



Mam głos – ilu młodych skorzysta z niego w eurowyborach?

Fundacja Geremka prowadzi akcję profrekwencyjną przed wyborami do Parlamentu Europejskiego. Kieruje ją do najmłodszych wyborców i wyborczyń – najmniej zmobilizowanych do udziału w wyborach europejskich. Z ich udziałem powstała cała kreacja na rolki i grafiki, które publikowane są w mediach społecznościowych, na kanałach projektu Born in EU. “Mam głos” – to fraza, która pada we wszystkich filmikach profrekwencyjnych.

– Od jednej z uczestniczek nagrań do kampanii usłyszeliśmy, że spędziła z nami najlepszy dzień w życiu, że nigdy nie czuła się tak spełniona – opowiada Łukasz Krawczyński z Fundacji Geremka. – O tej potrzebie wpływu, sprawczości dużo mówiły młode osoby, które zaangażowały się w przygotowanie naszej akcji – dodaje Michalina Bieńko z zespołu Fundacji.

Celem kampanii jest dotarcie z informacją o wyborach do Parlamentu Europejskiego do najmłodszych wyborców i wyborczyń, pokazanie im, że głos 9 czerwca ma znaczenie i przełożenie na ich codzienne życie. Przede wszystkim chodzi o zmobilizowanie młodych Polek i Polaków do głosowania. To ważne, bo tylko 39,5% 18-24-latków mówi, że zdecydowanie weźmie udział w czerwcowych eurowyborach (wśród wyborców powyżej 55 roku życia udział zapowiada 70%). Średnia deklarowana frekwencja w wyborach do Parlamentu Europejskiego w Polsce to ok. 55,5%. Rzeczywista może jednak okazać się zdecydowanie niższa.

Fundacja Geremka przy tworzeniu akcji wykorzystwała doświadczenia z międzynarodowego projektu Born in EU (Urodzeni w UE), który prowadziła od 2021 r. Przez te lata wypracowała język mówienia o Unii Europejskiej, w taki sposób, żeby to było bliskie młodym. W ostatnim roku wspólnie z organizacjami partnerskimi z Grecji, Hiszpanii, Niemiec i Włoch przeprowadziła warsztaty z grupą 600 młodych osób, które pozwoliły poznać podejście młodych do Unii Europejskiej, motywacje do udziału w wyborach i bariery, które przed głosowaniem ich powstrzymują. Zebrane insighty Fundacja pogłębiała i weryfikowała w ostatnich tygodniach z grupą fokusową studentów i młodych osób w Polsce. To stało się punktem wyjścia do nagrania rolek (krótkich filmików) profrekwencyjnych, co Fundacja Geremka finansuje z grantu Fundacji im. Stefana Batorego.

– Naturalną dla młodych wolność podróżowania, studiowania można stracić – pokazujemy to na przykładzie Wielkiej Brytanii i konsekwencji brexitu. Nawet jeśli spieramy się o politykę klimatyczną UE, to faktem jest, że Unia prowadzi najbardziej ambitną batalię o klimat na świecie. O równouprawnienie również – przykładowe tematy poruszane w akcji wymienia Aleksandra Saczuk,



prezeska Fundacji Geremka i dodaje: – Przez kampanię próbujemy pokazać młodym ludziom, że ten skomplikowany Parlament Europejski i Unia Europejska mają wpływ na ich codzienne życie. Nawet jeśli wśród kandydatów i kandydatek na europosłów trudno jest młodym osobom wskazać osoby, które w pełni reprezentują ich pokolenie czy potrzeby, to motywujemy do znalezienia i zagłosowania na tych najbardziej ich zdaniem eurokompetentnych. Nie straszymy, ale mówimy, żeby poszli na wybory i sami urządzili Parlament Europejski, tak jak sami chcą decydować, jak będzie wyglądał ich pokój czy mieszkanie.

Więcej na profilach projektu BORN in EU na [Instagramie](#) i [Facebooku](#)

Osoba do kontaktu: Łukasz Krawczyński, lukasz.krawczynski@geremek.pl



Projekt współfinansowany jest przez Fundację im. Stefana Batorego w ramach programu Dotacje na Demokrację.