

Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost

IV. delovna skupina: Javni zagovor *Pobude za REKOM*

17. oktobra 2010

Zagreb, Hrvaška

Uvodničarji in moderatorji so bili Lazar Stojanović (Fond za humanitarno pravo, Beograd, Srbija), Dinko Gruhonjić (Neodvisno društvo novinarjev Vojvodine, Novi Sad, Srbija) in Gordan Bosanac (Center za mirovne študije, Zagreb, Hrvaška). V delovni skupini je bilo 40 udeležencev in dva opazovalca: Jonathan Sisson (Swisspeace, Švica) in Admir Duran (Impunity Watch, Srbija).

Pregled predlogov, priporočil in mnenj udeležencev:

Občane je treba seznaniti z idejami Pobude za REKOM.

*Gospod Lazar, v nekem trenutku ste dejali, da ni toliko **pomembno, da občani in občanke vedo**, da so pomembnejše konkretne ciljne skupine. Ne bi se strinjal s tem, ker bi se lahko zgodilo, da se ta naša zgodba uresniči, da se torej ustanovi komisija in izda sklepno poročilo, ki pa potem ne bi imelo učinka, kakršnega želimo doseči z vsem tem prizadevanjem.* (Milan Cakić, Odbor za civilne pobude, Niš, Srbija, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

*Mislim, da je **treba vnaprej dobro premisliti in obrazložiti, zakaj teh milijon podpisov**. Kaj je pomen tega, da bi vsak, ki bo zbiral podpise in ki bo na ulici izpostavljen različnim poniževanjem in marsikateremu demotivirajočemu momentu, v vsakem trenutku vedel ali vedela, zakaj to počne, kajti samo tako bo mogoče komunicirati z drugimi.* (Marina Škrabalo, Center za mirovne študije, Zagreb, Hrvaška, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

*Mislim, da moramo izkoristiti to kampanjo, pripraviti aktiviste, **da ne bi bil fokus samo na zagotavljanju simbolične podpore z milijonom podpisov, temveč da dobimo najmanj milijon pristašev**, ki bodo drugim prenašali ideje, ki jih zagovarjamo.* (Zlatko Vujović, CEMI, Podgorica, Črna gora, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

Razlikovati je treba kampanjo za javnost od kampanje za tiste, ki odločajo. Kampanja mora biti agresivnejša. V kampanji je treba posvetiti pozornost strateškemu planiranju, ker se bo izvajala v sedmih državah.

*V javnem zagovoru se obračamo na tiste, ki odločajo oziroma na politike in ko govorimo tudi o teh sporočilih, so ta spet **drugače formulirana, kadar so namenjena politiki, drugače pa, kadar so namenjena javnosti**.* (Marko Veličković, Center za razvoj civilnih resursov, Niš, Srbija, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

*Kar se tiče **kampanje (...)** Morala bi biti agresivnejša, to zdaj sugeriram. Veliko agresivnejša, in sicer ne v tem smislu, da bi šli s puškami po cesti in silili ljudi, da*

*podpišejo, temveč nasprotno – agresivnejša v pristopu do javnih servisov in po vsebini, s tem da ne bo nikakršnih žalitev čustev žrtev, družin žrtev in vseh drugih občanov in občank. In drugo, ko sem čakal, da pridem na vrsto, da dobim besedo, so kolegi veliko omenjali mlade. **Mislim, da so v sami pobudi mladi, zlasti srednješolci, preveč izpuščeni iz vidnega polja.** (Tomislav Dujmović, Center za mirovne študije, Zagreb, Hrvaška, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)*

*Ko sem premišljal o vseh teh predlogih, kaj bi bilo treba storiti, mi je padlo na pamet, da bi glede na moje osebno stališče, da so medetnični odnosi zelo problematični, celo šokantni, tudi **kampanja REKOM morala biti šokantna.** Morda tako, kot je bila na Hrvaškem, ne vem kako je bilo drugod, izpeljana promocija prometne varnosti, ko smo povsod prikazovali šokantne slike, šokantne posledice, kaj se lahko pripeti ljudem, če ne spoštujejo prometnih predpisov (...) Potem mi je padlo na pamet, da bi v spotu za promocijo REKOM mogoče kakšen četnik pozival Hrvate, naj se soočijo s preteklostjo in da nam potem na Hrvaškem reagira celotna javnost, da se oglasijo združenja in potem mi pojasnujemo, kaj je REKOM. (Srđan Antić, Nansen Dialog center, Osijek, Hrvaška, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)*

***Naša organizacija je 30. avgusta, na Mednarodni dan pogrešanih, organizirala simbolično akcijo, postavili smo 400 parov čevljev na glavnem trgu v Prishtini/Prishtinë in ustavilo se je veliko ljudi, ki so hoteli podpisati peticijo zaradi znaka, ki so ga videli.** To je bilo tako občutljivo, čustveno, da nismo morali zahtevati od teh ljudi, da se ustavijo in pogovarjajo z nami, sami so to storili. (...) To je en način, ki bi ga bilo treba upoštevati, ko gre za kampanjo zbiranja podpisov, nekaj, kar bi se morda lahko vključilo v medijsko kampanjo, ki jo bomo izpeljali. (Raba Gjoshi, Pobuda mladih za človekove pravice na Kosovu, Priština/Prishtinë, Kosovo, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)*

*Pozabljamo, da **imamo tukaj sedem različnih trgov.** Sedem različnih trgov, ki jih potem lahko segmentiramo, kot pravijo tisti v komerciali, na x y ciljnih skupin. Temu se ne posveča pozornost, vendar izhaja to iz vseh današnjih govorov. Tisti iz Osijeka bo rekel eno, Slovenija drugo, Kosovo tretje in na to je treba biti pozoren. Zato mislim, da bi v naslednjih korakih **morali posvetiti pozornost strateškemu planiranju te kampanje.** (Tin Nuić, Risol Media, Zagreb, Hrvaška, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)*

Pomembna ciljna skupina so mladi.

***Na fakultete se pride veliko enostavneje, zato predlagam fakultete, strinjam pa se tudi, da bi bila lahko kampanja, ne bi rekla agresivnejša, temveč provokativnejša. Da izzove reakcije.** (Mladena Tadej, Documenta, Zagreb, Hrvaška, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)*

Zdi se mi, da bi bilo morda v prvi fazi lobiranja konkretno veliko koristneje, če bi se obrnili na politike mlajše generacije, ki mogoče še vedno nimajo določenega vpliva v javnosti, so pa vplivni in imajo določen ugled v svojih strankah in lahko z glavnimi nosilci politične moči vzpostavijo stik na način, kot mi to morda ne bi mogli.

(Mladena Tadej, Documenta, Zagreb, Hrvaška, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

(...) Mislim, da je treba vso stvar **o vojnih zločinih pripraviti, predstaviti mladim ljudem s pomočjo elementov popularne kulture**. (Danilo Marunović, režiser, Podgorica, Črna gora, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

Narediti dva spota. En spot naj bo za mlade. Mladi danes ne želijo poslušati o zločinih. Vojna se je končala pred 15 leti in ne morete jih prisiliti, da to gledajo. Mladi imajo drugačna stališča in drugačne poglede, hkrati pa so največja in najpomembnejša ciljna populacija, na katero se obrača REKOM (...) Predlagal bi še nekaj, kar je poceni in kar lahko naredimo, **festival kratkega filma, ki bo pokrival REKOM**. To REKOM ne bo veliko stalo. Ljudje bodo sami to naredili. Dajte jim pogoje, dajte jim cilj in to bodo naredili. Pa še **razstava slik** umetnikov, ki bi obiskala celotno področje. (Radomir Jagodić, NVO Izbjeglica [Begunec], Rudo, BiH, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

(...) **upoštevati moramo, da se pred nami kot prioriteta naloga pojavlja mlado, popolnoma izgubljeno, neizobraženo, nemotivirano občinstvo**. To je večina. Večina so mladi, ki nič ne vedo, ki nečitajo časopisov, ki nimajo nikakršne vizije, ki so pozabili, kaj se je zgodilo v Vukovarju. (Drago Pilsel, svobodni novinar, Zagreb, Hrvaška, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

Potrebno je raziskovanje javnega mnenja o REKOM.

(...) **raziskovanje javnega mnenja utegne biti zelo pomembno. Lahko je močan mehanizem pritiska**, kajti pri takem raziskovanju lahko zahtevate odgovor na tisto vprašanje, ki lahko generira rezultat, ki je za vas zelo ugoden in da to prikazete kot novico, ki je lahko pomembnejša kot pa milijon zbranih podpisov. Če torej v vsaki izmed držav nekdanje Jugoslavije dobite 40% ljudi, ki rečejo, da je potrebno, da se imenuje vsaka žrtev, vsak zločin, pri čemer ni pomembno, ali je to komisija, boste ustvarili vzdušje, ki ga bodo politiki spoznali kot pritisk javnosti. (Marko Veličković, Center za razvoj civilnih resursov, Niš, Srbija, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

Močno bi podprla idejo o raziskovanju [javnega mnenja], mislim, da je to zelo pomembno. Prvič, s stališča, da vidimo, kako Koalicijo za REKOM sprejemajo v celotni regiji. Mislim, da to niso tako draga raziskovanja in da se lahko najde družbeno odgovorna raziskovalna hiša, ki bi to naredila za manjšo vsoto denarja. Drugič pa, da izkoristimo te podatke, kot jih je dalo raziskovanje na Hrvaškem o potrebi po soočanju s preteklostjo, in zelo dobro bi bilo, če bi to storili tudi v drugih državah, ker se lahko ta podatek uporabi kot argument pri pogajanju s tistimi, ki odločajo. Kajti če rečete, da se 70% prebivalstva na Hrvaškem želi soočiti s preteklostjo in če dobimo take podatke v drugih državah v regiji, bomo res razpolagali s trdnim argumentom pri pogajanju s tistimi, ki odločajo. (Borka Rudić, BH Novinarji, Sarajevo, BiH, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

V prihodnjem obdobju **načrtujemo [Komisija OVSE v Srbiji] tako raziskovanje [javnega mnenja o vprašanjih tranzicijske pravičnosti]. Nekaj nevladnih organizacij**, katerih predstavniki so prav tako tukaj na forumu, **načrtuje v doglednem času podobno raziskovanje**. Torej, tisto, kar bi bilo treba storiti, in to je moj predlog, je **povezati te stvari**. (Jelena Stevančević, Misija OVSE v Srbiji, Beograd, Srbija, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

Kampanjo za REKOM je treba predstaviti predvsem po televiziji.

(...) bojim se, da se internet še vedno ne uporablja tako na široko. Če torej izzamemo glavna mesta in določeno starost, je to še vedno precej tenko in neodmevno, tako da bi bilo vsekakor dobro, če bi bila televizija še nadalje eden izmed pomembnih načinov predstavljanja. (Nataša Govedarica, Heartefact Fund, Beograd, Srbija, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

Če hočemo kampanjo, ki bo odmevna, moramo narediti boljši spot, kakovostnejši spot, jasnejši spot in moramo iti na javne televizije (...) z občani moramo delati, zato potrebujemo milijon podpisov. Globoko sem prepričana, da nikakršna televizijska kampanja in bilbordi, niti internet, facebook, twitter in vsi medijski prostori, s katerimi razpolagamo v strogem PR-ovskem smislu (...) nimajo nikakršnega pomena v tej kampanji brez občanov in brez tega, da jih pridobimo na svojo stran. (Suzana Kunac, B.a.B.e, Zagreb, Hrvaška, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

(...) močno podpiram to idejo glede javnih servisov, kajti naša raziskovanja v Bosni in Hercegovini so pokazala, da je za večino ljudi, v nekaterih okoljih celo za 90% ljudi, javna televizija edini vir informacij (...) In zakaj so še pomembne javne televizije? Zato, ker so naši politiki žal močno vezani nanje. Uredniki imajo radi naše politike in obratno, tako da lahko tudi to simbiozo izkoristimo za močnejši vpliv na javnost. (Borka Rudić, BH Novinarji, Sarajevo, BiH, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)

(...) nekaj, kar bi bilo zelo pomembno in kar bi spodbudilo razpravo pri prebivalstvu, bi bil dokumentarec, ki bi dal več informacij o kampanji, več podatkov o tem, in tak dokumentarec bi lahko ljudem, ki niso bili vključeni v posvete, pojasnil, kaj pravzaprav počne pobuda in kaj želi doseči. Upoštevati je treba, da so bili spoti po televiziji in raznih medijih v bistvu zelo kratka sporočila, niti ne najbolj jasna, in jih javnost ni dobro razumela, zato mislim, da bi bilo treba narediti dokumentarec in mu dati dovolj prostora ter ga večkrat predvajati na lokalnih in nacionalnih televizijah. (Raba Gjoshi, Pobuda mladih za človekove pravice na Kosovu, Priština/Prishtinë, Kosovo, Sedmi regionalni forum za tranzicijsko pravičnost, Zagreb, Hrvaška, 17. oktobra 2010)