



AZ EURÓPAI KÖZÖSSÉGEK BIZOTTSÁGA

Brüsszel, 20.12.2007
COM(2007) 833 végleges

**A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE AZ EURÓPAI PARLAMENTNEK, A
TANÁCSNAK, AZ EURÓPAI GAZDASÁGI ÉS SZOCIÁLIS BIZOTTSÁGNAK ÉS A
RÉGIÓK BIZOTTSÁGÁNAK**

A digitális környezethez igazodó médiaműveltség európai megközelítése

A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE AZ EURÓPAI PARLAMENTNEK, A TANÁCSNAK, AZ EURÓPAI GAZDASÁGI ÉS SZOCIÁLIS BIZOTTSÁGNAK ÉS A RÉGIÓK BIZOTTSÁGÁNAK

A digitális környezethez igazodó médiaműveltség európai megközelítése

1. A MÉDIAMŰVELTSÉG A DIGITÁLIS KÖRNYEZETBEN

A médiaműveltség a médiával és a kommunikációval kapcsolatos politikai programok egyre fontosabb részét képezi mind uniós, mind nemzeti szinten. Az audiovizuális médiaszolgáltatásokra vonatkozó új irányelv például előírja, hogy a Bizottság valamennyi tagállamra kiterjedően adjon jelentést a médiaműveltség szintjéről¹.

Azonban annak ellenére, hogy a média továbbra is kulcsfontosságú szerepet játszik abban, hogy az európai polgárok jobban megértsék a világban zajló eseményeket és részt vegyenek a demokratikus és kulturális folyamatokban, a médiafogyasztás változik. A mobilitás, a felhasználó által létrehozott tartalom, az internet, valamint az újabb és újabb digitális termékek megjelenése következtében a médiagazdaság gyökeres változásokon megy keresztül. Emiatt rendkívül fontos, hogy jobban megismerjük és megértsük azt, hogyan is működik a média a digitális világban, kik a médiagazdaság új szereplői, és milyen új lehetőségeket és kihívásokat tartogat a médiafogyasztás. Mindez jelentős mértékben befolyásolja a felhasználók által a digitális technológiákba és a médiába vetett bizalmat, ezen keresztül pedig az IKT- és a médiaágazat fejlődését, ami az Európai Bizottság fő prioritásai közé tartozik, ahogyan az az „i2010” elnevezésű stratégiai politikai keretben is szerepel². Általánosabb értelemben továbbá fontos, hogy a polgárok jobban megértsék a média gazdasági és kulturális vetületeit, valamint az is, hogy vita kezdődjön annak fontosságáról, hogy az európai gazdaságnak egy olyan erős és globális szinten versenyképes médiára van szüksége, amely hozzájárul a pluralizmushoz és a kulturális sokszínűséghez.

A magasabb szintű médiaműveltség jelentős mértékben járulhat hozzá az Európai Unió által 2000-ben, az Európai Tanács lisszaboni ülészakán megfogalmazott célkitűzések eléréshez, az IKT- és a médiaágazat versenyképességének fokozásán keresztül különösen fontos szerepet játszik egy versenyképesebb és befogadóbb tudásalapú gazdaság létrehozása szempontjából, és hozzájárul az egységes európai információs tér kialakításához, a társadalmi befogadás erősítéséhez, illetve a közszolgáltatások és az életminőség javításához.

A digitális környezethez igazodó médiaműveltség ezen európai megközelítése az Európai Parlament³, valamint a média- és IKT-ágazat által megfogalmazott igényekre kíván reagálni,

¹ 26. cikk: „a Bizottság jelentést nyújt be ezen irányelv alkalmazásáról, és szükség esetén, különösen a jelentést megelőző időszakban bekövetkezett technológiai fejlődésre, az ágazat versenyképességére és a médiatudatosság minden egyes tagállamban elért szintjére figyelemmel további javaslatokat tesz az irányelvnek az audiovizuális médiaszolgáltatások területén tapasztalt fejlődéshez való hozzáigazítására”
Lásd: http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/index_en.htm

²
³ Például a 2005. szeptember 6-én a határok nélküli televíziózásról szóló 89/552/EGK irányelv alkalmazásáról elfogadott állásfoglalásában az Európai Parlament arra kéri a Tanácsot és a Bizottságot, hogy „fejlesszen ki és hajtson végre olyan médiaismereti programokat, amelyek ösztönzik a polgárok aktivitását és tájékozottságát Európában”. A szintén e témáról készült, 2006. november 22-i jelentés

valamint a különféle kontextusokban megvalósuló kommunikációra való képességet értjük. Ezt a meghatározást a nyilvános konzultáció résztvevőinek többsége és a médiaműveltséggel foglalkozó szakértői csoport tagjai is megerősítették⁷. A tömegkommunikációs média fogalma azokat a médiumokat takarja, amelyek különféle csatornákon keresztül, széles közönséghez képesek eljutni. A médiaüzenet kifejezés különféle kommunikációs formák, például a televízió, a film, a videó, az internetes oldalak, a rádió, a videójátékok és a virtuális közösségek által hordozott szövegekbe, illetve hang- és képüzenetekbe ágyazott, tájékoztató jellegű, kreatív tartalmat jelent.

A médiaműveltségre vonatkozó európai megközelítésnek a média valamennyi szegmensét le kell fednie. A médiaműveltség szintjei többek között az alábbiak:

- valamennyi létező kommunikációs eszköz használatában való jártasság – az újságoktól a virtuális közösségekig,
- a média aktív használata, többek között az interaktív televíziózás, az internetes keresőprogramok használata vagy virtuális közösségekben való részvétel által, valamint a médiában rejlő lehetőségek jobb kihasználása szórakozás vagy a kultúrához való hozzáférés céljából, a kultúrák közötti párbeszéd elősegítésére, tanulásra és a mindennapi életet megkönnyítő alkalmazások használata céljából (például könyvtárak, podcastok),
- a média kritikus megközelítése a tartalom minősége és pontossága tekintetében (ez többek között az információfeldolgozó képességet, a különböző kommunikációs eszközökön keresztül megjelenített reklámok kezelését és a keresőprogramok intelligens használatát takarja),
- a média kreatív használata, hiszen a médiatechnológiák fejlődése és az internet mint terjesztési csatorna fokozatosan növekvő térfelületre egyre több európai polgár számára teszi lehetővé képek, információk és tartalom létrehozását és terjesztését,
- a média gazdaságtana, illetve a pluralizmus és a médián belüli tulajdonviszonyok közötti különbség megértése,
- a „jogszerűség kultúrája” szempontjából alapvető fontosságú szerzői jogok tekintetében való tudatosság, különösen a fiatalabb generáció esetében, amelynek tagjai egyszerre tartalomfogyasztók és tartalom-előállítók.

Mivel ezen témák némelyikével kapcsolatban már vannak folyamatban kezdeményezések, e közlemény nem szándékozik az összes felsorolt kérdéssel foglalkozni, hanem közülük csupán néhányra összpontosít.

3. FOLYAMATBAN LÉVŐ KEZDEMÉNYEZÉSEK

A **médiaműveltséggel foglalkozó szakértői csoport** 2006-ban jött létre azzal a céllal, hogy a médiaműveltség területén célkitűzéseket és tendenciákat elemezzon és határozzon meg, helyes gyakorlati megoldásokat gyűjtsön össze és terjesszen el Európa-szerte, és javaslatokat

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

tegyen a témával kapcsolatban. A csoport továbbá az Európai Bizottság korábbi tevékenységét (például az „elektronikus tanulás” program keretében finanszírozott médiaműveltségi projekteket) is megvizsgálta és értékelt. A csoport tagjai médiaműveltséggel foglalkozó, különböző területekről érkezett európai szakértők, többek között a felsőoktatásban és a médiában dolgozó szakemberek. A csoport 2006-ban három, 2007-ben pedig két alkalommal tanácskozott.

Ezenkívül a Bizottság 2006 utolsó negyedében egy **nyilvános konzultációt**⁸ is elindított, amely kielégítő eredménnyel zárult, hiszen sok hozzászólás érkezett a legkülönbözőbb válaszadóktól, akik között voltak médiaszervezetek, a médiaipar képviselői, formális és nem formális oktatási intézmények, tartalomszolgáltatók és -előállítók, kutatási és kulturális intézmények, szabályozó hatóságok, valamint civil és fogyasztói szervezetek. A válaszok elemzése során világossá vált, hogy a médiaműveltség fejlesztésének felgyorsítására az e témakörben bevált helyi és nemzeti gyakorlati megoldások elemzése, összegyűjtése és az Európai Unió egész területén való elterjesztése a legalkalmasabb eszköz. Továbbá az is kiderült, hogy hiányoznak a kritériumok és a sztenderdek a médiaműveltség mérésére, és nem állnak rendelkezésre helyes gyakorlati megoldások a médiaműveltség valamennyi területén. Ennek megfelelően a Bizottság szerint sürgető szükség van arra, hogy széles körű, hosszú távú kutatás induljon, amely új mérési kritériumok, illetve új helyes gyakorlati megoldások kidolgozásához vezethet.

2006 májusában „A médiaműveltség tendenciái és megközelítési módjai Európában” címmel **tanulmány** készült, amely feltérképezte a médiaműveltség európai szintű elterjesztésének jelenlegi módszereit, megerősítette a nyilvános konzultáció során felmerült tendenciákat, és javaslatot tett néhány olyan intézkedésre, amely közösségi szintű bevezetése hozzájárulhat a médiaműveltség szintjének előmozdításához és növeléséhez. Végül röviden felvázolta egy e téren elindítandó uniós fellépés lehetséges gazdasági és társadalmi hatásait. A felmérés eredményeit tartalmazó zárójelentés a Bizottság honlapján érhető el⁹.

A **MEDIA 2000** programról szóló határozat¹⁰ különös hangsúlyt fektet a médiaműveltségi és mozgókép-oktatási – különösen az iskolákkal való együttműködésen keresztül a fiatalok számára szervezett fesztiválokhoz kötődő – kezdeményezések fontosságára. A 2007 elején kiírt pályázat keretében, amelynek egyik odaítélési kritériuma kifejezetten a mozgóképzésképzésre vonatkozott, több projekt is támogatásban részesült¹¹.

A **BIZTONSÁGOSABB INTERNET PLUSZ** program (2004-2008) célja, hogy a biztonságos internethasználatra alkalmas eszközök biztosításán keresztül felkészítse a szülőket, a tanárokat és a gyermekeket a felelősebb internethasználatra. A program ezenkívül más médiumokkal – többek között a videóval – is foglalkozik. 2007 májusában e program keretében – egy Eurobarometer-felmérés alapján – kvalitatív felmérés¹² készült a gyermekek internet- és mobiltelefon-használattal kapcsolatos ismereteinek, online magatartásának,

⁸ Lásd még: „Összefoglaló a médiaműveltséggel kapcsolatos nyilvános konzultáció eredményeiről” (Report on the results on the public consultation on Media Literacy) http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

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

¹⁰ 1718/2006/EK határozat.

¹¹ Például: szaloniki filmfesztivál (Görögország), Premiers Plans fesztivál (Anger, Franciaország), bresti európai rövidfilmfesztivál (Franciaország), nemzetközi ifjúsági mozifilmfesztivál (Gijón, Spanyolország), nemzetközi rövidfilmfesztivál (Berlin, Németország), Crossing Europe filmfesztivál (Linz, Ausztria) és a 20. flandriai ifjúsági filmfesztivál (Belgium).

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

valamint a kockázatokkal és a biztonsággal kapcsolatos kérdésekhez való viszonyának felmérése céljából.

A tartalommal kapcsolatos **uniós jogi keret** szintén foglalkozik a médiaműveltséggel: 2006. december 20-án például a jogalkotó az európai audiovizuális és online információs szolgáltatási ipar versenyképességével összefüggésben elfogadta a **kiskorúak és az emberi méltóság védelméről és a válaszadás jogáról szóló európai parlamenti és tanácsi ajánlást**¹³, amely kiemeli annak fontosságát, hogy a tagállamok dolgozzanak ki médiaismereti programokat, illetve egy sor konkrét, a tagállamok és a Bizottság által e téren végrehajtandó cselekvésre is ajánlást tesz. Ilyen ajánlás például: az audiovizuális és online információs szolgáltatási ipar ösztönzése a nem, faji vagy etnikai származáson, valláson vagy meggyőződésen, fogyatékoságon, koron vagy szexuális irányultságon alapuló megkülönböztetés bármilyen formájának elkerülése és a megkülönböztetés elleni küzdelem érdekében, a véleménynyilvánítási és sajtószabadság megsértése nélkül; magatartási kódexek kidolgozása nemzeti és európai szinten, a szakemberekkel és a szabályozó hatóságokkal együttműködésben; a kiskorúakra káros, jogellenes internetes tevékenység elleni küzdelmet szolgáló intézkedések ösztönzése. A Bizottság arra is fel kívánja hívni a figyelmet, hogy egy kivétellel valamennyi tagállam és az Európai Közösség is aláírta a fogyatékkal élő személyek jogairól szóló ENSZ-egyezményt. Ennek 21. cikke tartalmazza azon kötelezettségeket, amelyek arra ösztönzik a tömegkommunikációs médiát – beleértve az internetes adatszolgáltatókat is –, hogy a fogyatékkal élő személyek részére is tegye elérhetővé szolgáltatásait. A szubszidiaritás elvével összhangban elsősorban a nemzeti hatóságok felelősek azért, hogy a médiaismeretek minden szinten bekerüljenek az iskolai tananyagba. A helyi önkormányzatok szerepe is rendkívül fontos, hiszen közelebb állnak az állampolgárokhoz, és elősegítik a nem formális oktatás területén zajló kezdeményezéseket. Az **audiovizuális médiaszolgáltatásokra vonatkozó irányelv** nemrégiben elfogadott szövegének egyik preambulumbekzdése utal a médiaműveltségre¹⁴, 26. cikke pedig előírja, hogy a Bizottság valamennyi tagállamra kiterjedően adjon jelentést a médiaműveltség szintjéről.

A német elnökség ideje alatt, 2007 májusában Lipcsében „Nagyobb bizalom a tartalom iránt” címmel szervezett szeminárium témája szintén a médiaműveltség volt. 2007 júniusában pedig az UNESCO által szervezett médiaműveltségi konferencia során az UNESCO, az Európa Tanács és a Bizottság közösen állt ki a nemzetközi együttműködés erősítésének szükségessége mellett.

4. A MÉDIAMŰVELTSÉG A DIGITÁLIS KÖRNYEZETBEN – HELYES GYAKORLAT

E közlemény három területtel foglalkozik: a kereskedelmi kommunikációval, az audiovizuális művekkel és az online tartalommal.

4.1. A médiaműveltség és a kereskedelmi kommunikáció

A reklám a mindennapi élet részét képezi, és egyben a piacgazdaság egyik építőköve. Fontos, hogy a közönség valamennyi rétegében tudatosodjon a kereskedelmi kommunikációnak az audiovizuális ipar értékláncában betöltött szerepe. Ez különösen igaz az ingyenesen fogható televíziós csatornák esetében, hiszen a reklámok és a kereskedelmi kommunikáció egyéb

¹³ 2006/952/EK ajánlás.

¹⁴ Lásd a 6. lábjegyzetet.

formái – többek között a szponzorálás, a távértékesítés vagy a termékelhelyezés – segítségével a műsorszolgáltatók úgynevezett prémiumtartalmakhoz juthatnak hozzá. Szintén fontos, hogy az idősebb embereket és a fogyatékkal élő személyeket a média ne ábrázolja negatív módon. E tekintetben a médiaműveltség a kereskedelmi kommunikáció terén legalább háromféle szerepet tölt be:

- a fiatalok számára olyan eszközöket biztosít, amelyek segítségével **kritikusan közelíthetik meg** a kereskedelmi kommunikációt, és megalapozott döntéseket tudnak hozni¹⁵;
- valamennyi érintett körében növeli az ön- és társszabályozási intézkedésekkel és mechanizmusokkal, illetve a magatartási kódexek¹⁶ kidolgozásával és bevezetésével kapcsolatos tudatosságot és ismereteket,
- kellő átláthatóság mellett ösztönzi a köz- és a magánszektorból származó finanszírozást a kereskedelmi kommunikáció terén¹⁷.

Tekintettel az audiovizuális médiaszolgáltatásokra vonatkozó irányelvben előírt jelentéskészítési kötelezettségre, a Bizottság szerint rendkívül fontos a kereskedelmi kommunikáció terén az olyan bevált gyakorlati megoldások kidolgozása és cseréje (például a magatartási kódexek kidolgozásának segítségével keresztül), amelyek alternatívát kínálhatnak egyes kommunikációs formák korlátozásával vagy tiltásával szemben.

4.2. A médiaműveltség és az audiovizuális művek

A digitális technológiák és a széles sávú szolgáltatások terjedése – olyan új terjesztési csatornák megteremtésével, mint amilyen az igény szerinti videószolgáltatás („video on-demand”) – jelentős mértékben megkönnyíti az audiovizuális művekhez való hozzáférést, ami pedig új piacokat teremt a régebben készült és a kulturális örökséget hordozó tartalom számára. A digitális technológiák továbbá csökkentik az audiovizuális művek előállítását és terjesztését korlátozó akadályokat, és elősegítik a határok nélküli audiovizuális piac létrejöttét. E tekintetben a médiaműveltség a következőket takarja:

- a mozgóképörökséggel kapcsolatos tudatosság és ismeretek növelése, illetve mind a filmörökség részét képező, mind a kortárs európai filmek iránti érdeklődés növelése elsősorban a fiatalok körében¹⁸,

¹⁵ Például a Mediakompassi, az YLE finn műsorszolgáltató által kifejlesztett médiaműveltségi honlap külön a fiataloknak, a szülőknek és a tanároknak szóló részekben foglalkozik a reklámokkal, a svéd fogyasztóvédelmi hatóság pedig számos könyvet adott ki, illetve oktatási anyagot társfinanszírozott a televíziós reklámok témájában.

¹⁶ A Katalán Audiovizuális Tanács (Consell Audiovisual de Catalunya – CAC) például ön- és társszabályozási kódexek kidolgozását célzó viták elindítását szorgalmazza.

¹⁷ Erre példa a Mediasmart, amely egy 6–11 éves gyermekek számára készülő, reklámokkal foglalkozó, nem profitorientált médiaműveltségi program. A kezdeményezés 2002 novemberében az Egyesült Királyságból indult, Belgiumban, Németországban, Hollandiában, az Egyesült Királyságban, Finnországban és Svédországban már működik, Olaszországban, Portugáliában és Magyarországon pedig kidolgozás alatt van. A programot az Egyesült Királyságban a reklámpiac finanszírozza, illetve az Egyesült Királyság és más tagállamok kormányai támogatják.

¹⁸ Példaként említhető az 1992-ben létrehozott és az Európai Unió MEDIA programja, valamint a Centre National de la Cinématographie által finanszírozott Europa Cinemas, amely az első olyan mozihálózat,

- az audiovizuális médiaszolgáltatások előállításával és a médiakreativitással kapcsolatos képességek ösztönzése¹⁹,
- a szerzői jogok fontosságának megértése mind a fogyasztók, mind a tartalom-előállítók szempontjából²⁰.

4.3. A médiaműveltség és az online szolgáltatások

A gyorsan változó információs társadalomban a médiaműveltséggel összefüggő készségek azért fontosak, mert ezek képesek biztosítani a technológiai, gazdasági és kulturális innovációval kapcsolatos tudatosságot és befogadást. Az internet gyökeresen alakítja át a médiafogyasztást, hiszen újabb lehetőséget kínál a fogyasztóknak arra, hogy interaktív módon férjenek hozzá mind a hagyományos médiumokhoz (elég az IPTV-t vagy az internetrádiót említeni), mind a világ minden részéből érkező szöveges, kép- és hangtartalmakhoz. Ez amellet, hogy óriási lehetőségeket hordoz többek között a multimédiás digitális könyvtárak terén²¹, a médiaműveltség szempontjából jelentős kihívásokat is támaszt. A médiaműveltség az online alkotások esetében a következőket takarja:

- az online tartalom kritikus befogadására alkalmas eszközök biztosítása a felhasználók részére,
- a médiakreativitással és az audiovizuális médiaszolgáltatások előállításával kapcsolatos készségek terjesztése és a szerzői jogok tekintetében való tudatosság növelése²²,
- annak biztosítása, hogy az információs társadalom előnyeit mindenki élvezhesse, így azok is, akik életkoruk, nemük vagy származásuk folytán vagy amiatt hátrányos helyzetben vannak, hogy nem rendelkeznek a megfelelő eszközökkel vagy képzettséggel, valamint a fogyatékkal élők (az elektronikus szolgáltatások

amelynek programja főként európai filmekből áll, és többek között fiataloknak szóló, az európai filmeket népszerűsítő tevékenységet folytat.

¹⁹ Erre példa a Community Media Network (Írország), amely a közösségfejlesztés és a közösségerősítés előmozdítására törekszik a videó, a rádió, a fényképezés, a nyomtatás és az internet használatának segítségével (www.cmn.ie). Szintén itt említendő a FILM-X, a dán filmintézet gyermekeknek és kamaszoknak szóló, számítógépes alapú, interaktív filmstúdiója, amely lehetőséget biztosít a gyermekek, a fiatalok és a felnőttek számára arra, hogy beleszóljanak a filmkészítésbe, illetve segítséget nyújt nekik a filmen keresztüli kommunikáció különböző formáinak megismerésében (www.dfi.dk/filmx).

²⁰ A BBC a lehetőségek széles skáláját kínálja az interaktív szerepvállalásra: a felhasználók többek között online üzenőfalakat, fórumokat, blogokat használhatnak, illetve hang- és videóüzeneteket küldhetnek. A BBC ezenkívül nemrégiben fejezett be egy, a kreatív archívummal kapcsolatos tesztprojektet, amelynek során az előfizetők részéről jelentős érdeklődés mutatkozott, hiszen csaknem 100 000 rendszeres felhasználót regisztráltak. A Kreatív Archívum tesztprojekt lehetővé tette, hogy az állampolgárok – a kreatív archívumra vonatkozó licencia által szabott kereteken belül – letöltsenek, átalakítsanak, felhasználjanak és megosszanak engedélyezett tartalmú anyagokat mindaddig, amíg a felhasználás nem profitszerzésre irányul.

²¹ A digitális könyvtárakra vonatkozó kezdeményezés az európai információs társadalom létrehozására irányuló, i2010 elnevezésű átfogó bizottsági stratégiába illeszkedik. A digitális könyvtár kifejezés a nyilvánosság számára hozzáférhető digitális tartalmak rendszerezett gyűjteményét takarja. A kezdeményezés három fő szempontot érint: az online hozzáférhetőséget, a digitalizálást, valamint a megőrzést és a tárolást.

²² Erre példa a <http://www.internet-abc.de/kinder/> címen elérhető oldal, amely az internet jobb megismerésében és az online tartalmak előállításában nyújt segítséget a gyermekeknek.

hozzáférhetősége), illetve a hátrányos helyzetű területeken élők (mindezek az esetek az elektronikus társadalmi integráció kérdéskörébe tartoznak)²³,

- a keresőprogramok működésével kapcsolatos tudatosság növelése (találati sorrend stb.), illetve ezek eredményesebb használatának megtanítása²⁴.

5. KÖVETKEZTETÉSEK

A Bizottság – már meglévő programokon és kezdeményezéseken keresztül – továbbra is ösztönözni fogja a digitális környezethez igazodó médiaműveltséggel kapcsolatos helyes gyakorlati megoldások kidolgozását és cseréjét, valamint a médiaműveltség mérési kritériumaira vonatkozó kutatást. Ennek érdekében 2008-ban külön tanulmány készül a médiaműveltség szintjének mérésére alkalmas kritériumok vizsgálata céljából. A tanulmány eredményeit a Bizottság figyelembe fogja venni az audiovizuális médiaszolgáltatásokra vonatkozó irányelvben előírt jelentésben, amelyet az irányelv elfogadásától számítva legkésőbb négy év elteltével kell benyújtani.

A fentiekre tekintettel a Bizottság felkéri az Európai Parlamentet, a Tanácsot, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságot és a Régiók Bizottságát, hogy támogassák az e közleményben meghatározott célkitűzéseket és prioritásokat, és 2008 folyamán szervezzenek a digitális környezethez igazodó médiaműveltséggel – többek között a médiagazdaság európai helyzetével – kapcsolatos helyes gyakorlati megoldások cseréjét célzó eseményeket. A többi intézmény által kifejtett vélemény és az ezen közleményre az érintettektől érkező visszajelzések fényében a Bizottság még erőteljesebben fel fogja hívni a figyelmet a helyes gyakorlati megoldások kialakításának fontosságára, és amennyiben szükséges, e témában ajánlást fog kiadni. Figyelembe véve továbbá, hogy 2008 a kultúrák közötti párbeszéd európai éve lesz, a Bizottság felkéri az európai intézményeket, hogy a médiaműveltséggel kapcsolatos tevékenységeikbe építsék be a kultúrák közötti párbeszéd kérdését.

A Bizottság felkéri a tagállamokat arra, hogy:

- ösztönözzék az audiovizuális médiaszolgáltatásokat és az elektronikus hírközlést szabályozó hatóságokat arra, hogy tevékenyebben vegyenek részt és működjenek közre a médiaműveltség fent meghatározott szintjeinek javításában,
- ösztönözzék a médiaműveltség különböző aspektusainak és dimenzióinak szisztematikus kutatását, rendszeres megfigyelését és a témával kapcsolatos jelentéskészítést,
- az érintettekkel együttműködésben nemzeti szinten dolgozzanak ki és vezessenek be magatartási kódexeket, és szükség esetén társszabályozási kereteket, valamint ösztönözzék az önszabályozási kezdeményezéseket.

²³ Az i2010 kezdeményezés harmadik prioritása a hatékony, felhasználóbarát és IKT-alapú közszolgáltatásokon alapuló, befogadó európai információs társadalom elérésének ösztönzése a Bizottság rendelkezésére álló eszközökön keresztül.

Lásd: http://ec.europa.eu/information_society/activities/einclusion/index_en.htm és http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/inclusion/index_en.htm

²⁴ Lásd például ezt a gyermekeknek szóló keresőprogramot: <http://www.blinde-kuh.de/>