této podobě teprve od roku 2000. Jeho pravomoci jsou relativně omezené, nicméně má na starosti území zvané „Greater London“ s více než sedmi miliony obyvatel.

Volební období je čtyřleté a obě dvě předchozí si pro sebe vyhradil jediný muž – Ken Livingstone. V roce 2000 vyhrál jako nezávislý (kandidovat jako nezávislý se rozhodl poté co nevyhrál labouristické primárky; ze strany byl kvůli tomu vyloučen) a v roce 2004 již opět jako stranický kandidát Labour (do které byl vzat zpět v lednu 2004). V roce 2008 se ale objevil a zvítězil nový muž – konzervativní kandidát Boris Johnson.

Kampaň Borise Johnsona

Ačkoli vzhled a jméno by mohly ukazovat jiným směrem, kořeny Borise Johnsona sahají do Turecka. Boris získal svoji nominaci v otevřených primárkách Konzervativní strany, při kterých se ke čtyřem vybraným stranickým kandidátům mohli vyjádřit všichni Londýňané. Boris získal 75 % hlasů.

Volby se v souladu s trendy poslední doby vyprofilovaly jako souboj osobností. A tou Boris Johnson nesporně je. V kampani proti známému, úspěšnému, ale nepopulárnímu současnému starostovi vykreslil Boris Johnson Londýn jako relativně nepříjemné místo pro život. Místo, kde je nutné urychleně začít s řadou změn.

Za kampaní nestojí nikdo jiný, než dobře známý Australan Lynton Crosby, poradce konzervativců v neúspěšné kampani v posledních celostátních volbách. Lynton do kampaně zakomponoval celou řadu prvků, které již známe právě z této kampaně. Ty se potom mísily s novou „modrozelenou“ image, kterou mezitím naordinoval nový leader konzervativců David Cameron. Pozitivní prvky a veselé barvy se tak smíchaly s negativní reklamou do zajímavé, i když poněkud divoké směsi.

Hlavním heslem bylo „*Back Boris – A change for the Better*“ (*Podpořte Borise – změnu k lepšímu*). V souladu s hlavními pravomocemi starosty Londýna se zaměřil především na témata dopravy a bezpečnosti, která doplnil o otázky finanční zodpovědnosti, životního prostředí, bydlení i podnikání.

Velmi výrazně je cítit vliv Crosbyho zejména v negativní části kampaně. Opět se objevují „vytržené“ citáty z tisku, které demonstrují skandály protikandidáta. Opakuje se i heslo „*Představte si čtyři další roky s ním*“. Řada materiálů byla tentokrát připravena ve stylu černobílých letáků, upozorňujících na „prohřešky“ Livingstona i labouristů. Johnson se nebál převzít i jeden ze základních prvků labouristických kampaní – tzv. „pledge cards“, tedy kartičky s konkrétními programovými sliby. Netřeba zdůrazňovat již samozřejmé využití dobrovolníků – do „Teamu Boris“ se zapojilo 11 100 lidí.



Základní vizuál kampaně Borise Johnsona. Veselé pastelové barvy jsou v souladu s novou „mladší“ image konzervativců.



„Enough Is Enough“. Osobní kampaň proti konkurenčnímu kandidátovi. Toto pojetí s útržky novinových titulků použili konzervativci již v roce 2005. Podklad je rudý.



Tiskový inzerát na téma bezpečnost. Inzerát využívá techniku „obraz v obraze“. Vnitřní obraz předstírá plakát, který hledá svědky vražd nezletilých. Realistické prvky jsou dotaženy do detailů (zmačkané přelepy páskou).



Ukázka jednoho z motivů v černobílém „plakátovém“ stylu. Představte si další čtyři roky s Kenem Livingstonem. Heslo je stejné jako v kampani konzervativců z roku 2005 – jen místo Livingstona byl tenkrát T. Blair.

