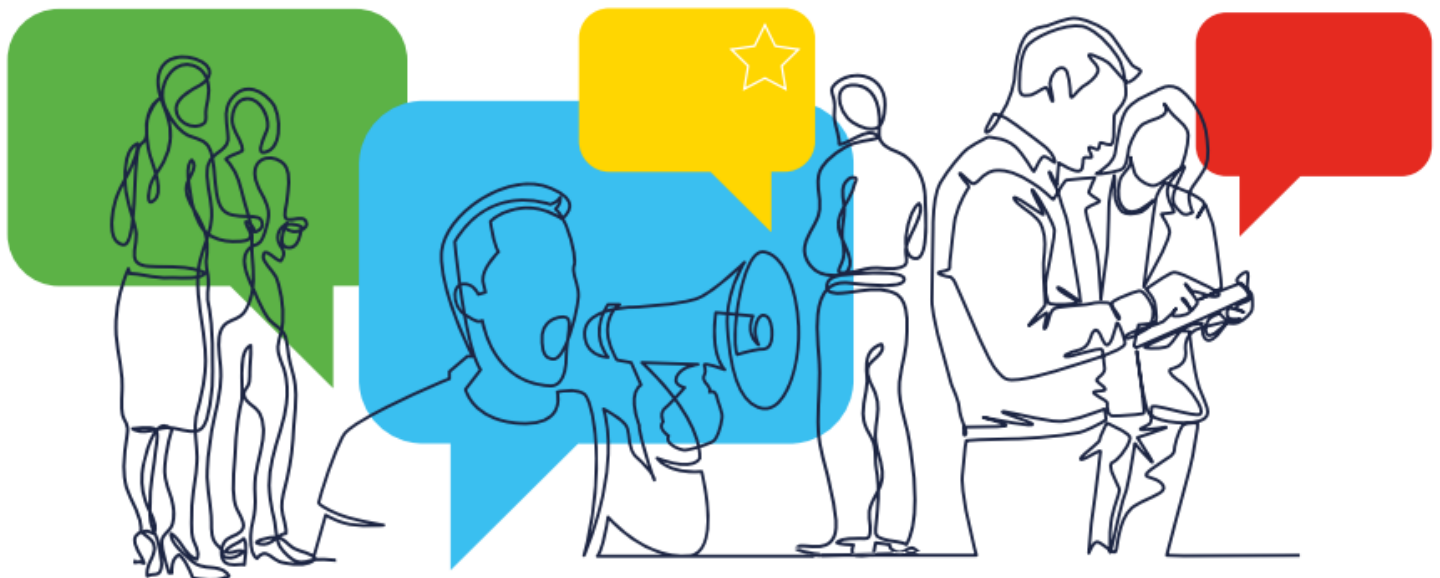


FORUM EUROPEJSKIEJ INICJATYWY OBYWATELSKIEJ

Jak zorganizować zespół prowadzący
kampanię EIO



LEARN - DISCUSS - CONNECT - SEEK ADVICE

Dlaczego dobrze zorganizowany zespół? jest kluczem do sukcesu?

Kampanie promujące europejskie inicjatywy obywatelskie (EIO) wymagają **ponadnarodowej koordynacji, jasnej komunikacji i trwałej struktury**. Do prowadzenia kampanii na rzecz EIO niezbędne jest skoordynowanie szeregu kampanii na poziomie krajowym, dostosowanych pod względem przekazu do specyfiki danego regionu. Dobrze zorganizowany i przygotowany zespół umożliwia zwiększenie skali kampanii, odpowiednie reagowanie na nieprzewidziane zdarzenia, maksymalne wykorzystanie pojawiających się możliwości i utrzymanie dynamiki działań.

Możesz zdecydować się na decentralizację kampanii, co będzie miało wpływ na ogólną strategię:

- rozważ **wykorzystanie możliwości ponadnarodowych**, przemyśl koordynację w całej UE i zadbaj o zgodność z przepisami
- jednocześnie zespoły krajowe mogą wdrażać strategię kampanii na poziomie lokalnym, **dostosowywać przekaz i komunikaty do kontekstu regionalnego** i organizować zbieranie podpisów w terenie
- **jasno określone role, obowiązki i zadania** na poziomie zarówno europejskim, jak i krajowym są warunkiem skutecznego prowadzenia kampanii EIO ponad granicami i osiągnięcia utrzymujących się rezultatów.

Jak zacząć?? od zera

Jeśli tworzysz kampanię od podstaw, **pomyśl o zaangażowaniu doświadczonych aktywistów lub organizatorów kampanii**. Wiedza i doświadczenie działaczy, którzy mieli już styczność z inicjatywami mobilizacji obywatelskiej, mają **kluczowe znaczenie w przypadku kampanii o zasięgu ponadnarodowym** – takich jak EIO – w których liczy się umiejętność dotarcia do różnicowanych grup odbiorców i poruszania si

ę w realiach międzynarodowych. Doświadczenie takich osób pomaga usprawnić strategię, ograniczyć czas potrzebny na szkolenia i sprawić, że zespół będzie mógł skutecznie stawić czoła szczególnym wyzwaniom związanym z EIO.

Najważniejsze to zacząć strategicznie – wyznaczyć kluczowe role zgodnie z celami swojej kampanii.

Wskazówka od organizatorów

Zespół *PsychedeliCare* w dużej mierze zbudowano ze specjalistów z dziedziny psychologii, psychiatrii, medycyny i badań naukowych – wielu z nich wcześniej nie angażowało się w aktywizm, ale miało **solidną wiedzę merytoryczną**. Takie zaplecze **okazało się cenne przy budowaniu wiarygodności oraz opracowywaniu treści i działań informacyjnych** w powiązanych dziedzinach wiedzy. Jednocześnie zespół ten radzi przyszłym organizatorom EIO, aby w miarę możliwości aktywnie angażowali doświadczonych aktywistów, ponieważ może to usprawnić koordynację, skrócić czas potrzebny na wystartowanie z kampanią i wzmocnić jej struktury od samego początku.

Jak zacząć?? z pomocą organizacji społeczeństwa obywatelskiego

Rozpoczęcie kampanii z pomocą aktywnych w danej dziedzinie organizacji społeczeństwa obywatelskiego przynosi korzyści takie jak możliwość korzystania z ich **sieci kontaktów, zaplecza administracyjnego i wiedzy fachowej** oraz czerpanie korzyści ze zbudowanej przez nie **wiarygodności**. Może to **ułatwić działania informacyjne, pozyskiwanie funduszy i dalsze tworzenie partnerstw**, a także pomóc w stworzeniu **ogólnounijnej koalicji** zaangażowanej w kampanię EIO.

Wskazówka od organizatorów

Zespół kampanii *My Voice, My Choice* z powodzeniem rozpoczął działalność z pomocą organizacji pozarządowej z siedzibą w Słowenii. Dzięki niej od samego początku miał dostęp do infrastruktury komunikacyjnej i dotychczasowej grupy odbiorców, co umożliwiło szybkie pozyskiwanie nowych członków zespołu i rozszerzenie zasięgu działań poza granice kraju.

Zarządzanie zespołem ponadnarodowym

Koordynacja zespołu EIO działającego w wielu krajach nieuchronnie wiąże się z wyzwaniami językowymi, kulturowymi i logistycznymi:

- **jasna komunikacja i elastyczność** mają kluczowe znaczenie dla zapewnienia spójności działań zespołów międzynarodowych
- zadbaj o to, by wszystkie **materiały kampanii były proste i dostępne**, co ułatwi członkom zespołu z różnych krajów ich zrozumienie i dostosowanie do lokalnych realiów
- rozważ **wyznaczenie krajowych koordynatorów odpowiedzialnych za komunikację** w krajach docelowych, którzy będą czuwać nad przystosowaniem treści **do potrzeb lokalnych odbiorców**. Taki koordynator powinien korzystać z zaufanych narzędzi tłumaczeniowych lub współpracować z osobami, dla których język docelowy kampanii jest językiem ojczystym, aby uspoźnić kluczowe dokumenty i komunikaty kampanii z ogólnym przekazem ponadnarodowym, a zarazem uwzględnić różnice regionalne.

Zarządzanie zespołami krajowymi

Rozważ zapewnienie materiałów takich jak opisy kampanii, materiały graficzne, wytyczne i przykładowe komunikaty, które można rozpowszechniać za pośrednictwem sieci kontaktów, aby dotrzeć do potencjalnych nowych członków zespołu i wolontariuszy.

- Łatwy dostęp do **punktu kontaktowego oferującego wsparcie pomaga budować zaufanie** do pracy Twojego zespołu i ułatwia zaangażowanie się w kampanię.

Wskazówka od organizatorów

Aby zbudować zespoły krajowe, zespół *PsychedeliCare* w pierwszej kolejności zwrócił się do organizacji partnerskich o wsparcie w identyfikacji zainteresowanych wolontariuszy z różnych krajów. Organizacje te pomogły rozpowszechnić zaproszenie do udziału za pośrednictwem swoich kanałów w mediach społecznościowych i biuletynów. W ramach kampanii utworzono też formularz kontaktowy na stronie internetowej umożliwiający zainteresowanym łatwe wyrażenie chęci zaangażowania się przez wskazanie kraju zamieszkania, co usprawniło proces pozyskania wolontariuszy odpowiadających potrzebom zespołów krajowych.

Typowy zespół krajowy może na przykład składać się z:

- **koordynatora krajowego** odpowiedzialnego za identyfikację lokalnych zainteresowanych stron
- **twórcy treści** dostosowującego materiały kampanii do kontekstu krajowego
- **koordynatora wolontariuszy**, którego zadaniem jest rekrutacja i angażowanie dodatkowych osób wspierających kampanię.

Tworzenie podobnych zespołów krajowych i wyznaczanie podobnych ról prowadzi do spójności całej kampanii i znacznie ułatwia zarządzanie i skalowanie działań.

Narzędzia i oprogramowanie do koordynacji

Skuteczna koordynacja w ramach kampanii EIO w dużym stopniu opiera się na **umiejętnym wykorzystaniu narzędzi cyfrowych**.

- Komunikację można **usprawnić za pomocą komunikatorów**, takich jak WhatsApp lub Signal, które umożliwiają wygodne tworzenie rozmów grupowych.

Wskazówka od organizatorów

Zespół *PsychedeliCare* wykorzystywał społeczności WhatsApp jako główne narzędzie komunikacji wewnętrznej, co pozwalało na sprawne łączenie się z wolontariuszami w całej UE. Utworzono specjalną grupę dla koordynatorów krajowych, która umożliwiła szybki przepływ informacji, koordynację zadań i współpracę transgraniczną. Ogólna rada organizatorów dla innych kampanii brzmi: **wybierz narzędzia komunikacji, które są już znane wolontariuszom**, aby zapewnić sprawną i inkluzywną koordynację.

- **Narzędzia do współpracy wizualnej**, takie jak Miro lub inne tablice online, pomagają zespołom w tworzeniu i rozwijaniu pomysłów. Bardzo skutecznymi narzędziami do **zarządzania zadaniami i organizacją pracy** są platformy Trello, Notion i Slack, które umożliwiają przydzielanie obowiązków, śledzenie postępów i zapewnianie przejrzystości działań.

Wskazówka od organizatorów

Zespół *Stop Destroying Videogames* zbudował społeczność na Discordzie liczącą ponad 4 tysiące wolontariuszy i stworzył w ten sposób platformę, którą **w razie potrzeby można wykorzystać do szybkiej mobilizacji wsparcia**. Discord umożliwia również kampaniom grupowanie krajów i mocnych stron wolontariuszy, identyfikowanie lokalnych liderów opinii oraz organizowanie sprawnych działań i reakcji.

Chociaż nic nie zastąpi zasobów ludzkich, **narzędzia sztucznej inteligencji mogą być wartościowymi pomocnikami** i skutecznie wspierać prowadzenie kampanii:

- na przykład w ChatGPT możesz **zbudować własny model GPT dostosowany do potrzeb kampanii**, wytrenowany do przestrzegania wytycznych kampanii, spójności tonu i marki, który może wspierać strategię kampanii, wyszukiwać potencjalnych partnerów i pomagać w angażowaniu wolontariuszy oraz planowaniu działań
- **narzędzia do edycji wideo i generowania obrazów**, takie jak Runway i Midjourney, mogą usprawnić proces kreatywnego tworzenia wysokiej jakości materiałów dla mediów społecznościowych, na potrzeby kampanii lub w formie artykułów multimedialnych
- **narzędzia do tłumaczenia**, takie jak DeepL, mogą służyć do przekładu materiałów kampanii na wiele języków.

Zaawansowane **narzędzia sztucznej inteligencji**, stosowane w przemyślany sposób i tam, gdzie brakuje zasobów ludzkich, **pozwalają uwolnić zasoby i czas** na działania strategiczne i budowanie sieci kontaktów.

Podzia? pracy na poziomie europejskim i krajowym

Ważną część sukcesu kampanii EIO zależy od zdolności do rozwijania kompleksowej współpracy, która łączy europejską i krajową wiedzę fachową. Poniżej znajdziesz kilka zaleceń dotyczących sposobów organizowania skutecznych zespołów w ramach kampanii i prowadzenia działań w sposób skoordynowany.

Wskazówka od organizatorów

W kampanii *My Voice, My Choice* na pierwszym miejscu postawiono budowanie silnej i spójnej **tożsamości marki** we **wszystkich zespołach krajowych**. Główny zespół w Słowenii dbał o to, aby przekaz, materiały wizualne i styl kampanii pozostawały jednolite w różnych krajach, a jednocześnie umożliwiał zespołom krajowym **pewne dostosowywanie treści do lokalnych realiów**. Taka konsekwencja w komunikacji zwiększyła **rozpoznawalność** kampanii, zbudowała **zaufanie** wśród odbiorców i pomogła zachować **spójny przekaz w skali ponadnarodowej**.

Poniżej opisano przykładowe role, które pomagają jasno zdefiniować obowiązki i sprzyjają sprawnej współpracy w ramach ponadnarodowej struktury kampanii.

Możliwe role i podzespoły na poziomie europejskim:

- **zespół ds. polityki:** opracowuje stanowisko polityczne kampanii, monitoruje zmiany legislacyjne w UE i współpracuje z decydentami politycznymi
- **główny koordynator:** nadzoruje całość kampanii, zapewnia synchronizację wszystkich działań i pełni rolę głównej osoby odpowiedzialnej za prowadzenie kampanii
- **zespół ds. komunikacji, relacji z mediami i mediów społecznościowych:** kształtuje przekaz publiczny kampanii, zarządza relacjami z prasą i zasięgiem medialnym, nadzoruje strategię mediów społecznościowych i buduje widoczność kampanii
- **twórca treści:** opracowuje angażujące, skoncentrowane na przekazie treści cyfrowe dla platform internetowych w celu zwiększenia zasięgu, pobudzania zaangażowania i stworzenia tzw. potencjału viralowego.

Wskazówka od organizatorów

Silna obecność kampanii *My Voice, My Choice* w mediach społecznościowych miała kluczowe znaczenie dla jej sukcesu. Platformy internetowe kampanii stały się centrum wiadomości i informacji na temat demokracji i kwestii związanych z prawami podstawowymi oraz umożliwiły szybkie reagowanie na bieżące wydarzenia na świecie. Dzięki systematycznemu udostępnianiu wartościowych treści kampania wzbudzała zainteresowanie odbiorców, w naturalny sposób wpłatała zaproszenie do podpisania się pod EIO, utrzymywała dynamikę działań i budowała społeczność wokół sprawy.

- **zespół ds. prawnych:** doradza na temat unijnych i krajowych wymagań prawnych, przygotowuje projekty warunków i klauzul umownych, a także dopilnowuje zachowania zgodności z RODO
- **zespół naukowy i ekspercki:** prowadzi badania przygotowawcze, sporządza ekspertyzy naukowe lub techniczne, opracowuje materiały oparte na dowodach oraz wspiera rzecznictwo rzetelną i wiarygodną komunikacją publiczną w ścisłej współpracy z zespołem ds. komunikacji i relacji z mediami
- **zespół ds. pozyskiwania funduszy:** wyszukuje źródła wsparcia finansowego, sporządza wnioski o dotacje, zarządza relacjami z darczyńcami i budżetem kampanii
- **zespół ds. budowania koalicji:** nawiązuje kontakty z organizacjami pozarządowymi i potencjalnymi partnerami, utrzymuje relacje z organizacjami wspierającymi kampanię
- **zespół techniczny ds. IT:** zarządza stroną internetową, dba o bezpieczeństwo cyfrowe
- **zespół administracyjny:** planuje i realizuje działania logistyczne kampanii, w tym zarządza wydarzeniami, koordynuje podróże i wysyłkę materiałów
- **zespół ds. zarządzania wolontariuszami:** wdraża nowych wolontariuszy, organizuje szkolenia, dba o dobrostan i motywację zespołu.

Możliwe role i podzespoły na poziomie krajowym:

- **koordynator krajowy:** pełni rolę lokalnego lidera, koordynuje działania na poziomie krajowym i zdaje relację zespołowi europejskiemu
- **zespół ds. wydarzeń i działań:** planuje wydarzenia lokalne, wpłata kampanię w program wydarzeń publicznych

- **zespół ds. komunikacji i mediów społecznościowych:** tłumaczy i dostosowuje przekaz do odbiorców krajowych, tworzy treści lokalne, zarządza lokalnymi kanałami komunikacji
- **zespół ds. integracji i zarządzania wolontariuszami:** przyjmuje nowych członków i wdraża ich do pełnienia przydzielonych ról
- **zespół ds. tłumaczeń:** zapewnia rzetelny przekład treści kampanii, z dostosowaniem do potrzeb w konkretnym kraju
- **zespół ds. budowania koalicji:** współpracuje z lokalnymi organizacjami, liderami opinii i mediami w celu budowania poparcia.

Role mogą się pokrywać, a poszczególne osoby mogą podejmować się wielu zadań w zależności od wiedzy i dostępności. Na przykład zespół ds. komunikacji i mediów społecznościowych może połączyć siły z zespołem ds. wydarzeń i działań, wtedy członkowie będą zajmować się zarówno tworzeniem treści, jak i promowaniem wydarzeń. Podobnie zespół ds. komunikacji i zespół ds. tłumaczeń mogą ściśle współpracować i dzielić się obowiązkami związanymi z tłumaczeniami i opracowywaniem najlepszych strategii dostosowywania przekazów do kontekstu krajowego.

Wskazówka od organizatorów

HouseEurope! – organizatorzy tej kampanii zwrócili się do wszystkich członków zespołu o zaproponowanie własnego sposobu informowania o niej i niesienia przekazu. Każdego tygodnia **inny członek zespołu przejmował odpowiedzialność za treści publikowane w mediach społecznościowych**. Każdy wniósł coś od siebie, co pozwoliło zapewnić różnorodność głosów i treści wspierających cel inicjatywy.

Rekrutacja wolontariuszy i zarządzanie nimi

Skuteczna rekrutacja wolontariuszy i zarządzanie nimi to coś więcej niż tylko poszukiwanie kandydatów do konkretnych ról – chodzi o budowanie motywacji i poczucia przynależności. Aby zachęcić do uczestnictwa:

- proponuj **niewielkie, ale znaczące zadania**, które umożliwiają wolontariuszom udzielanie wsparcia, a jednocześnie nie przytłaczają ich obowiązkami

- poświęć czas na **poznanie ich zainteresowań i mocnych stron**, a następnie przypisz im role, w których mogą poczuć się potrzebni i spełnieni
- zachęcaj ich do przyjęcia odpowiedzialności przez **jasne określenie ról, publiczne docenianie oraz budowanie wspólnoty, co pomaga utrzymać zaangażowanie wolontariuszy** w dłuższej perspektywie.

Wskazówka od organizatorów

Celem *Stop Destroying Videogames* było sprawienie, by **wolontariusze włączali się w kampanię przez tylko jedną godzinę w tygodniu lub w miesiącu**. Takie **podejście bez presji pozwoliło utrzymać zaangażowanie tysięcy wolontariuszy** i umożliwiło prowadzenie działań w sposób przystępny i długofalowy.

Przygotowanie na sytuacje kryzysowe i skalowanie dzia?a?

Kryzysy są nieuniknione – odejścia członków zespołu, awarie techniczne czy spadek zaangażowania w mediach społecznościowych. Przygotuj się na nie przez symulowanie takich sytuacji:

- **zapewnij szkolenie członków zespołu do realizacji różnych zakresów zadań**, tak aby żadne z nich nie zależało wyłącznie od jednej osoby
- na przykład jeżeli niespodziewanie odejdzie koordynator ds. komunikacji, kierownik ds. mediów społecznościowych lub twórca treści może tymczasowo przejąć zarządzanie relacjami z prasą i planowanie treści.

Wskazówka od organizatorów

W kampanii *My Voice, My Choice* podkreślano **znaczenie posiadania planów awaryjnych** dla kluczowych ról. Dzięki przygotowaniu się z wyprzedzeniem na ewentualne zmiany kadrowe organizatorzy mogli elastycznie reagować i utrzymać sprawne działanie nawet wówczas, gdy członkowie zespołu niespodziewanie odchodzili.

- **Dywersyfikuj wykorzystywane platformy technologiczne** i przygotuj kopie zapasowe
 - na przykład w przypadku awarii głównej strony internetowej podczas ważnej premiery możesz przekierować odbiorców na wcześniej przygotowaną stronę docelową umieszczoną na innym serwerze.

Wskazówka od organizatorów

Organizatorzy kampanii *My Voice, My Choice* zetknęli się z shadowban – ukrytym blokowaniem w mediach społecznościowych – po wyborach w Stanach Zjednoczonych, co znacznie ograniczyło jej widoczność na kluczowych platformach. To doświadczenie pokazuje, jak ważna jest **odporność cyfrowa**: nie można polegać na wyłącznie jednej platformie. Aby zachować widoczność, rozszerzyli obecność kampanii na alternatywne kanały, takie jak Bluesky i Tumblr. Wczesna **dywersyfikacja kanałów cyfrowych** może pomóc w utrzymaniu zasięgów, jeżeli jedna z platform nagle przestanie działać niezawodnie.

- **Wyznacz rzeczników**, którzy będą mieć przygotowane wcześniej komunikaty:
 - na przykład koordynator kampanii lub lider ds. komunikacji mógłby mieć przygotowaną krótką, trzypunktową wypowiedź, by móc zareagować na niespodziewane pytania mediów lub wygłosić oświadczenie publiczne. Kluczowe komunikaty powinien przygotować z wyprzedzeniem zespół ds. komunikacji i relacji z mediami, w ścisłym porozumieniu z zespołem ekspertów, aby zapewnić jasność i wiarygodność.

Wskazówka od organizatorów

Kampania *Stop Destroying Videogames* pokazała, że **budowanie świadomej społeczności wolontariuszy i odbiorców ma decydujące znaczenie dla odporności na sytuacje kryzysowe**. Kiedy jakaś osoba z branży błędnie przedstawiła działania organizatorów kampanii, szybko zmobilizowali oni swoją społeczność do prowadzenia merytorycznej dyskusji, wyjaśnienia nieporozumień i przekształcenia kryzysu w szansę na zwiększenie widoczności.

- **Przydzielanie zadań wolontariuszom** według ich umiejętności i dostępności:
 - na przykład wolontariuszom z umiejętnością projektowania można powierzyć zadania związane z szybkim tworzeniem treści, a wolontariusze dysponujący ograniczoną ilością czasu mogą wspierać zbieranie podpisów w dniach kluczowych działań.

Wskazówka od organizatorów

Organizatorzy kampanii *Ban on Conversion Practices* podkreślili, że w walce z algorytmami mediów społecznościowych liczy się skala i konsekwencja. Utworzenie już na wczesnym etapie specjalnego zespołu ds. komunikacji i mediów społecznościowych i zapewnienie częstego publikowania, zaangażowania i szybkich reakcji jest absolutnie niezbędne do zachowania widoczności. Jak sami mówią „to walka: ty kontra algorytm”.

Możesz zwiększyć gotowość swojego zespołu przez włączenie do procesu szkoleniowego i wdrożeniowego wizyty na [Forum europejskiej inicjatywy obywatelskiej](#). Na przykład na początku kampanii każdy zespół prowadzący kampanię promującą europejską inicjatywę obywatelską można zaprosić na **wideokonferencję z ekspertami z forum europejskiej inicjatywy obywatelskiej**. Zapoznanie wszystkich członków zespołu z najlepszymi praktykami dotyczącymi EIO, strategiami kampanii i dostępnymi zasobami zapewnia wspólne zrozumienie wymogów inicjatywy i zwiększa ogólną skuteczność kampanii.

Struktura umożliwiająca realizację strategii

EIO to coś więcej niż tylko zbieranie podpisów – to **organizowanie działań ponad granicami, koordynowanie wysiłków i budowanie trwałego ruchu, który wykracza poza etap zbierania podpisów**. Niezależnie od tego, czy Twój zespół jest pięcio- czy pięćdziesięcioosobowy, jego największymi atutami jest **jasna struktura, przypisane role, silna komunikacja wewnętrzna i zdolność przystosowania się**.

Aby zbudować solidne podstawy, zachęcaj swój zespół do **korzystania z zasobów** takich jak forum europejskiej inicjatywy obywatelskiej **już na wczesnym etapie**.

- Praktyczne narzędzia, takie jak wpis na blogu z przydatnymi poradami strategicznymi dla organizatorów kampanii oraz nagranie z webinaru na temat struktur kampanii EIO, są źródłem wartościowych informacji o najlepszych praktykach, typowych wyzwaniach i wnioskach sformułowanych przez doświadczonych organizatorów kampanii. Włączenie tych zasobów do procesu wdrażania i szkolenia zespołu nie tylko podnosi motywację członków, ale też przygotowuje ich merytorycznie do poruszania się po zawiłościach kampanii EIO.