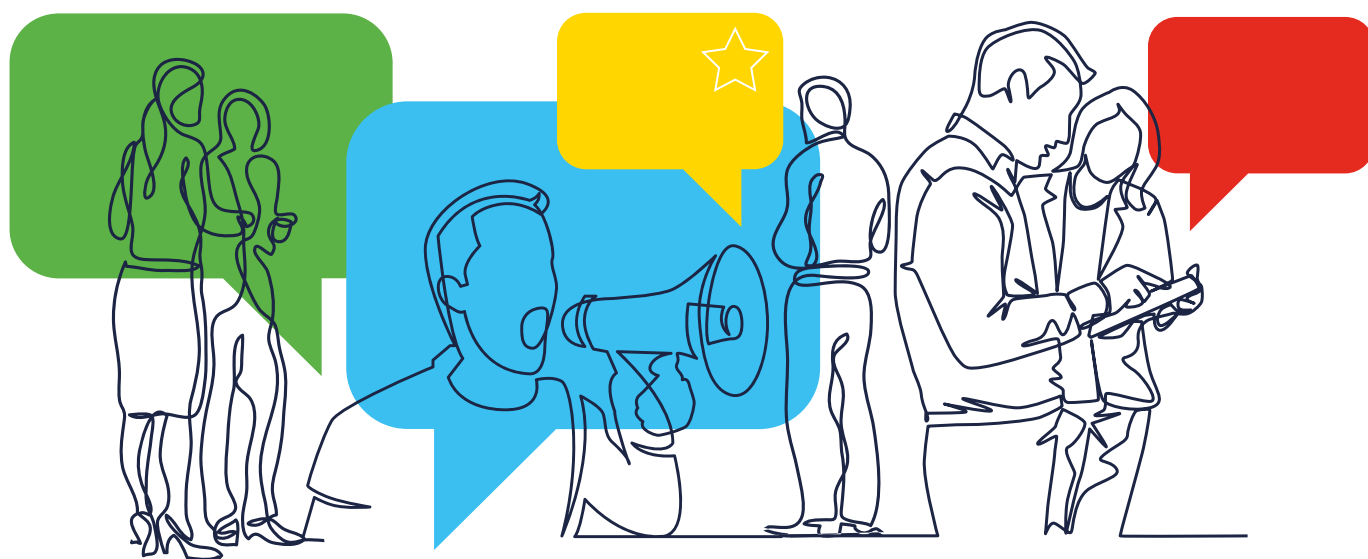




AZ EURÓPAI POLGÁRI KEZDEMÉNYEZÉS FÓRUMA

EGY KÖZÜLÜNK (ONE OF US)



TUDJON MEG TÖBBET – ESZMECSERÉK -
LÉPJEN KAPCSOLATBA MÁSOKKAL - KÉRJEN TANÁCSOT!

| TARTALOMJEGYZÉK

| | |
|--|---|
| EGY KÖZÜLÜNK (ONE OF US) | 3 |
| Az „Egy közülünk” (One of Us) kampány | 4 |
| Az „Egy közülünk” (One of Us) kampány hatása | 7 |



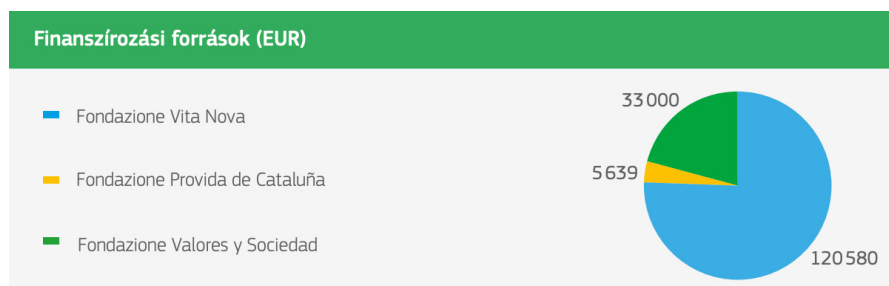
1

EGY KÖZÜLÜNK (ONE OF US)

A 2012. május 11-én nyilvántartásba vett „Egy közülünk” kezdeményezés volt az egyik első olyan polgári kezdeményezés, amelyhez a szervezőknek sikerült 1 millió aláírást összegyűjteniük. A kezdeményezés jogi védelmet hivatott biztosítani az emberi méltóságnak, az élethez való jognak és az emberek integritásának, mégpedig a fogantatás pillanatától kezdve. Átfogó célja az volt, hogy az EU beszüntesse az olyan tevékenységek anyagi támogatását, amelyek során emberi embriókat használnak. Mindez különösen a kutatás, a közegészségügy és a fejlesztési támogatás területét érinti.

A „Egy közülünk” kezdeményezéshez a szervezők jogszabálytervezetet is kidolgoztak. A dokumentumban három jogszabály módosítására tettek javaslatot. A szervezők továbbá a 2013. szeptemberi kampányra egy jogi személyiséggel rendelkező szervezetet is megalapítottak „One of Us Federation” névvel.

Az Európai Bizottság úgy döntött, nem vizsgálja felül a létező jogi keretet, mert azt megfelelőnek ítélte.



A kampány sikeréhez hozzájáruló tényezők:

- A Vatikán nyilvánosan támogatta a kezdeményezést.
- A tagállami bizottságok erősek voltak.
- A kampány különösen azokra az országokra összpontosított, ahol a téma jól ismert volt.

2

Az „Egy közülünk” (One of Us) kampány

Előkészületek

A kampány azon országok civil szervezeteitől indult útnak, ahol hagyományosan erősek az életvédő (pro life) szervezetek (Franciaország, Németország, Lengyelország, Spanyolország, Olaszország). A szervezetek ezek után felvették a kapcsolatot más országok olyan civil szervezeteivel, amelyek tagállami bizottságokon keresztül képesek voltak a kampányt lefolytatni. A civil szervezetek a partnerszervezetek segítségével összegyűjtötték a kellő pénzüsszeget a kezdeményezés központi koordinációjának finanszírozásához (értekezlet szervezése, utazási költségek kifizetése stb.). A tagállami kampányok finanszírozásához az adott tagállami bizottságok gyűjtöttek pénzt.

Végrehajtás

Az aláírásgyűjtési kampány rögtön a nyilvántartásba vétel után kezdődött. (Ma már a szervezőknek hat hónapjuk van arra, hogy a nyilvántartásba vétel után megkezdjék a támogató nyilatkozatok összegyűjtését, amely maga 12 hónapig tarthat. Az „Egy közülünk” kezdeményezés idején ez a szabály még nem létezett). A kampány első öt hónapja „elsősorban azzal telt, hogy kiépítettünk egy struktúrát, amellyel a 28 uniós tagállamban meg lehetett kezdeni a kampányt.” A kampány maga, illetve az aláírásgyűjtés csak ezután kezdődött, és emiatt csak hat hónapig tartott.

A kampány nagymértékben támaszkodott a médiára és különböző online forrásokra. A nyilvánosság tájékoztatása és nevelése érdekében a szervezők létrehozta egy külön weboldalt, és a hagyományos médiát is megcélozták (pl. interjúkat adtak), továbbá aktívak voltak a Facebookon és a Twitteren is.



| Aláírások gyűjtése

A szervezők meghatároztak egy átfogó kommunikációs stratégiát, amely keretet biztosított az egyes tagállami bizottságok által lefolytatandó országos kampányhoz. A tagállamok saját nagykövetet neveztek ki, akinek a kezdeményezés népszerűsítése és a figyelemfelkeltés volt a feladata.

A stratégia alapjai az alábbi mérföldkövek voltak:

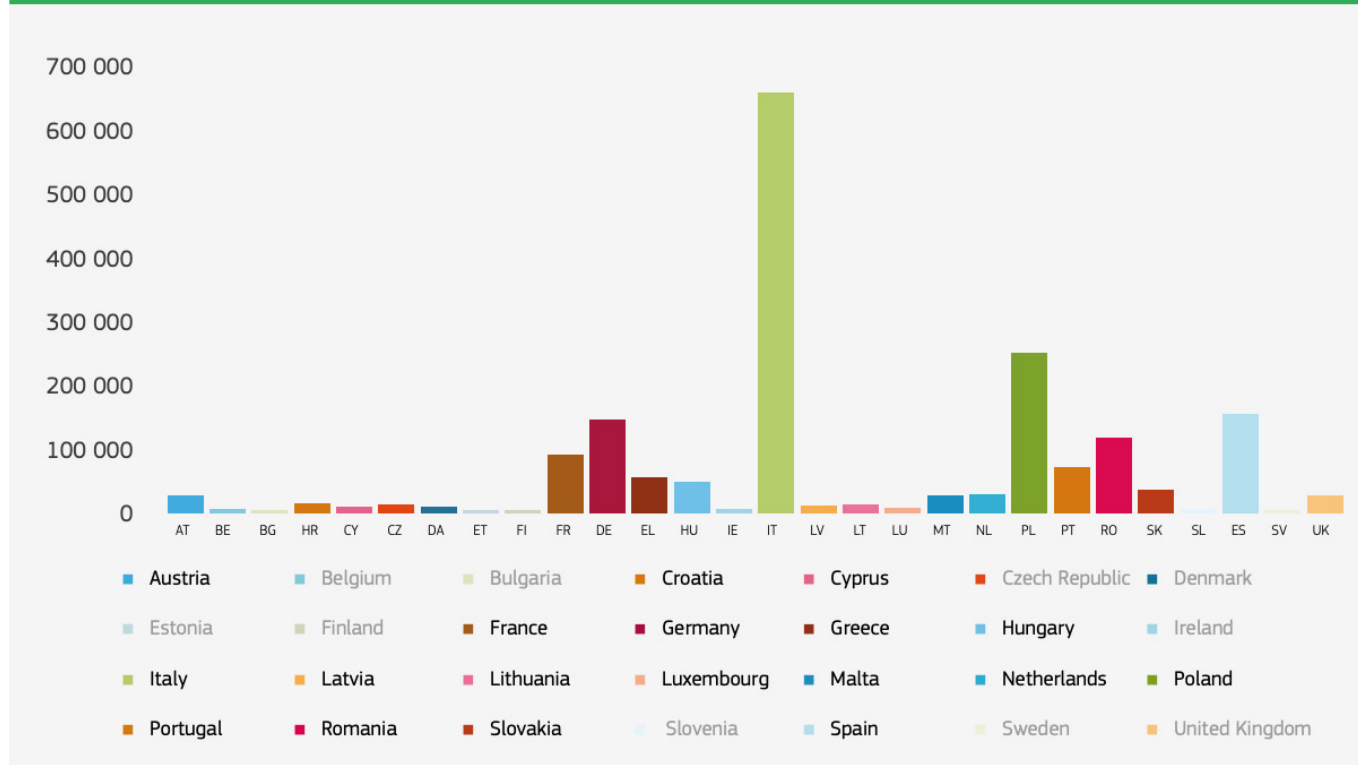
1. – a minimális számú aláírásra vonatkozó követelménynek való megfelelés hét országban,
2. – 1 millió aláírás összegyűjtése,
3. – 1,2 millió aláírás összegyűjtése (arra az esetre, ha bizonyos aláírások nem érvényesek),
4. – 1,5 millió aláírás összegyűjtése (a kezdeményezés üzenetének hangsúlyozása érdekében),
5. – a lehető legtöbb aláírás összegyűjtése a lehető legtöbb országból.

A szervezők számára az egyik legnagyobb kihívás az volt, hogy az online aláírásgyűjtő rendszer létrehozása technikai nehézségekbe ütközött. Erre válaszul a Bizottság az európai polgári kezdeményezés kezdeti szakaszában tárhelyt biztosított a szervezők online aláírásgyűjtő rendszereinek (noha erre a rendelet értelmében nem volt kötelező), valamint technikai segítségnyújtást és képzést nyújtott számukra. A Bizottság kivételesen azt is lehetővé tette, hogy a 2012. október 31-ig nyilvántartásba vett kezdeményezések támogató nyilatkozatait 2013. november 1-jéig gyűjthessék össze, azaz a hivatalos 12 hónapnál több idő állt rendelkezésükre.

A támogató nyilatkozatok kb. 65%-át önkéntesek papíron gyűjtötték össze, a többi 35% aláírására pedig online került sor (a 2013. november 1-jei adatok szerint, amikor is az aláírásgyűjtési szakasz véget ért).



Támogató nyilatkozatok száma
(vastaggal szedve azokat az országokat, ahol elérték a küszöbértéket)



| Ellenőrzés és benyújtás

A szervezők 2014. február 28-án nyújtották be a kezdeményezést, valamint az 1 721 626 támogató nyilatkozat érvényességét megerősítő igazolásokat.

3

Az „Egy közülünk” (One of Us) kampány hatása

Vizsgálat és a Bizottság döntése

A szervezők 2014. április 9-én találkoztak a kutatásért, innovációért és tudományért felelős európai biztossal, valamint a Fejlesztési és Együttműködési Főigazgatóság főigazgató-helyettesével (lásd a [sajtóközleményt](#)). A rákövetkező napon az Európai Parlamentben nyilvános meghallgatás keretében is bemutatták kezdeményezésüket.

A Bizottság 2014. május 28-án [közleményben](#) kijelentette, hogy nem fog jogalkotási javaslatot előterjeszteni, mert a finanszírozási keretet a Parlament és az uniós tagállamok röviddel azt megelőzően vitatták meg és fogadták el (lásd a [sajtóközleményt](#)).

A válaszintézkedésekkel kapcsolatban bővebb információk olvashatók az [európai polgári kezdeményezés weboldalán](#).



| Nyomon követés

A szervezők elsősorban e-mailben tájékoztatták támogatóikat a kampány menetéről. Teljes körű jelentéseket küldtek „az egyes országokban összegyűjtött e-mail-címekre arról, hogy hány aláírás érkezett összesen”. Céljuk az volt, hogy az egyik országban elért sikerek motiválják a többi országot. Amikor az „egyik országban összegyűlt a minimális számú aláírás”, a szervezők ezt a „a többi ország kampányának lelkesítésére” használták fel.

Az európai polgári kezdeményezés csupán egy hosszú távú együttműködés kezdete. A kampány mellett a szervezők szervezetet is alapítottak, amely európai és tagállami szinten továbbra is tevékeny. Ez a példa nem csak azt mutatja, hogy az európai polgári kezdeményezés segítségével az emberek hallatni tudják hangjukat, hanem azt is, hogy a kezdeményezés egy közös cél és egy hosszú távú stratégia érdekében teret nyújthat a hasonló gondolkodású személyek összefogásának.

A siker ellenére a szervezők azt állítják, hogy ma már kicsit másképp szerveznék a kampányt: „Minden országban megbízható struktúrát hoznánk létre, hogy a kampány alatt több időnk legyen az aláírásgyűjtésre, és hogy célzottabban tervezzünk hosszú távra” – mondták.



Jó tanácsok más kezdeményezések szervezőinek

- Jogi kérdéseit küldjék el az európai polgári kezdeményezés fórumának ügyfélszolgálatára.
- Kommunikáljanak! Gondoskodjanak mind horizontális, mind vertikális információáramlásról a kampány során.
- Sarkalatos pont a motiváció. A tagállami koordinátorokat azzal lehet ösztönözni, ha hetente friss adatokat kapnak az aláírások gyűjtésének helyzetéről.
- Ha az 1 millió aláírás túl soknak tűnik az elején, határozzanak meg országspecifikus és uniós szintű célértékeket és határidőket, majd gondosan kövessék nyomon az előrehaladást.
- Azokra az országokra összpontosítsák a kampányt, ahol a kezdeményezés témája jól ismert.
- Ne felejtsek, hogy végül az Európai Bizottság dönt arról, hogy egy-egy sikeres európai polgári kezdeményezésre válaszul milyen intézkedést hoz.



Levont tanulságok

- A szervezők tudatában voltak annak, hogy – noha a Bizottság nem köteles jogalkotási javaslatot kidolgozni – „a kezdeményezés, ha sikeres lesz, jelentős politikai nyomást fog gyakorolni és vitát fog generálni Európában”.
- Annak ellenére, hogy a kezdeményezést XVI. Benedek pápa és Ferenc pápa egyaránt nyilvánosan támogatta, „a kampány sikerét kedvezőtlenül befolyásolta az, hogy a médiában nem kapott figyelmet az ügy”.
- Végezetül pedig a kampány azokra az országokra összpontosított, ahol erős az életvédő (pro life) mozgalom (pl. Franciaország, Németország, Lengyelország, Spanyolország, Olaszország). Azokban az országokban, ahol nem állt össze erős tagállami bizottság és ahol a pénzügyi források korlátozottak voltak, csak kevés támogatást sikerült szerezni.