

# Antiratna kampanja

Opet postajemo potro{ni materijal u sukobu interesa nacionalnih „elita“. Vo-de}e svetske sile tra`e najbolje na-ine da ostvare svoje interese a kada njihova vol-ja bude sprovedena mo`emo o-ekivati tzv. stabilizaciju u regionu i po-etak mi-rovnih pregovora. Kada krvavi sukob bu-de okon-an i najzad bude potpisan mi-rovni sporazum u nekom od dejtona, slobodno mo`emo da o-ekujemo i sve-ano otvaranje Mc Donald's restorana u centru De-ana. Tako }e naravno da se poka`e da je, eto, i ova balkanska vrlet postala deo civilizovanog sveta.

A {ta }e biti sa obi-nim ljudima, tzv. smrtnicima? U najboljem slu-aju, ako ne budemo ubijeni, silovani, izmasakrirani, iz dana u dan }emo se boriti za голу egzistenciju. Mo`da }emo zavr{iti u lu|a-kim ko{uljama, odsutnog pogleda, ponavalja-ju}i: ne}u rat, ne}u rat.

Ovo poslednje nam se ipak -inilo -asnijim od prostog mirenja sa sudbinom i poslu{nosti prema savetima tipa „gledaj svoja posla“. Pasivnost javnosti prema perspektivi globalnog krvoproli}a u ve} previ{e napa}enoj zemlji definitivno nije bila i na{ izbor. Stoga je jedne aprilske ve-eri, u kafanskoj idili beogradske „Ra-

dionice za popravku grada“, grupa mladih ljudi zapo~ela da diskutuje o tome {ta bi se moglo u~initi povodom najnovije eskalacije nasilja na Kosovu, {ta da se radi u trenutku kada zapo~inje novi rat.

Grupa se brzo pove}avala, po-eli su da je ~ine i ljudi koji do tada nisu poznavali jedni druge, razli-iti pristupi problemu ulazili su u me|usobni dijalog, i tako je nastala Antiratna kampanja.

Iz prethodnih iskustava sa hermeti-nim socioterapijskim grupacijama iz kruga dvojke u Beogradu uspele su da se izvuku pouke, te je akcenat od starta postavljen na stanovni{tvo uskra}eno za 'blagodeti metropole'. Upotrebljene su tako |e, neke od jednostavnih teza savremene teorije, primerice ta da se poredak ne ugro`ava ve} ~ini perfidnijim denunciranjem njegove slepe mrlje iliti mesta zla – u konkretnom slu-aju radi se o duboko ukorenjenom agresivnom nacionalizmu i rasisti-kom odnosu prema Albancima; te da se utoliko moraju primeniti druge strategije koje }e promovisati alternativna re{enja a spakovana u razumljiv i po`eljan 'patriotski' diskurs, ali ovaj put ne ta-natofilan. Kako ne bismo do{li u situaciju da uspostavljanjem unutra{nje hijerarhije

ponovimo svu autoritarnost, gramzivost, manipulacije i ostala sranja karakteristi~na za organizacije (~itaj re`im, ali i mnogi drugi koji mu se navodno suprotstavljaju). Antiratna kampanja od po~etka bazira na autonomnim inicijativama iz baze, nomadskom duhu i rizomskim vezama unutar mre`e, dok je mesto vo|e principijelno prazno.

Nakon razmatranja mogu}nosti plasiranja u narod poruke koja bi upozoravala na opasnost od novog rata i afirmisala kulturu mira, tolerancije i solidarnosti, i bila nacionalno i etni~ki potpuno neutralna i nedvosmislena (pri ~emu su kao nose}i odba~eni mediji, budu}i da im je domen u pravilu obrnuto srazmeran po-

dno{ljivosti ure|iva~ke politike), na na{im se iscrpljuju}im sastancima, a uz stalni izazov kafanskih bahanalija, iskristalisao modalitet deljenja letaka (sa obaveznim komuniciranjem s ljudima, naro~ito na pijacama i ostalim mestima narodnog stvarala{tva) a uz plakatno~nalepni~ku podr{ku. Zubi su nadalje tjednima tupljeni na onome {to bi mogla da bude sadr`ina tih letaka i plakata, a uz to su se glave lupale i oko toga kako smo}i snage, ljudstva i para da se sa letaka oko milion pokrrije ~itava otad`bina/Vaterland.

Pritisnuti stalno pristi`u}im vestima o pogibijama na Kosovu, morali smo da po`urimo sa planiranjem realizacije ove akcije.





