

ZAUPANJE JAVNOSTI V SLOVENSKO VOJSKO

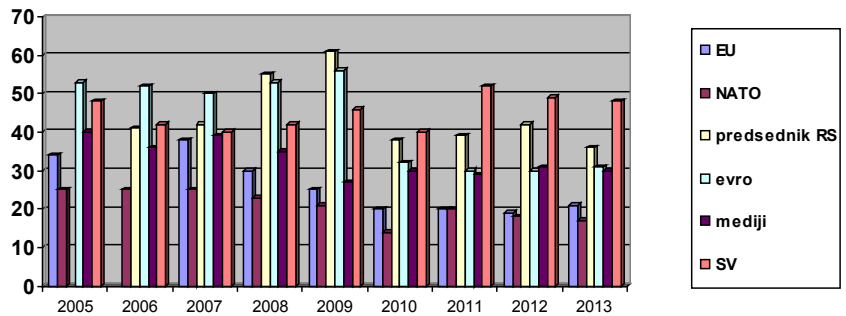
Slovenska javnost zaupa Slovenski vojski. Politbarometer, raziskava, ki jo redno izvaja Center za raziskovanje javnega mnenja pod vodstvom dr. Nika Toša na Fakulteti za družbene vede, je metodološko orodje, ki meri javno mnenje.

Slovenska vojska se po zaupanju javnosti uvršča v sam vrh institucij v državi.

Zakaj je temu tako in kaj vpliva na zaupanje javnosti? Je zaupanje v Slovensko vojsko konstantno ali je morda visoko uvrščena zaradi zmanjšane zaupanja v druge institucije?

Z namenom, da bi izvedeli več, smo k sodelovanju povabili različne strokovnjake. V nadaljevanju so njihova mnenja in pogledi.

Liliana Brožič



Graf 1: Zaupanje v slovenske institucije po raziskavah Politbarometra v obdobju od 2005 do 2013. Vir: <http://www.cjm.si/node>, 20. 6. 2013.

ANDREJ KRAJNER

TIŠTI, KI SMO ZAPOSLENI V GOSPODARSTVU, SE LAHKO UČIMO OD KOMUNICIRANJA SLOVENSKE VOJSKE

Grajenje ugleda in zaupanja v organizacijo oziroma v njene blagovne znamke mora biti del skrbne, strateško načrtovane in premišljene korporativne komunikacije. Zaupanje prav vseh deležnikov v organizacijo je najbolj ključnega pomena za njen dolgoročni ugled in s tem tudi za uspešnost. Slovenska vojska izstopa v slovenskem prostoru s svojo jasno usmerjeno, odprto in transparentno komunikacijo. Zato je že vrsto let najvišje na lestvici zaupanja med vsemi organizacijami v Sloveniji.

Pohvalno je dejstvo, da skozi konsistentno komunikacijo z zaposlenimi in zunanjimi javnostmi Slovenska vojska udeležanja vrednote, ki jih živi – najprej pri zaposlenih, ki potem kot ambasadorji vrednote in vizijo Slovenske vojske srčno udeležajo, in navzven, do vseh nas, zunanjih opazovalcev.

Ne sledi komunikacijskim trendom, temveč jih oblikuje. Zato se lahko tudi tisti, ki smo zaposleni v gospodarstvu, učimo od komuniciranja Slovenske vojske. Pozna spremembe, ki se dogajajo danes ob svetovni komunikacijskih aktivnosti na splet,

še posebej na družbena omrežja. Zaveda se tudi pomena vlaganja v interno komunikacijo, saj se s tem dviguje zavzetost in motiviranost zaposlenih. Razume, da so zaposleni ključna javnost in da se komunikacija začne in konča ravno pri njih.

V nekaj letih, ko sem imel – ob enem najuspešnejših in največkrat nagrajenih komunikacijskih projektov v Sloveniji »Ponosni nase« – tudi sam priložnost in čast sodelovati z načelnikom Sektorja za odnose z javnostmi in njegovo ekipo, sem s takratno ekipo sodelavcev dobro spoznal strateško vlaganje v znanje in razvoj praktikov korporativnega komuniciranja. Če bi lahko izbral izkušnjo, ki mi v današnjih poslovnih izzivih najbolj koristi, in jo strnil v en stavek, bi se ta glasil: Vodilo komunikatorjev mora biti integriteta, vrednota pa odgovornost. Najbolj štejejo inovativne ideje ter pošten in odkrit odnos do zaposlenih in zunanjih javnosti.

Andrej Krajner



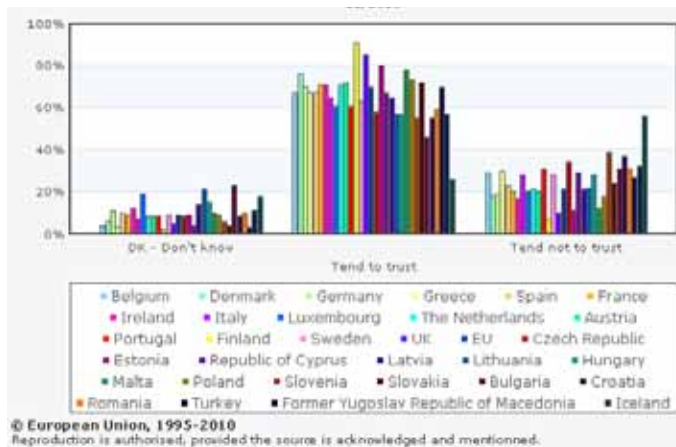
Andrej Krajner je vodja korporativnega komuniciranja v družbi Si.mobil. Pred tem je bil svetovalec na področju korporativnega komuniciranja v agenciji Pristop, kjer je vodil multidisciplinarnne komunikacijske projekte. V letih 2008–2010 je vodil projekt komunikacijske kampanje za Slovensko vojsko s sloganom »Ponosni nase«. Po izobrazbi je diplomirani politolog in magister znanosti.

MAJA GARB

JAVNO MNENJE O SLOVENSKI VOJSKI DOBRO, A V MEDNARODNOPRIMERJALNI LUČI SLABŠE

Javno mnenje o Slovenski vojski je dobro. Takšen stavek pogosto slišimo na družboslovnih seminarjih in konferencah, glede na rezultate javnomnenjskih raziskav pa ga v zadnjem času izrekajo tudi visoki poveljniki Slovenske vojske in uslužbenci Ministrstva za obrambo (npr. intervjuja z načelnikoma Generalštaba Slovenske vojske v reviji Slovenska vojska Alojzom Šteinerjem – št. 7/2011 – in Dobranom Božičem – št. 7/2012). Sicer se zavedajo, da se je treba za dober ugled v javnosti vedno truditi oziroma da Slovenska vojska ne sme zaspiti na lovorikah. To je pravzaprav zelo dobro načelo, kajti mednarodne primerjave zaupanja javnosti oziroma državljanov v lastne vojske zaupanje slovenske javnosti v Slovensko vojsko pokaže v nekoliko drugačni luči. Najprej moramo sicer povedati, da je zaupanje v nacionalno vojsko skoraj po vsem svetu na vrhu seznama zaupanja v institucije. Tako ugotavljajo raziskave ameriškega barometra, po katerih je na ameriški celini najvišje zaupanje v vojsko v Kanadi, ZDA in Mehiki (raziskava iz leta 2008, raziskava iz leta 2012 pa pokaže v povprečju še višje zaupanje). Zaupanje evropske javnosti do nacionalnih vojsk je prav tako visoko. V Evropi je najvišje zaupanje v vojsko na Finskem. Še pred nekaj leti je beležila zelo visoko zaupanje turška vojska, vendar je sodni proces proti številnim častnikom z obtožbo poskusa državnega udara (t. i. primer Ergenekon) ta visok ugled zlasti po letu 2007 precej zmanjšal. Afriške in azijske države so s projektom raziskav javnega mnenja manj

Graf: Zaupanje v vojsko v evropskih državah (tend to trust = zaupam, tend not to trust = ne zaupam, DK = ne vem)



pokrite. V tistih državah, kjer pa se meri zaupanje v vojsko, pa je zaupanje v nacionalne vojske visoko, v primerjavi z drugimi državnimi institucijami uživa vojska med državljani najvišji ugled. V Afriki je zaupanje v vojsko najvišje v Bocvani (raziskava iz leta 2012), v Aziji pa v Indiji (leta 2003) oziroma v Bruneju (leta 2004) oziroma v Singapurju (leta 2006), presenetljivo pa se je po letu 2004 povišalo tudi zaupanje v vojsko na Japonskem. Ampak, kot že rečeno, podatki pokrivajo samo nekaj držav, tako da natančne slike o zaupanju v nacionalne vojske v Afriki in Aziji nimamo.

Javnomnenjske raziskave Evropske komisije (Eurobarometer) se od leta 2004 izvajajo tudi v Sloveniji. Če v teh raziskavah pogledamo odgovore anketirancev po različnih državah na vprašanje o zaupanju v vojsko, potem ugotovimo, da je Slovenija skoraj na dnu lestvice držav. Podatki iz leta 2010 (zadnji dostopni) sicer kažejo pozitivno zaupanje v vojsko v Sloveniji (55 %), vendar pa sta na lestvici 31 držav za Slovenijo z manjšim ugledom svoje vojske med državljani le še Bolgarija (46-% zaupanje) in Islandija (26-% zaupanje), ki pa redne vojske sploh nima (graf). Slovenske raziskave javnega mnenja v zadnjih desetih letih postavljajo glede na zaupanje Slovensko vojsko pod ali včasih celo na sam vrh lestvice družbenih institucij, dejanski delež zaupanja v Slovensko vojsko pa se v teh zadnjih letih ni pretirano spreminjal in je približno 50-odstoten (raziskave Slovensko javno mnenje – SJM). Na petstopenjski lestvici ima zaupanje v Slovensko vojsko srednjo oceno približno 3,5 (raziskave Politbarometer). Pokaže se

torej, da so podatki različnih raziskav meritev med seboj primerljivi in jim gre zato ne nazadnje tudi zaupati. Zato je kar malce presenetljivo, morda celo neprijetno ugotoviti, da v evropskem ali celo svetovnem merilu zaupanje



Maja Garb je doktorica znanosti s področja obramboslovja. Dodiplomski in podiplomski študij je opravila na Fakulteti za družbene vede Univerze v Ljubljani, kjer je tudi zaposlena. Ukvarja se s proučevanjem vojaške organizacije, civilno-vojaških odnosov, mirovnih operacij in sodobnih konfliktov.

državljanov naši vojski ni posebej visoko. Prva misel, ko iščemo razloge za takšen rezultat, je, da so morda naši državljani nasploh manj zaupljivi do različnih institucij. Toda rezultati Eurobarometra pokažejo, da se v Sloveniji v nekatere institucije vendarle izraža nadpovprečno ali vsaj povprečno zaupanje (npr. zaupanje Evropski uniji, radiu). Izrazito nizko zaupanje v primerjavi z drugimi evropskimi državami pa se v Sloveniji izkazuje političnim institucijam. V tej ugotovitvi je morda tudi del odgovora na primerjalno ugotovljeno nizko zaupanje vojski. Ne nazadnje so pretekli zdrsi zaupanja vojski v Sloveniji (po letu 1991, posebej še leta 1995, pa v letih 2001–2003) precej povezani s slovensko obrambnovarnostno politiko, prav tako verjetno tudi povišanje zaupanja po letu 2003, ko se je Slovenija odločila za aktivnejše delovanje v mednarodnem varnostnem prostoru. Vsekakor bi bilo smiselno nadaljnje raziskovanje problematike zaupanja slovenske javnosti v Slovensko vojsko usmeriti na proučevanje dejavnikov zaupanja oziroma nezaupanja.

Maja Garb

JANJA VUGA

SPREJEMLJIVOST MEDNARODNIH OPERACIJ IN MISIJ — DOKLER NE POSTANE »VROČE«

Slovenija sodeluje na različnih mednarodnih operacijah in misijah (MOM) že od leta 1997 in do današnjega dne še nismo bili soočeni s smrtnimi žrtvami, kot posledico opravljanja nalog ali napada, med pripadniki Slovenske vojske (SV), policije, civilnimi funkcionalnimi strokovnjaki, niti drugimi akterji. Razlogov za to je verjetno več: nesodelovanje v bojnih operacijah na varnostno najbolj tveganih območjih, dobra izurjenost na MOM napotenih kadrov in ne nazadnje tudi kanček sreče.

Podobno kot večina zahodnih družb tudi slovenska javnost izraža vedno intenzivnejše nasprotovanje sodelovanju RS na MOM (48 % v letu 2012), posebej na oddaljenih območjih (cca 10-% podpora MOM izven območja Balkana) in ob visoki percepciji tveganja (51 % meni, da so naloge na MOM preveč nevarne). Kljub temu da kar 93 % javnosti meni, da je glavna naloga SV pomoč v primeru naravnih, tehnoloških in drugih nesreč in 84 % javnosti meni, da je njena glavna naloga obramba domovine pred zunanjim napadalcem, pa je delovanje SV izven državnih meja še vedno legitimno, saj tovrstne naloge kot pomembne za SV identificira 59 % javnosti. Ob tem je treba poudariti, da je javnost zadovoljna (52 %) z delovanjem SV in ji izkazuje visoko stopnjo zaupanja (52 %) (v nasprotju z npr. državnim zborom (9 %) ali vlado (15 %)).

Kot kaže, prihaja do paradoksalne situacije, ko javnost umika podporo delovanju Slovenije kot celote z različnimi akterji na MOM (42-% podpora), medtem ko še vedno podpira delovanje SV (59-% podpora) v tujini. Značilnost slovenskega javnega mnenja je tudi izjemno nizka stopnja tolerance do morebitnih smrtnih žrtev na MOM. Kako bi morala ukrepati slovenska politika v primeru smrtnih žrtev med pripadniki SV, sprašujemo javnost že od leta 2005 in zahteva po takojšnjem umiku je konstantno visoka (70 %). Analiza slovenskega javnega mnenja (SJM) je pokazala nekatere razloge za tako odločno stališče slovenske javnosti. Zgolj za primerjavo naj omenim, da je v Združenih državah Amerike zagovornikov umika v primeru smrtnih žrtev le 20 odstotkov, kar ponazarja ogromen razkorak med obema družbama. Analiza podatkov SJM je razkrila, da slovensko nasprotovanje

tveganju lahko pripišemo vsaj trem dejavnikom. Prvi dejavnik je *kultura izogibanja negotovim situacijam*, ki se kaže v naklonjenosti humanitarnim in manj tveganim operacijam ter operacijam, kjer se orožje uporabi le za samoobrambo. Pri tem kar 51 odstotkov javnosti meni, da so MOM preveč nevarne za pripadnike/ce SV, medtem ko jih 70 odstotkov zagovarja takojšen umik v primeru smrtnih žrtev. Drugi dejavnik je *zgodovinsko-politični*, pri čemer se skozi celotno zgodovino samostojne Slovenije periodično pojavlja t. i. mirovni sindrom (kot je idejo o demilitarizaciji ob osamosvajanju poimenoval prof. dr. Malešič). Zgolj 20 odstotkov Slovencev/k bi se v primeru oborožene agresije na Slovenijo borilo z orožjem, medtem ko bi se ostali borili kako drugače (38 %) ali se sploh ne bi (26 %), kar statistično vpliva tudi na zahtevo po umiku iz MOM v primeru smrtnih žrtev. Tretji dejavnik pa je *socio-demografski*, ki je sestavljen iz percepcije dejavnikov ogrožanja v slovenski družbi in demografskih značilnosti populacije. Podatki kažejo, da javnost kot največjo grožnjo, merjeno na štiristopenjski lestvici (1 je najnižja in 4 najvišja vrednost), dojema ekonomsko (povprečna vrednost (M) = 3,59) in okoljsko (M = 3,07) tveganje, medtem ko so vojaške grožnje (M = 1,62) na zadnjem mestu. Nadalje analiza pokaže, da nasprotovanje tveganju raste s starostjo, pri čemer so največji nasprotniki tveganja starejši od 60 let in ženske. Ob tem pa naj izpostavim močno konvergenco med spoloma v stališču do umika v primeru smrtnih žrtev pri zadnjem merjenju leta 2012. Če je še leta 2009 statistično značilno več žensk zagovarjalo umik v primeru smrtnih žrtev, so se leta 2012 moški in ženske poenotili v svoji zahtevi po umiku.

Ugotavljam, da slovenska družba živi v t. i. *varnostnem mehurčku*, kar pomeni, da javnost ne sprejema dobro argumentov, ki govorijo v korist sodelovanju RS pri zagotavljanju mednarodnega miru in varnosti, niti ne meni, da tovrstno sodelovanje pozitivno vpliva na zniževanje stopnje ogroženosti RS. Nadalje sta kot glavni vir tveganja identificirana brezposelnost in revščina, javnost nasprotuje uporabi orožja, podpira sodelovanje v humanitarnih tipih MOM in predvsem izkazuje zelo nizko stopnjo tole-



Janja Vuga je doktorica znanosti s področja obramboslovja in znanstvena sodelavka na Obramboslovnem raziskovalnem centru. Preučuje delovanje pripadnikov/ic Slovenske vojske in civilnih funkcionalnih strokovnjakov na mednarodnih operacijah in misijah, vlogo spola in usklajevanje dela in družine v vojaški organizaciji. Spremlja tudi odnos slovenske javnosti do varnostnih vprašanj, pri čemer je njen fokus odnos javnosti do mednarodnih operacij in misij.

rance do tveganja izgube življenja na MOM. Glede na izkazano podporo določenim tipom MOM, vrednote slovenske družbe in relativno stabilno podporo delovanju SV na MOM, morebiti javnost ne bi zahtevala takojšnjega umika, in sodelovanje na MOM ne bi izgubilo legitimnosti v slovenski javnosti, le v primeru, če bi prišlo do žrtev pri opravljanju humanitarnih nalog. V kakršni koli drugi situaciji bi argumenti politične elite morali biti zelo prepričljivi, da bi uspeli prepričati slovensko javnost v nujnost nadaljnjega sodelovanja na MOM.

Janja Vuga

Opomba: Znanstveni članek z naslovom *Safety bubble versus risk awareness: casualty aversion among the Slovenian public*, v katerem so podrobneje predstavljeni dejavniki in rezultati analize, je objavljen v reviji *Armed Forces & Society* (Prvič objavljen na spletu 7. marca. DOI: [10.1177/0095327X12465814](https://doi.org/10.1177/0095327X12465814)).

JURE BRANKOVIČ

SMO DANES RES ZASLUŽILI 1,08 MILIJONA?*

Ko je mladi nabornik iz nekdanj bratske republike stopil na dan JLA v osnovnošolski razred, seveda ni mogel vedeti, da bo slaba tri desetletja kasneje postal izhodišče razmišljanj o tem, kaj pomenijo odnosi z javnostmi za Slovensko vojsko. Čeprav ga je v razredu Osnovne šole Nove Fužine razumela le dobra polovica učencev, je ostal to moj prvi stik s tedaj našo vojsko. Ki se je nadaljeval z letalskimi mitingi, s predstavitvami opreme in spominki vojaškega odpada.

Ne želim biti nostalgičen. Ugotavljam le, da je vojska, od katere smo v Sloveniji zadnjih 22 let tako načrtno želeli biti drugačni, uporabljala orodja za komuniciranje z javnostmi (ali plačniki, če želite), ki jih danes obrambni sistem ponovno išče, odkriva in se o njih morda iz zavezništva podučuje.

Osebnih izkušnje kažejo, da je Slovenska vojska med javnimi institucijami zagotovo ena boljših v komuniciranju z novinarji. Pojasnila so večinoma hitra, učinkovita in zadostna ter predvsem presegajo klasične »nemogoče« birokratske izgovore drugih državnih organov. Morda tudi to rešuje njeno visoko javnomnenjsko podporo kljub grdim okoliščinam, ki se lepijo nanjo (predvsem potratni in prvič sodno dokazano koruptivni vojaški nakupi, politične obveščevalne afere, pomisleki javnosti glede udeležbe Slovenije v operacijah v Afganistanu). Opazno je, da je sicer šele nedavno in predvsem nekaj let prepozno stopila v korak tudi z uporabo družbenih omrežij (Twitter in Facebook), kjer pa sicer kaže, da izvajalci še niso povsem doumeli razlike med oglasno desko in dvosmerno komunikacijo, ki jo zahtevajo sodobni mediji.

Sodobna javnost pa zahteva še več. Predvsem tako kot podjetja tudi državni organi tekmujejo v bitki »pokaži, koliko te državljani res potrebuje«. Ko v tem spopadu nisi dovolj uspešen, ti tudi javnomnenjska podpora pri proračunskih rezih ne more pomagati. Prav tukaj je, se zdi, Slovenska vojska ostala nekje med ignoranco do tovrstnih izkušenj prejšnje armade in nedojemanjem vzorcev, ki jih ponuja nova

pogumna doktrina zavezništva. Premalo je enkrat letno odpreti vrata in povabiti na obisk, k davkoplačevalcu je treba priti domov. Se vključiti v njegovo življenje in mu pojasniti, kaj vojska počne. Tako se bo lažje odločil, zakaj je ali ni lepo biti plačnik vojaškega proračuna.

Seveda ne gre kopirati vsega, morda pa se da tudi pri nas izluščiti nekaj uporabnih primerov tujine. Na eni od vse popularnejših tekaških prireditev me je nekdanja dopisnica POP TV iz Washingtona Nataša Briški opozorila na Marine Corps Marathon. Množičen tek, ki ga ameriški marinci organizirajo tako zase, družine svojih članov in zadnje čase predvsem za tekaško javnost po ulicah glavnega mesta ZDA, je eden največjih tekaških izzivov. Ki pa nima finančne nagrade, temveč le posebno medaljo marincev za vsakogar, ki prečka cilj. Kljub temu so štartnine zadnjega teka razprodali v dobrih dveh urah, z nekaj kliki po spletu ali Youtubu lahko sami preverite, kako dobro zgodbo so uspeli narediti iz praktično ničesar. Vsak udeleženec takšnega maratona bo menda naslednjic malo manj zavil z očmi, ko bo prebral, kolikšen delež zaslužka mu država vzame in da vojski.

Slovenska vojska združuje verjetno največ strokovnega znanja o letalstvu, taktiki, gorništvu in še čem, ki bi ga lahko pogosteje delila z javnostjo. A se temu vedno tako ali drugače previdno ogiba. Ko smo mediji denimo ob balonarski nesreči iskali koga, ki bi pojasnil, kako poteka preiskava letalskih nesreč, smo zaman prosili za komentar vojaško stroko. Čeprav je nehvaležno kaliti mir strokovnjakov in jih siliti v javne nastope, je toliko bolj nehvaležno poslušati komentarje raznih »poznavalcev«, ki vskočijo namesto njih.

Slovenska vojska ima to srečo, da moramo njene storitve hote ali nehote vsak mesec z davki plačati. In to smolo, da želi politika v času, ko je moderno varčevanje, modne trende vedno znova preizkusiti najprej na vojski. Prav zato je lahko prav vojska prva, ki pokaže, da lahko stori kaj več za svoje številke in preseže dolgoletno edino birokratsko proračun-



Jure Brankovič je zadnjih sedem let novinar POP TV, kjer pokriva področja obrambe, notranjih zadev in zunanje politike. Pred tem je delal kot novinar notranjepolitične redakcije Dela in Dnevnika. V prostem času predava odnose z javnostmi za nevladne organizacije, za katere je izdelal tudi priročnik.

ske taktiko – porabiti decembra denar do zadnjega centa.

Jure Brankovič

*Dnevna poraba obrambnega sistema ob realizaciji proračuna MORS za leto 2012 (396 milijonov evrov)

ALEŠ KOCJAN

AMBASADORJI SI NE SMEJO PRIVOŠČITI KIKSOV

Le pomislimo, kakšno »reklamo« so Združenim državam Amerike naredili ameriški vojaki, ki so urinirali po truplih ubitih talibov!

Aleš Kocjan, VEČER

Slovenska vojska na lestvici zaupanja javnosti po raziskavah raziskave Politbarometer, ki jo pripravlja Center za raziskovanje javnega mnenja, tradicionalno kotira visoko. Pomirjujoče je, da se na vrhu zaupanja slovenske javnosti znajdejo šolstvo, zdravstvo, Komisija za preprečevanje korupcije, policija, predsednik republike in največkrat na prvem mestu – vojska. Nadvse zaskrbljujoče pa je, da so na dnu tradicionalno z največ izraženega nezaupanja predsednik vlade, državni zbor, vlada, politične stranke in sodišča. Ti izsledki raziskave so glede vojske na nek način paradoksalni, ne pa tudi protislovni. V političnem diskurzu namreč vojska pogosto velja za nekakšnega »nebodigatreba«, kateremu je treba, ko zavlada kriza, največ sredstev odškrniti, včasih pa bi vojsko celo »ukinili«. Ker javnost (ali velik del javnosti) pogosto deli tak pogled na »potrebnost« obrambe, je visoko zaupanje v vojsko vsaj nekoliko paradoksalno.

In zakaj te ugotovitve niso protislovne, če so že v primežu politične retorike paradoksalne? Očitno javnost ločuje med vojsko kot izvajalcem obrambnih politik in politiko – snovalcem političnih odločitev. Ni namreč vojska tista, ki naroča 135 Patrijinih oklepnikov, čeprav bi zmoгла zmogljivost srednje bojne bataljonske skupine vzpostaviti z denimo 50 vozili, pač pa krojač vojaške usode in opremljenosti – politika. Zaradi nespametnih političnih elit in populističnega obravnavanja obrambnega sistema, ki je v resnici preveč heterogen, da bi se veljalo z njim soočati na popreproščen in enostaven način, se zdi, da visoka stopnja zaupanja v vojsko govori o neke vrste »funkcionalni pismenosti« slovenske javnosti. Javnost očitno političnih odločitev, vezanih na obrambni sistem, ne enači s pripadniki in pripadnicami SV, ki se za borih 700 evrov »puzajo« po jarkih in so v tujini poleg športnikov edini resnični in pravi ambasadorji Slovenije.

Malokateri »pravi« slovenski veleposlanik, konzul ali podjetnik se tako aktivno pojavlja v tujih deželah pozdravljajoč na ulicah navadne in preproste ljudi kot prav slovenski vojaki in jasno uspešni športniki. Na Kosovu, denimo, so slovenski vojaki bolje sprejeti kot italijanski (in še kateri). Malo k temu pripomore poznavanje vsaj enega od uradnih jezikov na Kosovu, poznavanje kulture, nekaj pa tudi pristop, strpnost itd. V Libanonu je podobno. In v Afganistanu – ne vem, zakaj imajo slovenski pripadniki in pripadnice vedno srečo delati ob boku Italijanom – takisto. Tega, da smo vsi ambasadorji svoje domovine ali pa podjetja, v katerem delamo, bi se moral zavedati slehernik. Če bi na upravnih enotah, na ministrstvih in v javni upravi nasploh ljudje delovali naoljeno in brežhibno, bi Slovenci z večjim veseljem plačevali davke, ker bi se zavedali, da zato dobijo korekten in učinkovit javni servis. Glede na ugotovitve Politbarometra ljudje vsaj menijo, da so ob Slovenski vojski varni, čeprav bi ji najraje ukinili vso opremo.

Zaradi sramote, ki jo dosledno Sloveniji dela slovenska politična elita – ne pozabimo, nekdanji slovenski premier je bil nedavno na prvostopenjskem sodišču obsojen vpletenosti v korupcijski škandal v največjem orožarskem poslu samostojne Slovenije – je nadvse spodbudno, da vojaki v očeh javnosti popravljajo vtis, ki ga v mednarodni skupnosti puščajo slovenski politiki, snovalci obrambne hrbtenice naše domovine. Le pomislimo, kakšno »reklamo« so Združenim državam Amerike naredili ameriški vojaki, ki so urinirali po truplih ubitih talibov! Pa je bil to le eden v seriji primerov nespodobnosti ameriških vojakov, ki so prišle v javnost. Če bi si slovenski vojaki kjer koli privoščili kakšno vsaj približno podobno eskapado, ki bi priromala na prve strani časnikov, bi domača javnost eksplodirala, saj sodelovanje Slovenije na mednarodnih misijah in operacijah v času krize, zlasti v Afganistanu, ni na zavidljivi ravni. Slovenska javnost je zaradi miroljubne tradicije že iz okvira nekdanje širše domovine do eksczesov v vojski neizprosna. Mediji pa bi jahajoč omenjeno tradicijo v primeru neprimernosti »dobesedno popenili«. Kar



Aleš Kocjan je novinar Večera. Obrambno politiko in vojsko pokriva pet let. Kot novinar je imel priložnost obiskati slovenske pripadnike na Kosovu, v BiH, v Libanonu, poročal je iz Afganistana, kjer ni obiskal slovenskega kontingenta, se je pa srečal s slovenskim predstavnikom vojske na poveljstvu v Kabulu. Redno poroča o dogajanju v vrhu zavezništva in o političnih zadevah, ki se dotikajo Slovenske vojske.

po mojem mnenju v takšnem primeru ne bi bilo niti malo narobe. Ambasadorji si spodrsrljavev ne smejo privoščiti.

Aleš Kocjan, VEČER

JURE TEPINA

TUDI ČE SI NAJMANJŠI, NI TREBA, DA GOVORIŠ, KAKO SI DOBER, DA LJUDJE TO PREPOZNAJO

Sošolec v srednji šoli je treniral hokej. No, ni ga v resnici treniral, le vsake toliko je šel malo na led, iz mladinske ekipe Olimpije pa so ga že davno izključili. Lahko bi igral v sedmem napadu, a vseeno je cela šola bila prepričana, da je naslednji Tomaž Vnuk (takrat je bilo Kopitar ime le staremu, Anže je bil verjetno še v jaslih). Nekje proti koncu tretjega letnika je napadel fanta iz sosednjega razreda. Ta mu je poskušal ubežati z zabuhlimi lici in veliko kilogrami preveč. Zaman. Zbil ga je na tla in ga tiščal v blatno lužo. Le hip za tem je hokejist dobil hiter udarec pod rebri. Ko je vstal, je bil pred njim Mali, »fazan«, kot smo jih klicali. Bruc, prvošolec, za katerega gimnazija ni nikoli slišala. A po tem dogodku so ga poznali vsi. Še danes cenim hokejista, da je poskušal. Pa ni imel možnosti. Mali mu je spustil še nekaj hitrih in kariera hokejista je bila zares končana. A to ni pomenilo, da je Mali prevzel njegovo vlogo. Do incidenta je bil tih, vedno prijazen in imel dobre ocene. Tak je tudi ostal in še danes se dobro poznavajo. Takrat se je izkazalo, da je bil Mali eden najbolj obetavnih karateistov. Smešna zgodba, kasneje je bil celo zaposlen na policiji, s tam pa je šel v vojsko.

To je danes zame Slovenska vojska. Nekdo, ki nima potrebe, da bi bil glasen, da bi venomer poudarjal, kako je glavni, kako ima lepo obleko, privlačno frizuro in dobra dekleta. Moč ne prihaja iz besed. Moč Slovenske vojske izvira iz dejanj. Dejanj, ki jih ljudje cenijo. In Malega nisem cenil le, ker je brez pomisleka šel naproti nasilnežu, na pomoč šibkejšemu. Cenil sem ga, ker je bil vedno pripravljen pridržati vrata, ker je bil do vseh prijazen. Ker je bil preprosto prijeten fant. Borilna večšina je bila le bonus.

Tako gledam tudi na dejanja SV, ki jo povzdigujejo med najboljše. Da, fantje s posebnimi in specialnimi veščinami so več kot impresivni. Ko ESD-jevce srečujem po raznih misijah, se jih vedno razveselim, ker me spomnijo na Malega. A kot rečeno, nisem toliko navdušen nad njihovim delom, kot sem nad njihovim karakterjem. Vrhunsko izurjeni, a navdušijo me njihov humor, pristnost in dobrodušnost. Navdušijo pa me doma, v svojem okolju, veliko bolj kot na misijah v tujini. Najbolj tihi in najbolj izurjeni so vedno središče dogajanja v svojem širšem domu. Navadno so organizatorji vaških akcij, ko je treba kaj zgraditi, popraviti v svoji soseščini. So osebe, ki jim sosedge zaupajo in se na njih naslanjajo. Pa ne zato,

ker vedo vse o digitalizaciji bojišča, temveč ker vedo, kakšne vrednote zagovarjajo in živijo.

Ljudje ne razmišljajo, da je Slovenska vojska nekdo, ki jih bo branil. Ki potrebuje oklepne bataljone, letalstvo, gorske sile, artilerijo ali mornarico. In prav je tako, ljudi naj zanima le, kako bo njihova družina bolje živela, kako bodo otroci imeli brezskrbno odraščanje. Tako se bolj bojimo verjetnejših dogodkov, poplav, potresov, plazov in ostalih naravnih nesreč. In tu vedo, da ko bo res zaškripalo, bo reševala vojska. Reševala. Ne branila. K sreči živimo v takšnih časih in še kako je imela prav nekdanja ministrica, ko je rekla, da jo veseli, da živimo v časih, ko se lahko pogovarjamo, ali potrebujemo vojsko ali ne. Si predstavljate, da bi dobre ocene javnosti Slovenske vojske prišle z ubranjenih meja? Ko sovražnik ni prišel čez Dragonjo, Muro, čez Matajur? Kaj ni malo bolje, da te cenijo, kako znaš sezidati hišo, jo rešiti pred poplavo, plazom, če rešiš soseda, ki se je izgubil v hribih, kot če znaš vpasti v objekt?

Da ne pomote, seveda je na vsaki tekmi najboljša obramba napad in te večine se ne nujno izključujejo, pa vendar je lahko vojska enako ponosna na vlogo pri zaščiti in reševanju doma, kot je na misijah. Nikoli ne bom pozabil, kako sem ob velikih poplavah 2011 spremljal konvoj čete 10. bataljona iz FRS do Interspara na Viču. Kako so se z enako zavzetostjo in še večjim nasmeškom odpravljali čistiti kleti blokov in narediti, kar koli jim je v tistem trenutku precej manj organizirana civilna zaščita naročila. Nič hudega, če so jih pošiljali z enega konca Barja na drugi, nič hudega, če so zaman čakali na tovornjake s peskom, da bi napolnili vreče. Resnično so bili veseli, da lahko pomagajo doma.

Taisto četo 10. bataljona z istim stotnikom, mojim soimenjakom sem le nekaj mesecev kasneje srečal v bazi Villagio Italia. Fantje in dekleta so pripravljali opremo za JRM, naslednji dan so leteli s helikopterjem na Gate 3 ali na enega od mejnih prehodov med Kosovom in Srbijo. Le nekaj dni prej so na naše streljali z barikad na Rudarih. To so resne stvari, ki jih doma le redko kdo ve. Pomembne v svetovni politiki, k sreči pa nas zanima, kaj se dogaja le do konca naše ulice. Kar vpliva neposredno na našo družino.

A moč Slovenske vojske izvira iz njenege tihega dela doma. Kot Malega nismo občudovali, da je izvrsten karateist, ampak



Jure Tepina je novinar od leta 1998, zadnjih 5 let pokriva obrambno področje, poročal je večkrat iz NATO sedeža v Bruslju in kriznih žarišč Kosova, večkrat iz Afganistana, Srbije, Bosne, Severne Koreje in s številnih vaj Slovenske vojske v Sloveniji in tujini.

ker je bil preprosto dober človek. Tako tudi če si najmanjši, ni treba, da govoriš, kako si dober, da ljudje to prepoznajo.

Jure Tepina