



AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BIZOTTSÁGA

Brüsszel, 2009.8.20.
C(2009) 6464 végleges

A BIZOTTSÁG AJÁNLÁSA

2009.8.20.

**egy versenyképesebb audiovizuális és tartalomipar, továbbá egy befogadó tudásalapú
társadalom érdekében a digitális környezethez igazodó médiaműveltségről**

A BIZOTTSÁG AJÁNLÁSA

2009.8.20.

egy versenyképesebb audiovizuális és tartalomipar, továbbá egy befogadó tudásalapú társadalom érdekében a digitális környezethez igazodó médiaműveltségről

AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BIZOTTSÁGA,

tekintettel az Európai Közösséget létrehozó szerződésre és különösen annak 211. cikkére¹,
mivel:

- (1) A Bizottság 2007. december 20-án közleményt fogadott el „A digitális környezethez igazodó médiaműveltség európai megközelítése”² címmel, amely a kereskedelmi kommunikációhoz, így például a reklámozáshoz szükséges médiaműveltségre, az audiovizuális művek értelmezéséhez és alkotásához szükséges médiaműveltségre, így többek között az európai filmek iránti érdeklődés növelésére és a médiakreativitással kapcsolatos képességek ösztönzésére, valamint az online tartalmakkal kapcsolatos médiaműveltségre, például az internetes keresőmotorok eredményesebb használatának ismeretére összpontosít.
- (2) A médiaműveltségről a digitális világban című jelentésében³ az Európai Parlament sürgette a Bizottságot, hogy az európai intézményekkel és a helyi és regionális hatóságokkal együttműködésben terjessze ki szakpolitikai stratégiáját a médiaműveltség ügyének előmozdítására.
- (3) Az Oktatási, Ifjúsági és Kulturális Tanács 2008. május 21–22-i ülésén elfogadott, a médiaműveltségre vonatkozó tanácsi következtetések⁴ osztják az Európai Bizottság által javasolt azon stratégiai megközelítést, amely szerint a médiaműveltség napjaink információs társadalmában az aktív polgári szerepvállalás fontos tényezője.
- (4) A Régiók Bizottsága 2008 októberében átfogó véleményt⁵ fogadott el az online kreatív tartalom és a médiaismeret tárgyában.
- (5) A lisszaboni Európai Tanács⁶ a következtetéseiben megállapította, hogy a „tartalomipar az európai kulturális sokféleség kihasználásával és hálózatba szervezésével hozzáadott értéket teremt”. A 2007-ben indított európai kulturális program stratégiai szakpolitikai keretet teremt a kulturális területen jelentkező főbb

¹ HL C 325/1, 2002.12.24.

² COM(2007) 833 végleges

³ 2008/2129(INI), 2008.11.24.

⁴ 2008/C 140/08

⁵ CdR 94/2008

⁶ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A6-2005-0278&language=EN>

kihívások kezelésére, a kultúráról mint a kreativitás és az innováció katalizátoráról szóló, 2009. májusi tanácsi következtetések pedig, amelyek a kultúra sajátos szerepét hangsúlyozzák a kreativitás és az innováció terén, átfogóbb koncepcióra szólítanak fel az innovációt illetően, a 2010 utáni időszakra szóló lisszaboni stratégia részeként. Ez különösen az Európai Bizottság i2010 kezdeményezésének keretében fontos, amely az IKT ágazat versenyképességét kívánja megnövelni, emellett pedig egységes európai információs teret hozna létre.

- (6) A médiaműveltség növelése jelentős mértékben hozzájárulhat a lisszaboni Európai Tanács által az Európai Unió számára kitűzött és az i2010 kezdeményezésben szereplő célkitűzések eléréséhez, különösen a versenyképesebb tudásgazdaság, s egyúttal egy befogadóbb információs társadalom megteremtése terén.
- (7) A 2006 végén tartott nyilvános konzultáció Európában jelentős különbségeket tárt fel a médiaműveltséggel kapcsolatos gyakorlatok és a médiaműveltségi szint tekintetében. Kétségtelen ugyanakkor, hogy a médiaműveltség szintjének felmérésére nem állnak rendelkezésre egyeztetett kritériumok vagy normák, ezek megállapításához égetően szükség lenne egy kiterjedt, hosszabb távú kutatásra.
- (8) Amint azt „A médiaműveltség tendenciái és megközelítési módjai Európában” című, a Bizottság megbízásából 2007 második felében készített tanulmány is elismeri, a médiaműveltség európai szintű fejlődését számos akadály nehezíti, köztük elsősorban a közös jövőkép hiánya, a nemzeti, regionális és helyi kezdeményezések európai szintű láthatóságának hiánya, valamint az európai hálózatoknak és az érdekelttek közötti koordinációnak a hiánya.
- (9) Elengedhetetlenül szükséges lenne, hogy elemezzük, a felszínre hozzuk és egymással megosszuk a bevált gyakorlatot ezen a téren, az érdekelttek között pedig európai hálózatokat építsünk ki és támogassunk.
- (10) Ha az európai polgárok médiafogyasztóként tájékozottságon alapuló és diverzifikált döntéseket tudnak hozni, az az európai audiovizuális és tartalomipar versenyképességét is növeli.
- (11) A médiaműveltségen a médiához való hozzáférésre, a média és a médiatartalmak különböző aspektusainak megértésére és kritikus szemmel való vizsgálatára, valamint a különféle kontextusokban megvalósuló kommunikációra való képességet értjük.
- (12) A digitális kreatív tartalmak terjedése és az online és mobil terjesztési platformok megsokszorozódása új kihívásokat teremt a médiaműveltség terén. A mai világban olyan elemző készségekre van szükség, amelyek segítségével a digitális médiát intellektuálisan és érzelmileg jobban tudjuk értelmezni.
- (13) A médiaműveltség a média valamennyi válfajára kiterjedő fogalom. Médiaműveltség birtokában az ember tudatosabban szemléli mindazokat a médiaüzeneteket, amelyek nap mint nap számtalan forrásból érkeznek. Médiaüzenetnek számítanak például a műsorok, filmek, képek, szövegek, hangok és weboldalak, amelyek különböző kommunikációs adathordozókon jelennek meg.
- (14) A médiaműveltség fontos szerepet játszik az európai audiovizuális örökség és kulturális identitás tudatosításában, illetőleg az európai filmművészeti és audiovizuális örökség megismertetésében és népszerűsítésében.

- (15) A médiaműveltség napjaink információs társadalmában befogadás és polgári részvétel kérdése is. Nem csak a fiatalabb generációra korlátozódik, hiszen a felnőttek, idősek, szülők, tanárok és médiaszakemberek számára egyaránt nélkülözhetetlen. Az internetnek és a digitális technológiának köszönhetően ma már egyre több európai polgár tudja, hogyan hozhat létre vagy oszthat meg képeket, információkat és tartalmat. A médiaműveltség mára az aktív és teljes körű polgári részvétel egyik elengedhetetlen előfeltételévé vált, amellyel kivédhető vagy mérsékelhető a közösségi életből való kirekesztődés.
- (16) A „médiaművelt” társadalom egyszerre lehet ösztönzője és előfeltétele a média pluralizmusának és függetlenségének. A társadalmon belüli vagy társadalmak közötti különféle csoportok különböző nyelveken közölt különféle nézeteinek és eszméinek kifejezése kedvezően hat a sokféleség, a tolerancia, az átláthatóság, a méltányosság és a párbeszéd által képviselt értékekre. A médiaműveltség növelését a társadalom valamennyi szegmensében elő kell mozdítani, alakulását szorosan figyelemmel kell kísérni.
- (17) A demokrácia a polgárok közösségi életben való aktív részvételének függvénye, a médiaműveltség pedig biztosíthatja azokat a készségeket, amelyek az új kommunikációs technológiákon keresztül nap mint nap érkező megannyi információ értelmezéséhez szükségesek.
- (18) A médiaműveltség a különféle szinteken eltérő kezelésmódot igényel. Azt, hogy a médiaműveltség milyen módon jelenjen meg az egyes szinteken az iskolai tantervekben, elsődlegesen a tagállamok feladata eldönteni. A helyi önkormányzatok szerepe is rendkívül fontos, hiszen közelebb állnak az állampolgárokhoz, és támogathatják a formális oktatás keretein kívüli kezdeményezéseket. A civil társadalom aktívan, alulról építkezve hozzájárulhat a médiaműveltség ügyének előmozdításához.
- (19) Az olyan bizottsági kezdeményezések, mint amilyen a MEDIA 2007 (Az európai audiovizuális ágazatot támogató program végrehajtásáról szóló, 2006. november 15-i 1718/2006/EK európai parlamenti és tanácsi határozat⁷) és az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv (a tagállamok törvényi, rendeleti vagy közigazgatási intézkedésekben megállapított, televíziós műsorszolgáltató tevékenységre vonatkozó egyes rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 89/552/EGK tanácsi irányelv módosításáról szóló, 2007. december 11-i 2007/65/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv⁸), és amelyek célja az európai audiovizuális és tartalomipar versenyképességének fokozása, szintén szerepet játszhatnak a médiaműveltség megteremtésében.
- (20) A Bizottság figyelemmel kívánja kísérni az audiovizuális médiaműveltség és a kereskedelmi kommunikációval kapcsolatos médiaműveltség irányában az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv (37) preambulumbekzdésének megfelelően, különösen pedig az audiovizuális médiaszolgáltatásokkal foglalkozó kapcsolattartó bizottság munkájának keretében és az irányelv 26. cikkében foglalt jelentéstételi kötelezettséggel összefüggésben tett erőfeszítéseket.

⁷ HL L 327., 2006.11.24., 12. o.

⁸ 2007/65/EK – HL L 332, 2007.12.18.

- (21) A Bizottság ösztönzi a médiaműveltséggel kapcsolatos, a meglévő programok keretében zajló kutatási projekteket. Különösen azt kívánja felmérni, hogy milyen mértékű a személyes adatok online megosztásával kapcsolatos kockázatok ismerete, illetve azt kívánja megvizsgálni, hogyan fejleszthető a keresőmotorok használata.
- (22) A médiaműveltséggel kapcsolatos kezdeményezéseknek ki kell terjedniük a szerzői jogok szerepével kapcsolatos ismeretterjesztésre is.
- (23) A médiaműveltséget érintő kezdeményezéseknek emellett foglalkozniuk kell azokkal az információs és kommunikációs hálózatokkal, amelyek a személyes adatokat elsősorban személyre szabott fogyasztói ajánlatok nyújtása céljából dolgozzák fel, illetve azokkal a kihívásokkal, amelyek ezáltal a személyes adatok védelme és a magánélet tiszteletben tartása terén jelentkeznek. Igaz, hogy az információs és kommunikációs hálózatok új lehetőségeket adnak a felhasználóknak, ám ezzel addig ismeretlen kockázatoknak, például személyazonossági adatokkal való visszaélésnek, diszkriminatív profilok létrehozásának vagy az állandó megfigyelés veszélyének is utat nyitnak. A Bizottság ezekkel az aggályokkal és a lehetséges megoldásokkal az adatvédelemnek a magánélet védelmét erősítő technológiák által történő ösztönzéséről szóló közleményében⁹ foglalkozott.
- (24) A digitális médiaműveltségre vonatkozó kezdeményezéseknek biztosítaniuk kell a hagyományos kiadók szerves bevonását, figyelembe véve, hogy az offline világgal kapcsolatos médiaműveltséget illetően a kiadói ágazat rendkívül értékes tapasztalatokkal bír, és azt, hogy ez az ágazat is egyre inkább digitális tartalom-előállításra és -terjesztésre áll át.
- (25) A Bizottság szándéka az, hogy további konszenzust teremtsen a médiaműveltség alapvető szempontjait (fogalmakat, célkitűzéseket) illetően, és hogy támogassa a digitális környezetben a médiaműveltséggel – ezen belül az európai médiaágazat gazdaságosságával – kapcsolatos bevált gyakorlat elemzését és megosztását, különösen AVMS kapcsolattartó bizottsági ülések¹⁰ szervezésével, a MEDIA 2007¹¹ rendezvények népszerűsítésével és támogatásával, valamint más európai intézményekkel és nemzetközi szervezetekkel (pl. az Európa Tanács, az UNESCO és az ENSZ Civilizációk Szövetsége) folytatott együttműködés révén, továbbá a médiaműveltség terén a köz- és a magánszféra közötti partnerség előmozdításával,

AJÁNLJA:

- I. hogy a tagállamok, adott esetben az audiovizuális és az elektronikus hírközlési szabályozási hatóságokkal, továbbá az adatvédelmi felügyeleti hatóságokkal együttműködve:
1. fejlesszenek ki és hajtsanak végre olyan társszabályozási kezdeményezéseket, amelyek eredményeként a főbb érdekelttek magatartási kódexeket fogadhatnak el, és támogassanak önszabályozási kezdeményezéseket és iránymutatásokat az alábbi II. részben a médiaipar tekintetében meghatározott tárgykörökben;

⁹ COM (2007) 228 végleges, 2007.5.2.

¹⁰ AVMS, lásd 2007/65/EK.

¹¹ Az Európai Parlament és a Tanács 1718/2006/EK határozata (2006. november 15.) az európai audiovizuális ágazatot támogató program végrehajtásáról (MEDIA 2007)

2. az európai médiaműveltségi szintek értékelésére vonatkozó kritériumokról szóló aktuális bizottsági tanulmány alapján mozdítsák elő a digitális környezethez igazodó médiaműveltség különféle szempontjaira és dimenzióira kiterjedő, tanulmányok és projektek útján megvalósuló, módszeres kutatást, emellett pedig kísérik figyelemmel és mérik a médiaműveltség szintjének alakulását;
 3. konferenciák és egyéb nyilvános rendezvények keretében, továbbá az egész életen át tartó tanuláshoz szükséges kulcskompetenciákról szóló, 2006. december 18-i európai parlamenti és tanácsi ajánlásban megállapított, az egész életen át tartó tanuláshoz szükséges kulcskompetenciák biztosítása keretében kezdeményezzenek vitát a médiaműveltség kötelező iskolai tantervbe való beépítéséről;
 4. fokozzák a nemzeti és az európai audiovizuális örökséggel kapcsolatos ismeretek bővítésére irányuló erőfeszítéseket a polgároknak szánt nemzeti ismeretterjesztő kampányok útján;
 5. képzések, információs napok és tájékoztató csomagok terjesztése révén bővítsék az ismereteket a személyes adatok információs és kommunikációs hálózatokban történő feldolgozásával kapcsolatos kockázatokról, emellett pedig adjanak erre vonatkozóan tájékoztatást a felhasználók, különösen a fiatalok, a szülők és a tanárok számára.
- II. hogy a médiaipar vállaljon nagyobb fokú elkötelezettséget arra, hogy biztosítja a szükséges eszközöket a médiaműveltségi szint alábbiak révén történő növeléséhez:
1. módszeres ismeretterjesztés kampányok formájában arról, hogyan hozhatók létre, szerkeszthetők és oszthatók meg az információk és a kreatív tartalmak digitális világunkban, kitérve a keresőmotorok működésére és hatékonyabb felhasználási módjaira;
 2. a polgárok számára egyértelmű, felhasználóbarát információk biztosítása egyrészt olyan ismeretterjesztő kampányok útján, amelyek a kereskedelmi kommunikációt szolgáló technikákkal és különösen a termékelhelyezéssel, továbbá az online hirdetéssel kapcsolatosak, másrészt pedig a reklám és a tartalom közötti határok megfelelőbb azonosítását szolgáló eszközök révén;
 3. a polgárok tájékoztatása és elsősorban a fiataloknak szóló olyan tájékoztató csomagok elkészítése, amelyek azt ismertetik, hogy személyes adataikat hogyan dolgozzák fel a személyre szabott ajánlatok elkészítésekor, különösen az interaktív hirdetési tevékenységek során, a hatályos jogi rendelkezéseket teljes mértékben figyelembe véve;
 4. a polgárok aktív tájékoztatása tájékoztató napok szervezésével abban a tárgyban, hogy hogyan működik a kreatív gazdaság, ebben a tekintetben a szellemi tulajdonjog szerepét is ismertetve.

Ennek az ajánlásnak a tagállamok a címzettjei.

Kelt Brüsszelben, 2009.8.20.

a Bizottság részéről
Viviane REDING
a Bizottság tagja

HITELES MÁSZLAT
a főtitkár nevében

Jordi AYET PUIGARNAU
Hivatalvezető