



EUROPEISKA GEMENSKAPERNAS KOMMISSION

Bryssel den 20.12.2007
KOM(2007) 833 slutlig

**MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET,
RÅDET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN OCH
REGIONKOMMITTÉN**

En europeisk strategi för mediekunskap i den digitala miljön

MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET, RÅDET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN OCH REGIONKOMMITTÉN

En europeisk strategi för mediekunskap i den digitala miljön

1. MEDIEKUNSKAP I DEN DIGITALA MILJÖN

Mediekunskap håller i allt högre grad på att bli en viktig punkt på de europeiska och nationella politiska dagordningarna i medie- och kommunikationssektorerna. I det nya direktivet om audiovisuella medietjänster (AVMS-direktivet) till exempel, fastställs ett rapporteringskrav för kommissionen att mäta mediekunskapsnivåerna i alla medlemsstater¹.

Även om media spelar en nyckelroll för att de europeiska medborgarna ska förstå världen bättre och delta i det demokratiska samhällslivet och i kulturlivet håller mediekonsumtionen på att ändra sig. Rörlighet, användargenererad kommunikation, Internet och den ökande tillgängligheten av digitala produkter håller på ett radikalt sätt att förändra mediesektorn. Det är följaktligen viktigt att få bättre kunskap och förståelse för hur media fungerar i den digitala världen, vilka de nya aktörerna i mediesektorn är och vilka nya möjligheter och problem konsumtionen av digitala media kan innebära. Det påverkar i hög grad användarnas förtroende för den digitala tekniken och media och därigenom spridningen av IKT och media, vilket är en prioritet för Europeiska kommissionen, såsom bekräftas i dess strategiska ram ”i2010”.² Rent allmänt är det också viktigt att medborgarna får en bättre förståelse för medias ekonomiska och kulturella dimension och att en diskussion äger rum om betydelsen för Europas ekonomi av att ha starka och konkurrenskraftiga media på global nivå som leder till pluralism och kulturell mångfald.

En högre grad av mediekunskap kan avsevärt bidra till att uppnå de mål som sattes för Europeiska unionen vid Europeiska rådets möte i Lissabon år 2000. Detta är särskilt viktigt för inrättandet av en mer konkurrenskraftig och kunskapsbaserad ekonomi för alla genom att öka konkurrenskraften i IKT- och mediesektorerna, för genomförandet av det gemensamma europeiska informationsområdet och för främjandet av integration, bättre offentliga tjänster och livskvalitet.

Denna europeiska strategi för mediekunskap i den digitala miljön är ett svar på uppmaningar från Europaparlamentet³, media och IKT-branschen. Den kompletterar det pågående EU-

¹ Artikel 26: kommissionen ska överlämna ”en rapport om tillämpningen av detta direktiv och, om så krävs lämna ytterligare förslag för att anpassa direktivet till utvecklingen på området för audiovisuella medietjänster, särskilt mot bakgrund av den senaste tekniska utvecklingen, sektorns konkurrenskraft och nivåerna på mediekunskapen i alla medlemsstater.”

² Se vidare: http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/index_en.htm

³ I en resolution av den 6 september 2005 om direktivet ”Television utan gränser” (89/552/EEG) uppmanade Europaparlamentet rådet och kommissionen att ”utarbета och genomföra mediekunskapsprogram för att främja ett aktivt och medvetet medborgarskap i Europa”. I en rapport av den 22 november 2006 (A6-0399/2006) om samma ämne definieras mediekunskap som en grundläggande färdighet. Den 27 april 2006 antog Europaparlamentet en resolution om övergången från analoga till digitala sändningar (2005/2212(INI)). På unionsnivå uppmanar den kommissionen att ”ta fram ett meddelande om mediekunskap”. I de frågor som ställdes till Viviane Reding i utfrågningarna i

initiativet om mediemångfald⁴, moderniseringen av det rättsliga regelverket för audiovisuella medietjänster och för elektroniska kommunikationer, de strategiska initiativen för mobil-TV⁵ och om kreativt innehåll på nätet och det kommande initiativet om e-integration.

Detta meddelande är ytterligare en byggsten i den europeiska audiovisuella strategin. Genom meddelandet skapas kopplingar till i synnerhet bestämmelserna i AVMS-direktivet (meddelandet kommer att främja forskning i kriterier för utvärdering av mediekunskap som är ett första steg mot rapporteringskravet i artikel 26)⁶ och programmet Media 2007. I Media 2007-programmet betonas betydelsen av mediekunskap och initiativ för bildundervisning för att få tillgång till europeiska audiovisuella verk och för att förbättra Europas filmhistoriska och audiovisuella arv. Huvudsyftet är att framhäva och främja bästa praxis i mediekunskap på europeisk nivå och att föreslå åtgärder. Meddelandet bygger på resultaten från det arbete som gjorts i expertgruppen för mediekompetens (som inrättades 2006) och resultaten från det offentliga samrådet som drogs igång i oktober 2006 och på erfarenheten från kommissionens tidigare och nuvarande initiativ om mediekunskap.

Detta meddelande har inga finansiella konsekvenser för gemenskapens budget förutom de som är planerade och fastställda i budgetramen 2007–2013.

2. EN EUROPEISK DEFINITION AV MEDIKUNSKAP

Mediekunskap definieras allmänt sett som möjligheten att få tillgång till media, att förstå och kritiskt utvärdera olika aspekter av media och medieinnehåll och att skapa kommunikationer i en rad olika sammanhang. Denna definition har godkänts av en stor majoritet av de svarande i det offentliga samrådet och av medlemmarna i expertgruppen för mediekompetens⁷. Massmedia är media som har möjlighet att nå en omfattande allmänhet via olika distributionskanaler. Mediebudskap är informationsinnehåll och kreativt innehåll som ingår i texter, ljud och bilder som bärs av olika former av kommunikation, inbegripet television, bio, video, webbplatser, radio, videospel och virtuella gemenskaper.

Europaparlamentet 2004 förekom flera av ämnena i detta meddelandet, till exempel integration och tillgänglighet. Som svar på en fråga om säkerhet för barn på Internet sade Viviane Reding också att "mediekunskap eller medieutbildningsprogram" är ett sätt att ge minderåriga möjligheter på och förbättra deras medvetenhet.

⁴ En strategi i tre steg om mediemångfald lanserades av Europeiska kommissionen den 16 januari 2007. Första steget bestod av ett arbetsdokument från kommissionen, det andra är en oberoende undersökning för att definiera och testa konkreta och objektiva indikatorer för att utvärdera mediemångfalden i EU:s medlemsstater (svaren förväntas i början av 2009). Detta ska följas av ett meddelande från kommissionen om indikatorerna för mediemångfald i EU:s medlemsstater, vilket beräknas vara klart under 2009. Se: http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm

⁵ Meddelande från kommissionen till Europaparlamentet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt Regionkommittén - Att stärka den inre marknaden för mobil-TV KOM/2007/0409 slutlig.

⁶ Skäl 37 i direktivet om audiovisuella medietjänster: "Mediekunskap" handlar om de kunskaper och färdigheter och den förståelse som konsumenten behöver för att kunna använda medier effektivt och säkert. Mediekunniga människor kan göra välunderbyggda val, förstå vad slags innehåll och tjänster det handlar om och dra nytta av alla de möjligheter som den nya kommunikationstekniken erbjuder. De kommer att kunna skydda sig och sina familjer bättre mot skadligt eller anstötligt material. Därför bör ökad mediekunskap överallt i samhället främjas och dess utveckling följas noga." Se även fotnot 1.

⁷ Se: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

En europeisk strategi för mediekunskap bör omfatta alla medier. De olika nivåerna av mediekunskap inbegriper följande:

- Att känna sig väl till mods med alla befintliga media från tidningar till virtuella gemenskaper.
- Att aktivt använda media, bland annat genom interaktiv television, sökmotorer på Internet eller deltagande i virtuella gemenskaper och att på ett bättre sätt utnyttja medias potential för underhållning, tillgång till kultur, interkulturell dialog, lärande och vardagstillämpningar (till exempel genom bibliotek och poddprogram).
- Att ha ett kritiskt tillvägagångssätt till media både vad gäller innehållets kvalitet och riktighet (till exempel att kunna utvärdera information, hantera marknadsföring på olika media, använda sökmotorer på ett intelligent sätt).
- Att använda media på ett kreativt sätt i takt med att utvecklingen av medieteknik och den ökande förekomsten av Internet som distributionskanal gör det möjligt för ett stadigt ökande antal européer att skapa och sprida bilder, information och innehåll.
- Att förstå medieekonomin och skillnaden mellan pluralism och medieägarskap.
- Att vara medveten om frågor som gäller upphovsrätt som är väsentliga för att ha en rättskultur, särskilt för den yngre generationen i sin dubbla roll som både konsumenter och producenter av innehåll.

Detta meddelande syftar inte till att behandla alla dessa frågor, eftersom många av dem behandlas i andra pågående initiativ, utan att koncentrera sig på en del av dem.

3. INITIATIV FRAM TILL NU

En **expertgrupp för mediekompetens** inrättades 2006 med syftet att analysera och definiera mål och trender för mediekunskap och för att uppmärksamma och främja bästa praxis på europeisk nivå och att föreslå åtgärder inom detta område. Vidare diskuterades och undersöktes analysen och utvärderingen av Europeiska kommissionens tidigare verksamhet (till exempel projekt om mediekunskap som finansierades inom programmet för e-lärande). Gruppen bestod av ett antal europeiska experter på mediekunskap. Den har en blandning av olika kompetenser och bakgrunder, inbegripet forskare från universitetsvärlden och yrkesfolk från mediebranschen. Gruppen sammanträdde tre gånger 2006 och två gånger 2007.

Dessutom tog kommissionen initiativet till ett **offentligt samråd**⁸ under det sista kvartalet 2006. Svaret på samrådet var tillfredsställande både vad gällde kvantitet, kvalitet och mångfalden svarande. De svarande omfattade medieorganisationer och mediebranschen, formella utbildningsinstitutioner och andra former av utbildning, innehållsföretag och producenter, forsknings- och kulturinstitutioner, beslutsfattare och medborgar- och konsumentorganisationer. Från analysen av svaren framkom det att analys, framhävan och

⁸ Se även "Report on the results on the public consultation on Media Literacy": http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

spridning av bästa praxis på lokal och nationell nivå inom detta område i hela Europeiska unionen är det rätta svaret för att påskynda framstegen inom mediekunskap. Det framkom också att det saknas kriterier eller standarder för utvärdering av mediekunskap och att bästa praxis för alla aspekter av mediekunskap inte är tillgängliga. Kommissionen ser därför ett brådskande behov av storskalig, långsiktig forskning för att utveckla både nya utvärderingskriterier och ny bästa praxis.

En **undersökning** om ”Nuvarande tendenser och strategier för mediekunskap i Europa” beställdes i maj 2006. I undersökningen kartläggs den nuvarande praxisen för att tillämpa mediekunskap i Europa och den bekräftar de tendenser som framkom i det offentliga samrådet och rekommenderar att en del åtgärder genomförs på gemenskapsnivå för att bidra till att främja och öka nivån vad gäller mediekunskap. Slutligen gavs en kortfattad sammanfattning av den eventuella ekonomiska och sociala inverkan som ett EU-ingripande inom detta område kan få. Slutrapporten finns utlagd på kommissionens webbplats⁹.

I programbeslutet **Media 2007**¹⁰ framhävs vikten av mediekunskap och filmtutbildningsinitiativ, särskilt de som organiseras av festivaler för unga i samarbete med skolor. En ansökningsomgång med ett särskilt tilldelningskriterium som avsåg filmtutbildning drogs igång i början av 2007 och ett antal projekt valdes ut¹¹.

Programmet **Safer Internet Plus** (2004–2008) syftar till att ge föräldrar, lärare och barn säkerhetsverktyg för Internet. Det omfattar också andra media, till exempel video. Inom ramen för detta program genomfördes en kvalitetsundersökning¹² i maj 2007 baserad på en Eurobarometerundersökning och som syftade till att förbättra kunskapen om barns användning av Internet och mobiltelefoner, hur de uppträder på nätet och deras uppfattning om frågor som har med risker och säkerhet att göra.

EU:s rättsliga ram som avsåg innehåll handlade också om mediekunskap. Till exempel **Europaparlamentets och rådets rekommendation om skyddet av minderåriga**, skyddet av den mänskliga värdigheten och rätten till genmäle med avseende på konkurrenskraften hos den europeiska industrin för audiovisuella tjänster och informationstjänster¹³. I den betonas vikten av att medlemsstaterna utvecklar mediekunskapsprogram och rekommenderas ett antal konkreta åtgärder som medlemsstaterna och kommissionen ska genomföra inom detta område. Exempel på sådana åtgärder är: Att uppmuntra branschen som sysslar med audiovisuell information och informationstjänster via Internet att undvika och att bekämpa all diskriminering grundad på kön, ras eller etniskt ursprung, religion eller tro, funktionshinder, ålder eller sexuell läggning, utan att för den skull inkräkta på yttrande- eller pressfriheten. Att utarbeta en uppförandekod i samarbete med branschen och nationella och europeiska regleringsmyndigheter.

Att främja åtgärder för att bekämpa all olaglig verksamhet på Internet som är skadlig för minderåriga. Kommissionen vill också uppmärksamma det faktum att alla medlemsstater, utom en, och Europeiska gemenskapen har undertecknat FN:s konvention om rättigheter för personer med funktionshinder. I artikel 21 beskrivs skyldigheterna för att uppmuntra

⁹ Se: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm

¹⁰ Beslut nr 1718/2006/EG.

¹¹ Exempel: Thessaloniki Film Festival (Grekland), Festival Premiers Plans (Anger, Frankrike), Festival Européen du Film Court de Brest (Frankrike), Festival Internacional de cine para jóvenes (Gijón, Spanien), International Short Film Festival (Berlin, Tyskland), Crossing Europe Film Festival (Linz, Österrike) och 20th European Youth Film Festival of Flanders (Belgien).

¹² http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/eurobarometer/index_en.htm#overall_report

¹³ Rekommendation (2006/952/EG).

massmedia, inbegripet leverantörer av information via Internet, att göra sina tjänster tillgängliga för personer med funktionshinder.

I enlighet med subsidiaritetsprincipen är det de nationella myndigheterna som har det främsta ansvaret för att mediekunskap ska ingå i läroplanen på alla nivåer. Den roll som de lokala myndigheterna spelar är också mycket viktig, eftersom de är närmre medborgarna och stöder initiativ i den icke-formella utbildningssektorn. Den nyligen godkända texten i **AVMS-direktivet** innehåller ett skäl som avser mediekunskap¹⁴ och i dess artikel 26 fastställs ett rapporteringskrav för kommissionen att mäta mediekunskapsnivåerna i alla medlemsstater.

I maj 2007 var mediekunskap föremål för ett sammanträde vid det tyska ordförandeskapets seminarium i Leipzig "Mer tillförlitligt innehåll". Vid en konferens om mediekunskap som organiserades av Unesco i juni 2007 betonades behovet av att stärka det internationella samarbetet gemensamt av Unesco, Europarådet och kommissionen.

4. MEDIEKUNSKAP I DEN DIGITALA MILJÖN – BÄSTA PRAxis

I detta meddelande fokuseras på följande tre områden: Kommersiell kommunikation, audiovisuella verk och Internet.

4.1. Mediekunskap för kommersiell kommunikation

Reklam är en del av vardagslivet och en av marknadsekonomins byggstenar. Det är viktigt att öka medvetenheten bland alla publikar om den roll som den kommersiella kommunikationen spelar i den audiovisuella branschens värdekedja. Detta gäller särskilt för okodade TV-sändningar eftersom reklam och andra former av kommersiell kommunikation som sponsring, teleshopping eller produktplacering gör det möjligt för programföretag att få tillgång till attraktivt innehåll. Det är också viktigt att undvika negativa bilder på äldre personer och människor med funktionshinder i media. Inom detta område har mediekunskap för kommersiell kommunikation minst följande tre aspekter:

- Att ge unga publikar verktyg för att utveckla ett **kritiskt tillvägagångssätt** för kommersiell kommunikation, vilket gör det möjligt för dem att göra väl underbyggda val¹⁵.
- Att öka medvetenheten och kunskapen bland alla berörda parter om själv- och samregleringsåtgärder och -mekanismer och om utvecklingen och tillämpningen av uppföranderegler¹⁶.
- Att uppmuntra till offentlig/privat finansiering med tillräcklig öppenhet inom detta område¹⁷.

¹⁴ Se fotnot 6.

¹⁵ Till exempel har Mediakompassi, en webbplats för mediekunskap som utvecklats av finska Rundradion YLE, ett avsnitt som fokuserar på reklam för ungdomar, föräldrar och lärare. Svenska konsumentverket har producerat flera böcker och samfinansierat utbildningsmaterial om reklamavsnitt i tv.

¹⁶ Exempelvis främjar Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) plattformar för dialog för att inrätta regler för själv- och samreglering.

¹⁷ Exempel på detta är Media Smart som är ett icke vinstdrivande program för mediekunskap för skolbarn i åldrarna sex till elva år som är fokuserat på reklam. Detta initiativ lanserades i Storbritannien i november 2002 och finns nu i Belgien, Tyskland, Nederländerna, Storbritannien, Finland och Sverige.

Med tanke på rapporteringskravet i AVMS-direktivet ser kommissionen ett stort behov av att utveckla och utbyta bästa praxis om kommersiell kommunikation (t.ex. genom bidrag för utvecklingen av uppföranderegler) i syfte att föreslå dem som ett alternativ till restriktioner eller förbud för vissa metoder.

4.2. Mediekunskap för audiovisuella verk

Digital teknik och spridning av bredband underlättar kraftigt tillgången till audiovisuella verk och skapar nya distributionskanaler som beställvideo och mobil-TV. Detta skapar i sin tur nya marknader för katalog/kulturarv. Dessutom gör den digitala tekniken att inträdeshindret för att skapa och sprida audiovisuella verk sänks och det bidrar till att skapa en audiovisuell marknad utan hinder. I detta sammanhang innebär mediekunskap följande:

- Att tillhandahålla, särskilt för den yngre europeiska publiken, en bättre medvetenhet och kunskap om vårt filmarv och att öka intresset för dessa filmer och för nyligen utkomna europeiska filmer¹⁸.
- Att främja förvärv av kunskaper om audiovisuell medieproduktion och kreativitet¹⁹.
- Att förstå betydelsen av upphovsrätt, både från konsumenternas och innehållsskaparnas perspektiv²⁰.

4.3. Mediekunskap för Internet

I det snabbt utvecklande informationssamhället behövs mediekunskaper för medvetenhet och integration med avseende på tekniska, ekonomiska och kulturella innovationer. Internet har gett djupgående förändringar på mediekonsumtionen, eftersom det är ett ytterligare sätt att få tillgång till traditionella media (IPTV eller Internet-radio t.ex.) och texter, bilder och ljud från hela världen på ett interaktivt sätt. Detta innebär enorma möjligheter, till exempel vad gäller digitala multimediebibliotek²¹ men också enorma utmaningar vad gäller mediekunskap. Mediekunskap för Internet innebär följande:

Det håller också på att utvecklas i Italien, Portugal och Ungern. Det finansieras av reklambranschen i Storbritannien och stöds av regeringarna i Storbritannien och andra medlemsstater.

¹⁸ Ett exempel är Europa Cinemas, som skapades 1992 tack vare finansiering från Europeiska unionens program Media och Centre National de la Cinématographie. Europa Cinemas har blivit det första biografnätet med huvudsakligen europeiska program och det organiserar bland annat marknadsföringsaktiviteter om europeiska filmer för den unga publiken.

¹⁹ Ett exempel på detta är Community Media Network (Irland) som främjar utveckling i och gör det möjligt för gemenskapen att använda video, radio, fotografi, tryck och Internet som resursverktyg. www.cmn.ie. Dessutom bör FILM-X som är det danska filminstitutets datorbaserade, interaktiva filmstudio för barn och ungdomar nämnas. Det ger barn, ungdomar och vuxna en möjlighet att experimentera med filmproduktion och hjälper dem att lära sig olika sätt att kommunicera på genom film. <http://www.dfi.dk/filmx>

²⁰ BBC erbjuder användarna flera olika möjligheter för interaktivt deltagande, inbegripet anslagstavlor på nätet, forum för kommentarer, bloggar och audio- och videobidrag. BBC har också nyligen färdigställt ett pilotprojekt för Creative Archive som har lett till ett hög nivå på engagemanget från licensbetalarna med nästa 100 000 regelbundna användare. Pilotprojektet Creative Archive har gjort det möjligt för människor att ladda ner, redigera, använda och dela vederbörligen rensade innehållsklipp för sitt eget, icke-kommersiella, kreativa syfte i enlighet med villkoren för Creative Archive Licence Scheme.

²¹ Initiativet Digitala bibliotek är ett projekt inom ramen för i2010, kommissionens övergripande strategi för att främja den digitala ekonomin. Digitala bibliotek är organiserade samlingar av digitalt innehåll

- Att ge användarna verktyg för att kritiskt värdera innehållet på nätet.
- Att främja den digitala kreativiteten och produktionsfärdigheterna och främja medvetenheten om upphovsrättsfrågor²².
- Att säkerställa att informationssamhällets fördelar kan njutas av alla, inbegripet av människor som är missgynnade på grund av begränsade resurser eller utbildning, ålder, kön, etniskt ursprung och människor med funktionshinder (e-tillgänglighet) samt de som bor i mindre gynnade områden (alla de som omfattas av e-integration)²³.
- Att främja medvetenheten om hur sökmotorer fungerar (prioritering av svar, etc.) och att lära sig att använda sökmotorerna på ett bättre sätt²⁴.

5. SLUTSATSER

Kommissionen kommer att fortsätta att främja utvecklingen och utbytet av bästa praxis om mediekunskap i den digitala miljön genom befintliga program och initiativ. Den kommer också att uppmuntra forskning om kriterier för att utvärdera mediekunskap. För att uppnå detta kommer en särskild undersökning att lanseras under 2008 i syfte att undersöka kriterierna för att utvärdera nivåerna på mediekunskap. Undersökningen kommer också att tillhandahålla information till den rapport som planeras i AVMS-direktivet som kommissionen kommer att lägga fram senast fyra år efter antagandet av direktivet.

Av ovannämnda skäl uppmanar kommissionen Europaparlamentet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén och Regionkommittén att stödja de mål och prioriteringar som fastställs i detta meddelande och att under 2008 organisera de evenemang som avser utbytet av bästa praxis om mediekunskap i den digitala miljön, inbegripet om ekonomin för mediesektorn i Europa. Med beaktande av de synpunkter som de andra institutionerna uttrycker och intressenternas reaktioner på det nuvarande meddelandet kommer kommissionen att ytterligare framhäva denna bästa praxis och, om så är nödvändigt, anta en rekommendation. Även med tanke på att 2008 kommer att vara det europeiska året för interkulturell dialog uppmanar kommissionen de europeiska institutionerna att införliva aspekter som har att göra med den interkulturella dialogen i sina mediekunskapsverksamheter.

Kommissionen uppmanar medlemsstaterna att göra följande:

- Att uppmuntra de myndigheter som har ansvar för reglering av audiovisuell och elektronisk kommunikation att bli mer engagerade och samarbeta för att förbättra de olika nivåer på mediekunskap som definieras ovan.

som är tillgängliga för allmänheten. Initiativets tre viktigaste delar är elektronisk tillgång, digitalisering och bevarande och lagring.

²² Ett exempel är <http://www.internet-abc.de/kinder/> som gör det möjligt för barn att vänja sig vid Internet och med att skapa och producera innehåll på nätet.

²³ Den tredje prioriteten i i2010 är att, med de verktyg som är tillgängliga för kommissionen, främja ett europeiskt informationssamhälle för alla som stöds av effektiva och användarvänliga IKT-baserade offentliga tjänster.

Se: http://ec.europa.eu/information_society/activities/einclusion/index_en.htm och http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/inclusion/index_en.htm

²⁴ Se till exempel denna sökmotor för barn: <http://www.blinde-kuh.de/>

- Att främja en systematisk forskning om, regelbunden övervakning av och rapportering om de olika aspekterna och dimensionerna av mediekunskap.
- Att utveckla och tillämpa uppföranderegler och, i lämpliga fall, ramar för samreglering tillsammans med alla berörda parter på nationell nivå och att främja initiativ för självreglering.