

Pričevanje Dénesa Andrása Nagyja
Organizator evropske državljanske pobude Minority Safepack

Katera so bila glavna spoznanja v okviru te evropske državljanske pobude? Navedel bom tri.

Prvič: poskrbite, da boste zbrali več kot milijon podpisov! Med kampanjo Minority Safepack smo zbrali več kot 1,3 milijona podpisov. Vendar ne pozabite, da je treba po končani kampanji podpise predložiti v preverjanje nacionalnim organom v vsaki državi članici. Izkaže se lahko, da vsi zbrani podpisi niso veljavni: nekdo je morda napačno zapisal svoje ime ali pozabil navesti številko potnega lista. Tak podpis ne bo preverjen. Na koncu je bilo od 1,3 milijona podpisov potrjenih le 1 128 385. Izgubili smo torej številne podpise. Zato nikar ne odnehajte! Ko boste zbrali milijon podpisov, nadaljujete z zbiranjem izjav o podpori!

Drugo spoznanje se nanaša na pragove v posameznih državah članicah. Podpisov ne zbirajte samo v sedmih državah članicah EU! Zakaj? Na primer, v Avstriji smo izvedli res dobro kampanjo, vendar praga kljub pričakovanjem nismo dosegli. Zakaj? Ljudje običajno ne nosijo s sabo dokumenta, potrebnega za podpis evropske državljanske pobude. Pogosto smo slišali: „Želim podpisati, vendar nimam pri sebi potrebnega dokumenta“. Nato pa se niso več vrnili.

Zato kampanje ne osredotočajte zgolj na sedem držav članic EU:

zastavite si ambicioznejši cilj! Če iz katerega koli razloga med kampanjo ena od držav članic, za katero ste bili prepričani, da bo dosegla prag, tega ne doseže, vse še ni izgubljeno, saj vam bo morda uspelo v drugi državi. Točno tako je bilo v našem primeru: tako smo na koncu dosegli prag v 11 državah članicah EU. Nikakor ne odnehajte, ko ste dosegli prag. Primer: v Sloveniji je prag 5640 podpisov in smo ga dosegli. Vendar morate podpise predložiti v preverjanje pristojnim organom držav članic; če se torej ustavite, ko ste dosegli prag, je morda to razlog za neuspeh vaše evropske državljanske pobude, saj lahko po preverjanju izgubite nekaj podpisov. Zato poskrbite, da boste presegli prag in zbrali podpise v več kot sedmih državah članicah EU.

Tretja spoznanje iz kampanje je večjezičnost. V Evropski uniji imamo 24 uradnih jezikov, poleg tega 50 milijonov državljanov držav članic EU govori 60 regionalnih ali manjšinskih jezikov. Izkoristite bogato jezikovno dediščino Evropske unije. Kako je potekala kampanja? Ljudi smo nagovorili v njihovih jezikih in to je obrodilo sadove. Kot Madžar sem videl oglas na Facebooku v madžarščini, govorniki ladinščine, ki je skupnost 41 tisoč govorcev, pa so lahko prebrali objavo na Twitterju v ladinščini, ne le v italijanščini; to resnično pritegne pozornost. Zdaj veste, da lahko odslej o evropski državljanski pobudi komunicirate v regionalnih jezikih. Izkoristite to možnost. Tudi jaz bi jo, če bi takrat obstajala. Žal smo imeli na voljo le tradicionalna orodja, zato smo gradili na družbenih medijih. Tudi za te velja isto: v različnih državah članicah ljudje uporabljajo različne platforme. V nekaterih državah članicah je bolj priljubljen Twitter, v drugih Facebook, v tretjih pa morda Instagram. Ne pozabite na to in občinstvo nagovorite v njegovem jeziku. Torej: uporabite jezik ciljnega občinstva, komunicirajte z njim, dokažite, da se pogovarjate z ljudmi in jih vključite! Če bi med našo kampanjo obstajal Forum evropske državljanske pobude, bi nam dal velik zagon: ljudi bi lahko prosili za pomoč, lahko bi jih prosili, naj nekatera besedila prevedejo v svoje jezike, lahko bi prosili za podporo, ne glede na to, ali gre za pravne zadeve ali ideje o tem, kako zagotoviti uspeh v nekaterih državah članicah. Forum bi nam bil v veliko pomoč. Zato sem

resnično vesel, da nam je uspelo. Veselim se tudi razprave z vami o vaši pobudi v okviru novega foruma Evropske komisije o evropski državljanski pobudi.