

Wypowiedź Dénesa Andrása Nagy,  
organizatora europejskiej inicjatywy obywatelskiej „Minority Safepack” (pakiet bezpieczeństwa dla mniejszości)

Jakie wnioski wyciągnęliśmy z kampanii związanej z naszą europejską inicjatywą obywatelską? Wymienię trzy.

Po pierwsze: zbierzcie znacznie więcej niż 1 milion podpisów! W trakcie naszej kampanii „Minority Safepack” udało nam się zebrać ponad 1,3 milionów podpisów. Pamiętajcie jednak, że po zakończeniu kampanii musicie przekazać listy z podpisami do urzędu w każdym kraju UE w celu ich weryfikacji. Może się okazać, że niektóre z podpisów są nieważne: zdarzają się błędy w nazwiskach, w numerze paszportu i w konsekwencji takie podpisy nie są brane pod uwagę. Tak więc ostatecznie z 1,3 miliona podpisów, które zebraliśmy, tylko 1 128 385 uznano za ważne. Straciliśmy, jak widzicie, sporo podpisów. Dlatego nie przestawajcie zabiegać o poparcie! Gdy uda Wam się zebrać 1 milion podpisów, zbierajcie dalej!

Drugi wniosek dotyczy wymaganej minimalnej liczby podpisów w krajach UE. Nie szukajcie poparcia tylko w siedmiu krajach UE! Dlaczego? Prowadziliśmy kampanię między innymi w Austrii, gdzie szło nam naprawdę dobrze. Nie udało nam się przekroczyć wymaganego progu, mimo że zakładaliśmy, że nam się powiedzie. Powód był prozaiczny. Otóż w Austrii, żeby podpisać się pod europejską inicjatywą obywatelską, trzeba mieć dokument, ale generalnie ludzie nie mają przy sobie takiego dokumentu. Tak więc wiele osób podchodziło do nas i mówiło: „Chciałbym się podpisać, ale zostawiłem ten dokument w domu” i niestety już nigdy do nas nie wrócili.

Nie prowadźcie więc swojej kampanii tylko w siedmiu krajach UE.

Bądźcie obecni w wielu krajach! W ten sposób, jeśli z jakiegoś powodu w trakcie kampanii w jednym z krajów UE nie przekroczycie wymaganej liczby podpisów, mimo że na to liczyliście, są jeszcze inne kraje UE, gdzie możecie z powodzeniem zebrać dużo deklaracji poparcia. Tak właśnie zrobiliśmy. W końcu udało nam się przekroczyć wymagany próg w 11 krajach UE. Gdy zbierzecie minimalną liczbę podpisów, nie poprzestawajcie na tym! Dam Wam przykład: w Słowenii wymagana minimalna liczba wynosi 5 640 podpisów i udało nam się tyle zebrać. Trzeba jednak listę z zebranymi podpisami przekazać do właściwego urzędu w tym kraju do weryfikacji. Jeśli poprzestaniecie na minimalnej liczbie podpisów, kampania związana z Waszą europejską inicjatywą obywatelską może się nie powieść, ponieważ niektóre podpisy mogą zostać odrzucone w trakcie ich weryfikacji. Aby tego uniknąć, postarajcie się znacznie przekroczyć próg w więcej niż siedmiu krajach UE.

Trzeci wniosek, który wyciągnęliśmy z kampanii, dotyczy wielojęzyczności. W Unii Europejskiej mamy 24 języki urzędowe, oprócz tego jest 60 języków regionalnych lub mniejszościowych używanych przez 50 milionów obywateli krajów UE. Poza tym Unia Europejska ma bogate dziedzictwo językowe. Dlatego podczas naszej kampanii komunikowaliśmy się z ludźmi w ich językach i zauważyliśmy, że oddźwięk był znacznie lepszy. Na przykład ja jako Węgier mogłem zobaczyć post na Facebooku po węgiersku. Innym przykładem były wpisy na Twitterze opracowane z myślą o społeczności posługującej się językiem ladyńskim (41 tys. osób) właśnie w tym języku, a nie tylko w języku włoskim. Takie wpisy czy posty naprawdę przykuwają uwagę. W nowym systemie europejskiej

inicjatywy obywatelskiej możecie wysyłać komunikaty w językach regionalnych. Korzystajcie z tego narzędzia. Żałuję, że nasz zespół nie miał takiej możliwości w czasie naszej kampanii. Niestety kiedy prowadziliśmy kampanię, mieliśmy „oldschoolowe” narzędzia. Zabiegaliśmy o zwolenników w mediach społecznościowych. I tutaj uwaga: w różnych krajach UE ludzie korzystają z różnych platform. Twitter może być popularny w jednym kraju UE, natomiast w innym większą popularnością może cieszyć się Facebook. A jeszcze w innym najczęściej używaną platformą może być Instagram. Musicie o tym pamiętać. Tak samo ważne jest mówienie w języku Waszych odbiorców. Podsumowując: komunikujcie się w języku Waszych odbiorców, zwracajcie się do nich w pozytywny sposób i zawsze starajcie się rozmawiać z ludźmi, włączając ich w Waszą kampanię! Gdyby w czasie naszej kampanii istniało Forum europejskiej inicjatywy obywatelskiej, pozwoliłoby nam to naprawdę wypromować naszą inicjatywę. Moglibyśmy zwrócić się o pomoc, poprosić o tłumaczenie niektórych tekstów na ich języki. Moglibyśmy zabiegać o wsparcie, na przykład pomoc prawną, lub szukać pomysłów, jak zorganizować udaną kampanię w danym kraju UE. Takie forum byłoby naprawdę pomocne w czasie naszej kampanii. Dlatego bardzo się cieszę, że mamy teraz dostęp do nowego forum Komisji Europejskiej. Chętnie porozmawiam z Wami na tym forum o Waszych inicjatywach.