



KOMISE EVROPSKÝCH SPOLEČENSTVÍ

V Bruselu dne 20.12.2007
KOM(2007) 833 v konečném znění

**SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU
HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ**

Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí

SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ

Evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí

1. MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST V DIGITÁLNÍM PROSTŘEDÍ

Mediální gramotnost se čím dál více stává důležitou součástí evropských a vnitrostátních politických programů v odvětví médií a komunikací. Nová směrnice o audiovizuálních mediálních službách (AVMS) například stanoví oznamovací povinnost Komise za účelem měření úrovně mediální gramotnosti ve všech členských státech¹.

Ačkoliv média zůstávají klíčovými prostředky, které evropským občanům umožňují lépe rozumět světu a účastnit se demokratického a kulturního života, způsob jejich využívání se mění. Mobilita, sdělení vytvářená uživateli, internet a masivní rozšíření digitálních produktů mediální hospodářství od základů mění. Je proto velmi důležité prohlubovat znalosti a zlepšovat chápání toho, jak média v digitálním světě fungují, jací jsou v mediálním hospodářství noví aktéři a s jakými novými možnostmi, ale i problémy může být využívání digitálních médií spojeno. Do značné míry to podmiňuje důvěru uživatelů v digitální technologie a média, a tím i rozšíření informačních a komunikačních technologií (IKT) a médií, které je pro Evropskou komisi prioritou, což potvrzuje její strategický politický rámec „i2010“². Obecněji je důležité i to, aby občané lépe porozuměli hospodářskému a kulturnímu rozměru médií a aby se vedla diskuse o tom, jak důležitá jsou pro Evropu silná a konkurenceschopná média na světové úrovni, nabízející pluralitu a kulturní rozmanitost.

Vyšší stupeň mediální gramotnosti může významně přispět ke splnění cílů, jež byly Evropské unii stanoveny na zasedání Evropské rady v Lisabonu v roce 2000. Obzvláště důležitý je pro vytvoření konkurenceschopnější a otevřenější znalostní ekonomiky zvyšováním konkurenceschopnosti v odvětví IKT a médií, pro dotvoření jednotného evropského informačního prostoru a pro podporu začlenění, lepších veřejných služeb a kvality života.

Tento evropský přístup k mediální gramotnosti v digitálním prostředí reaguje na požadavky Evropského parlamentu³ a zástupců odvětví IKT a médií. Doplnuje probíhající iniciativu EU

¹ Článek 26: Komise podá „zprávu o uplatňování této směrnice a popřípadě podá nové návrhy na její přizpůsobení vývoji v odvětví audiovizuálních mediálních služeb, zejména s ohledem na nejnovější technický rozvoj, konkurenceschopnost tohoto odvětví a úroveň mediální gramotnosti ve všech členských státech.“

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

³ Například v usnesení týkajícím se směrnice „Televize bez hranic“ (89/552/EHS) ze dne 6. září 2005 Evropský parlament vyzývá Radu a Komisi, „aby vytvořily a uplatňovaly programy mediální gramotnosti a podpořily tak aktivní a informované občanství v Evropě“. Ve zprávě ze dne 22. listopadu 2006 (A6-0399/2006) věnované stejnému tématu je mediální gramotnost označena za základní dovednost. Dne 27. dubna 2006 Evropský parlament přijal usnesení o přechodu z analogového na digitální rozhlasové a televizní vysílání (2005/2212/(INI)). Na úrovni Evropské unie „žádá Komisi, aby předložila sdělení o vzdělávání v oblasti sdělovacích prostředků“. V otázkách kladených paní Redingové během slyšení Evropského parlamentu v roce 2004 bylo již několik témat tohoto sdělení obsaženo, např. začlenění a dostupnost. V odpovědi na otázku o bezpečnosti internetu pro děti paní

v oblasti plurality médií⁴, modernizaci předpisových rámců upravujících audiovizuální mediální služby a elektronické komunikace, strategické iniciativy v oblasti mobilní televize⁵ a tvůrčího obsahu online a chystanou iniciativu v oblasti začlenění občanů do informační společnosti (*eInclusion*).

Toto sdělení navíc zasazuje další stavební kámen do evropské audiovizuální politiky. Konkrétně je uvedeno do souvislosti s ustanoveními směrnice o AVMS (sdělení podporuje výzkum v oblasti kritérií pro hodnocení mediální gramotnosti, který je prvním krokem ke splnění oznamovací povinnosti podle článku 26)⁶ a programem MEDIA 2007. Tento program zdůrazňuje význam iniciativ v oblasti mediální gramotnosti a vzdělávacích iniciativ zaměřených na kinematografii pro získání přístupu k evropským audiovizuálním dílům a pro posílení evropského kinematografického a audiovizuálního dědictví. Jeho hlavním cílem je zviditelnovat a prosazovat osvědčené postupy v oblasti mediální gramotnosti na evropské úrovni a navrhopvat opatření. Sdělení staví na výsledcích práce skupiny odborníků pro mediální gramotnost (zřízené v roce 2006), na zjištěních veřejné konzultace, která byla zahájena v říjnu 2006, a na zkušenostech z dřívějších i současných iniciativ Komise, které s mediální gramotností souvisejí.

Toto sdělení nemá žádné jiné finanční důsledky pro rozpočet Společenství než ty, s nimiž počítá a jež stanoví finanční rámec na období let 2007–2013.

2. EVROPSKÁ DEFINICE MEDIÁLNÍ GRAMOTNOSTI

Mediální gramotnost je obecně definována jako schopnost získávat přístup k médiím, chápat a kriticky vyhodnocovat různé aspekty médií a mediálních obsahů a vytvářet sdělení v různých kontextech. Platnost této definice potvrdila naprostá většina respondentů v rámci veřejné konzultace a členové skupiny odborníků pro mediální gramotnost⁷. Hromadné sdělovací prostředky jsou prostředky, které dokáží oslovit širokou veřejnost prostřednictvím různých distribučních kanálů. Mediální zprávy představují informační a tvůrčí obsah zasazený do textů, zvuků a obrázků, zprostředkovaných různými formami sdělení, jež zahrnují televizi, film, video, internetové stránky, rozhlas, videohry a virtuální komunity.

Redingová rovněž uvedla, že pomocí „programů mediální gramotnosti či mediálního vzdělávání“ lze mladistvé dobře připravit a zvýšit jejich informovanost.

⁴ Evropská komise zahájila dne 16. ledna 2007 program přístupu k pluralitě médií ve třech krocích. První krok představoval pracovní dokument útvarů Komise, druhým krokem je nezávislý průzkum, který má vymezit a prověřit konkrétní a objektivní ukazatele hodnocení plurality médií v členských státech EU (výsledky se očekávají do začátku roku 2009) a po němž má v roce 2009 následovat sdělení Komise o ukazatelích plurality médií v členských státech EU. Viz: http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm.

⁵ Sdělení komise Evropskému parlamentu, Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů – Posilování vnitřního trhu pro mobilní televizi, KOM/2007/0409 v konečném znění.

⁶ Směrnice o audiovizuálních mediálních službách, 37. bod odůvodnění: „„Mediální gramotnost“ znamená dovednosti, znalosti a porozumění, které spotřebitelům umožňují efektivní a bezpečné využívání médií. Mediálně gramotní lidé budou schopni provádět informovanou volbu, budou chápat povahu obsahu a služeb a budou schopni využívat celé palety příležitostí, které nabízejí nové komunikační technologie. Budou schopni lépe chránit sebe a své rodiny před škodlivým nebo urážlivým materiálem. Proto je třeba rozvoj mediální gramotnosti ve všech oblastech společnosti podporovat a pečlivě sledovat pokrok.“ Viz též poznámka pod čarou č. 1.

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

Evropský přístup k mediální gramotnosti by se měl vztahovat na všechna média. Různými úrovněmi mediální gramotnosti jsou:

- schopnost bezproblémově využívat všechna současná média od novin až po virtuální komunity;
- aktivní využívání médií mimo jiné používáním interaktivní televize, internetových vyhledávačů nebo účastí ve virtuálních komunitách a lepší využívání potenciálu médií k zábavě, přístupu ke kultuře, mezikulturnímu dialogu, vzdělání a aplikacím pro každodenní život (například prostřednictvím knihoven, podcastů);
- kritický přístup k médiím, co se týče kvality i přesnosti obsahu (například schopnost vyhodnocovat informace, přístup k reklamě v různých médiích, dovedné používání vyhledávačů);
- tvůrčí využívání médií související s tím, že vývoj mediálních technologií a citelnější přítomnost internetu coby distribučního kanálu umožňují stále většímu počtu Evropanů vytvářet a šířit obrázky, informace a obsah;
- schopnost porozumět mediálnímu hospodářství a rozdílu mezi pluralitou médií a jejich vlastnictvím;
- informovanost o otázkách autorských práv, která jsou důležitá pro „kulturu zákonnosti“, a to zejména u mladší generace, jež vystupuje jednak jako uživatel, jednak jako tvůrce obsahu.

Cílem tohoto sdělení není zabývat se všemi těmito otázkami – mnohými z nich se totiž už zabývají probíhající iniciativy –, nýbrž zaměřit se jen na některé.

3. DOSAVADNÍ INICIATIVY

V roce 2006 byla zřízena **skupina odborníků pro mediální gramotnost** s cílem analyzovat a vymezit cíle a trendy mediální gramotnosti, zviditelnit a prosadit osvědčené postupy na evropské úrovni a navrhnout v této oblasti opatření. Předmětem diskuse a přezkumu byla také analýza a hodnocení předchozí činnosti Evropské komise (například projekty zaměřené na gramotnost financované v rámci programu *eLearning*). Skupina sestává z několika evropských odborníků na mediální gramotnost s různými kvalifikacemi a z různých prostředí, včetně akademiků a mediálních odborníků. V roce 2006 se sešla třikrát a v roce 2007 dvakrát.

Komise kromě toho zahájila v posledním čtvrtletí roku 2006 **veřejnou konzultaci**⁸. Odezva na tuto konzultaci byla uspokojivá jak z hlediska počtu, tak z hlediska kvality a rozmanitosti respondentů. Mezi respondenty byli zástupci mediálních organizací a mediálního odvětví, formálních a neformálních vzdělávacích institucí, poskytovatelů a tvůrců obsahu, výzkumných a kulturních institucí, regulačních orgánů a sdružení občanů a spotřebitelů. Z rozboru odpovědí vyplynulo, že správným receptem na urychlení pokroku v otázkách mediální gramotnosti je analýza, zviditelnění a rozšíření místních a národních osvědčených postupů v této oblasti v celé Evropské unii. Zároveň vyšlo najevo, že k hodnocení mediální

⁸ Viz také „Zpráva o výsledcích veřejné konzultace o mediální gramotnosti“: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf.

gramotnosti chybějí kritéria nebo normy a že osvědčené postupy nejsou k dispozici pro všechny aspekty mediální gramotnosti. Z tohoto důvodu Komise spatřuje naléhavou potřebu širšího a dlouhodobějšího výzkumu v oblasti vývoje nových hodnotících kritérií i nových osvědčených postupů.

V květnu 2006 bylo zadáno vypracování **studie** „Současné trendy a přístupy v oblasti mediální gramotnosti v Evropě.“ Studie sleduje současné postupy při prosazování mediální gramotnosti v Evropě, potvrzuje tendence, které vyplynuly z veřejné konzultace, a doporučuje, aby se na evropské úrovni zavedla některá opatření, která pomohou úroveň mediální gramotnosti upevnit a zvýšit. Závěrem stručně shrnula možný hospodářský a sociální dopad zásahu na úrovni EU do této oblasti. Závěrečná zpráva o této studii je k dispozici na internetových stránkách Evropské komise⁹.

Rozhodnutí o programu **MEDIA 2007**¹⁰ zdůrazňuje důležitost iniciativ v oblasti mediální gramotnosti a vzdělávacích iniciativ v oblasti filmu, zejména těch, které jsou organizovány festivaly pro mladé diváky ve spolupráci se školami. Začátkem roku 2007 byla zveřejněna výzva k předkládání návrhů, jejímž zvláštním kritériem pro udělení zakázky je vzdělávání v oblasti filmu, a již bylo vybráno několik projektů¹¹.

Cílem programu **BEZPEČNĚJŠÍ INTERNET PLUS** (2004–2008) je vybavit rodiče, učitele a děti nástroji zajišťujícími bezpečnost internetu. Zahrnuje i další média, např. videa. V souvislosti s tímto programem byla v květnu 2007 zpracována kvalitativní studie¹², jež se zakládala na průzkumu agentury Eurobarometer a jejímž cílem bylo prohloubit znalosti dětí v oblasti používání internetu a mobilních telefonů, jejich chování v prostředí online a jejich vnímavost vůči otázkám spojeným s rizikem a bezpečností.

Mediální gramotností se zabývá také **právní rámec EU** vztahující se k obsahu. Dne 20. prosince 2006 bylo například přijato **doporučení Evropského parlamentu a Rady o ochraně nezletilých osob a lidské důstojnosti** a o právu na odpověď v souvislosti s konkurenceschopností evropského průmyslu audiovizuálních a on-line informačních služeb¹³. Zdůrazňuje důležitost rozvoje programů v oblasti mediální gramotnosti členskými státy a doporučuje, aby členské státy a Komise podnikly v této oblasti řadu konkrétních opatření. Příkladem takových opatření jsou: podpora průmyslu audiovizuálních a online informačních služeb s cílem bránit jakékoli diskriminaci na základě pohlaví, rasy nebo etnického původu, náboženského vyznání nebo světového názoru, zdravotního postižení, věku nebo sexuální orientace a proti této diskriminaci bojovat, aniž by byla omezena svoboda projevu nebo svoboda tisku; sestavení kodexů chování ve spolupráci s odborníky a regulačními orgány na vnitrostátní úrovni i na úrovni Společenství; podpora opatření určených k potírání všech protiprávních činností ohrožujících nezletilé osoby na internetu. Komise by rovněž ráda upozornila na to, že všechny členské státy až na jeden a Evropské společenství podepsaly Úmluvu OSN o právech zdravotně postižených osob. Článek 21

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

¹⁰ Rozhodnutí č. 1718/2006/ES.

¹¹ Například: *Thessaloniki Film Festival* (Řecko), *Festival Premiers Plans* (Anger, Francie), *Festival Européen du Film Court de Brest* (Evropský festival krátkého filmu v Brestu; Francie), *Festival Internacional de cine para jóvenes* (Mezinárodní filmový festival pro mládež; Gijón, Španělsko), *International Short Film Festival* (Mezinárodní festival krátkého filmu; Berlín, Německo), *Crossing Europe Film Festival* (Linz, Rakousko) a *20th European Youth Film Festival of Flanders* (20. evropský filmový festival mládeže ve Flandrech; Belgie).

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

¹³ Doporučení č. 2006/952/ES.

popisuje povinnosti, jež mají sdělovací prostředky a poskytovatele informací prostřednictvím internetu přimět k tomu, aby své služby zpřístupnili i zdravotně postiženým osobám.

V souladu se zásadou subsidiarity jsou vnitrostátní orgány primárně zodpovědné za zahrnutí otázek mediální gramotnosti do školních osnov na všech úrovních. Role, již sehrávají místní orgány, je rovněž velmi důležitá, neboť tyto orgány jsou blíže občanům a podporují iniciativy v sektoru neformálního vzdělávání. Nedávno schválené znění **směrnice o AVMS** obsahuje bod odůvodnění, který mediální gramotnost zmiňuje¹⁴, a článek 26 uvedené směrnice stanoví Komisi oznamovací povinnost za účelem měření úrovně mediální gramotnosti ve všech členských státech.

V květnu 2007 se mediální gramotnost stala předmětem zasedání na semináři uspořádaném za německého předsednictví v Lipsku a nazvaném „Více důvěry v obsah“. Na konferenci věnované mediální gramotnosti, kterou v červnu 2007 uspořádala organizace UNESCO, UNESCO, Rada Evropy a Komise společně zdůraznily nutnost posílit mezinárodní spolupráci.

4. MEDIÁLNÍ GRAMOTNOST V DIGITÁLNÍM PROSTŘEDÍ – OSVĚDČENÉ POSTUPY

Toto sdělení je zaměřeno na tři oblasti: obchodní sdělení, audiovizuální díla a obsah online.

4.1. Mediální gramotnost ve vztahu k obchodním sdělením

Reklama je součástí každodenního života a jedním ze stavebních kamenů tržního hospodářství. O úloze obchodních sdělení v hodnotovém řetězci audiovizuálního odvětví je třeba zvyšovat informovanost všech cílových skupin. To platí zejména o volně vysílaných televizních programech, neboť reklama a jiné formy obchodních sdělení, např. sponzorství, teleshopping nebo umístování produktu, umožňují subjektům televizního vysílání získávat prémiový obsah. Dále je nutné vyvarovat se toho, aby starší lidé a zdravotně postižené osoby byli v médiích prezentováni v negativním světle. V tomto ohledu se mediální gramotnost ve vztahu k obchodním sdělením vyznačuje nejméně třemi aspekty:

- snahou poskytnout mladým divákům nástroje pro rozvoj **kritického přístupu** k obchodním sdělením, který jim umožní provádět informovanou volbu¹⁵;
- zvyšováním informovanosti a prohlubováním znalostí všech zúčastněných stran v oblasti samoregulačních a spoluregulačních opatření a mechanismů a v oblasti vývoje a provádění kodexů chování¹⁶;
- podporou veřejného/soukromého financování v této oblasti prováděného s přiměřenou průhledností¹⁷.

¹⁴ Viz poznámka pod čarou č. 6.

¹⁵ Například *Mediakompassi*, internetové stránky věnované mediální gramotnosti, jež vytvořila finská vysílací společnost YLE's, obsahují prostor zaměřený na reklamu pro mládež, rodiče i učitele; Švédská spotřebitelská agentura vytvořila několik knih a podílela se na financování vzdělávacích materiálů o reklamách v televizi.

¹⁶ Například *Consell Audiovisual de Catalunya* (CAC) prosazuje za účelem vytvoření kodexů samoregulace a společné regulace platformy dialogu.

¹⁷ Například *Media Smart* je neziskový program v oblasti mediální gramotnosti pro děti ve věku od šesti do jedenácti let, zaměřený na reklamu. Tato iniciativa byla zahájena ve Spojeném království v listopadu

Vzhledem k oznamovací povinnosti stanovené směrnicí o AVMS Komise pokládá vývoj a výměnu osvědčených postupů v oblasti obchodních sdělení (např. prostřednictvím příspěvků k tvorbě kodexů chování) za naprosto nezbytné a chce je navrhnout jako alternativu k omezením a zákazům některých postupů.

4.2. Mediální gramotnost ve vztahu k audiovizuálním dílům

Digitální technologie a rozšíření širokopásmového připojení značně usnadňují přístup k audiovizuálním dílům, neboť vytvářejí nové distribuční kanály, např. video na vyžádání a mobilní televizi. To zároveň dává vzniknout novým trhům s obsahem nabídek a kulturního dědictví. Digitální technologie navíc zmenšují překážku vstupu na trh, která brání vytvoření a šíření audiovizuálních děl, a pomáhají vytvářet audiovizuální trh bez hranic. V této souvislosti mediální gramotnost znamená:

- zajišťování vyšší informovanosti a prohlubování znalostí zejména mladých evropských diváků v oblasti našeho filmového dědictví a zvyšování zájmu o tyto filmy a o nové evropské filmy¹⁸;
- snahu prosazovat získávání dovedností a tvůrčích schopností v oblasti produkce audiovizuálních médií¹⁹;
- pochopení důležitosti autorského práva jak z pohledu uživatelů, tak z pohledu tvůrců obsahu²⁰.

4.3. Mediální gramotnost ve vztahu k obsahu online

V rychle se rozvíjející informační společnosti jsou dovednosti v oblasti mediální gramotnosti důležité pro informovanost a začlenění v souvislosti s technologickými, hospodářskými a kulturními inovacemi. Internet mění od základů způsob využívání médií, protože je dalším prostředkem pro interaktivní přístup k tradičním médiím (například IPTV nebo internetový rozhlas) a textům, obrázkům a zvukům z celého světa. To představuje ohromné možnosti,

2002 a nyní probíhá v Belgii, Německu, Nizozemsku, Spojeném království, Finsku a Švédsku. Pracuje se na ní také v Itálii, Portugalsku a Maďarsku. Je financována reklamním odvětvím ve Spojeném království a podporována vládami jiných členských států.

¹⁸ Příkladem je síť *Europa Cinemas*, která vznikla v roce 1992 díky finančním prostředkům z programu Evropské unie MEDIA a z *Centre National de la Cinématographie* (Národního filmového centra). *Europa Cinemas* se stala první sítí kin s převážně evropskými programy, která mimo jiné organizuje propagační činnost týkající se evropských filmů pro mladé diváky.

¹⁹ Příkladem je společnost *Community Media Network* (Irsko), která prosazuje vývoj a přípravu pomocí zdrojových nástrojů, jako je video, rozhlas, fotografie, tisk a internet: www.cmn.ie. Dále lze uvést FILM-X, což je počítačové interaktivní filmové studio pro děti a mládež Dánského filmového ústavu. Dětem, mladým lidem a dospělým dává příležitost zakusit filmovou produkci a pomáhá jim naučit se různé způsoby komunikace prostřednictvím filmu: <http://www.df.dk/filmx>.

²⁰ BBC nabízí uživatelům velmi širokou paletu možností pro interaktivní zapojení, jež zahrnují internetové formuláře pro vkládání komentářů, diskusní fóra, blogy a zvukové a obrazové příspěvky. BBC také v nedávné době ukončila pilotní projekt *Creative Archive*, do kterého se významnou měrou zapojili plátcí licenčních poplatků s téměř 100 000 pravidelných uživatelů. Pilotní projekt *Creative Archive* umožnil lidem stahovat, upravovat, používat a sdílet klipy s vhodně upraveným obsahem pro své vlastní, nekomerční tvůrčí potřeby podle podmínek systému licencí *Creative Archive Licence Scheme*.

například pokud jde o multimediální digitální knihovny²¹, ale také ohromnou výzvu z hlediska mediální gramotnosti. Mediální gramotnost ve vztahu k obsahu online znamená:

- snahu vybavit uživatele nástroji pro kritický přístup k obsahu online;
- rozšíření dovedností a tvůrčích schopností v oblasti digitální produkce a podporu informovanosti o autorských právech²²;
- zajištění toho, aby informační společnost přinášela užitek všem, včetně osob, které jsou znevýhodněny kvůli omezeným zdrojům nebo vzdělání, věku, pohlaví a etnickému původu, včetně zdravotně postižených osob (*e-Accessibility*) a včetně osob, které žijí ve znevýhodněných oblastech (všechny jsou zahrnuty do iniciativy *eInclusion*)²³;
- snahu zvýšit informovanost o způsobu fungování vyhledávačů (řazení výsledků hledání z hlediska důležitosti atd.) a učit se tyto vyhledávače lépe používat²⁴.

5. ZÁVĚRY

Komise bude nadále prosazovat vývoj a výměnu osvědčených postupů v oblasti mediální gramotnosti v digitálním prostředí prostřednictvím stávajících programů a iniciativ. Zároveň podpoří výzkum v oblasti kritérií pro hodnocení mediální gramotnosti. Aby toho dosáhla, bude v roce 2008 zahájen zvláštní průzkum, jehož cílem bude nalézt kritéria, která hodnocení úrovně mediální gramotnosti umožní. Tento průzkum poskytne podklady pro zprávu, již stanoví směrnice o AVMS a kterou Komise předloží nejpozději do čtyř let od přijetí směrnice.

Z výše uvedených důvodů Komise vyzývá Evropský parlament, Radu, Evropský hospodářský a sociální výbor a Výbor regionů, aby cíle a priority uvedené v tomto sdělení podpořily a aby v roce 2008 uspořádaly akce věnované výměně osvědčených postupů v oblasti mediální gramotnosti v digitálním prostředí a v oblasti ekonomiky mediálního odvětví v Evropě. S ohledem na stanovisko vyjádřené ostatními institucemi a na reakce zúčastněných stran na toto sdělení Komise tyto osvědčené postupy dále zviditelní tím, že v případě nutnosti přijme doporučení. Vzhledem k tomu, že rok 2008 bude Evropským rokem mezikulturního dialogu, Komise zároveň evropské instituce vyzývá, aby do své činnosti v oblasti mediální gramotnosti začlenily i otázky mezikulturního dialogu.

Členské státy Komise vyzývá k tomu, aby:

²¹ Iniciativa „Digitální knihovny“ je projekt v rámci i2010, celkové strategie Komise zaměřené na posílení digitálního hospodářství. Digitálními knihovnami se rozumí organizované sbírky digitálního obsahu zpřístupněné veřejnosti. Třemi hlavními směry této iniciativy jsou dostupnost online, digitalizace a uchování a ochrana.

²² Příklad lze nalézt na internetové stránce <http://www.internet-abc.de/kinder/>, která umožňuje dětem seznámit se s internetem a tvorbou a produkcí obsahu online.

²³ Třetí prioritou rámce i2010 je prosazovat s nástroji, jež má Komise k dispozici, široce přístupnou evropskou informační společnost, podpořenou veřejnými službami využívajícími účinné a snadno použitelné informační a komunikační technologie.

Viz: http://ec.europa.eu/information_society/activities/einclusion/index_en.htm a

http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/inclusion/index_en.htm.

²⁴ Viz například tento vyhledávač pro děti: <http://www.blinde-kuh.de/>.

- přiměly orgány zodpovědné za právní předpisy v oblasti audiovizuálních a elektronických komunikací více se angažovat a spolupracovat při zlepšování různých úrovní mediální gramotnosti popsaných výše;
- prosazovaly systematický výzkum a pravidelné pozorování v oblasti různých aspektů a dimenzí mediální gramotnosti a podávaly o tom zprávy;
- vyvíjely a prováděly kodexy chování a případně i spoluregulační rámce ve spojení se všemi zúčastněnými stranami na vnitrostátní úrovni a podporovaly samoregulační iniciativy.