

RACCOMANDAZIONI

COMMISSIONE

RACCOMANDAZIONE DELLA COMMISSIONE

del 20 agosto 2009

sull'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale per un'industria audiovisiva e dei contenuti più competitiva e per una società della conoscenza inclusiva

(2009/625/CE)

LA COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

visto il trattato che istituisce la Comunità europea, in particolare l'articolo 211 ⁽¹⁾,

considerando quanto segue:

(1) Il 20 dicembre 2007 la Commissione ha adottato una comunicazione dal titolo «Un approccio europeo all'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale» ⁽²⁾, incentrata sull'alfabetizzazione mediatica per la comunicazione commerciale e dedicata ad aspetti quali la pubblicità, l'alfabetizzazione mediatica per le opere audiovisive, che in parte significa accrescere la consapevolezza e conoscenza della cinematografia europea e migliorare le competenze in fatto di creatività, e l'alfabetizzazione mediatica on-line, che permette, ad esempio, ai cittadini di conoscere meglio le modalità di funzionamento dei motori di ricerca Internet.

(2) Il Parlamento europeo, nella sua relazione sull'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale ⁽³⁾, ha incoraggiato la Commissione a sviluppare ulteriormente la sua politica di promozione della competenza mediatica in cooperazione con tutte le istituzioni europee e gli enti territoriali locali e regionali.

(3) Le conclusioni del Consiglio sull'alfabetizzazione mediatica ⁽⁴⁾, adottate dal Consiglio «Educazione, gioventù e cultura» il 21/22 maggio 2008, hanno approvato la visione strategica proposta dalla Commissione europea sull'alfabetizzazione mediatica quale fattore importante per essere cittadini attivi nell'odierna società dell'informazione.

(4) Il Comitato delle Regioni ha adottato un parere generale sull'educazione ai media e i contenuti creativi on line nell'ottobre 2008 ⁽⁵⁾.

(5) Il Consiglio di Lisbona ⁽⁶⁾ ha constatato che «le industrie che producono contenuti informativi creano un valore aggiunto mettendo a frutto la diversità culturale europea e veicolandola in rete». L'agenda europea per la cultura, avviata nel 2007, istituisce un quadro strategico per affrontare le principali sfide nel settore della cultura, mentre nelle sue conclusioni del maggio 2009 sulla cultura come catalizzatore per la creatività e l'innovazione il Consiglio ha evidenziato il contributo specifico che la cultura può dare alla creatività e all'innovazione e chiesto l'adozione di un ampio concetto di innovazione nell'ambito della strategia di Lisbona per il periodo successivo al 2010. Questo aspetto è particolarmente importante anche nell'ambito dell'iniziativa i2010 della Commissione europea, intesa a stimolare la competitività nel settore TIC e a creare uno spazio unico europeo dell'informazione.

(6) Un livello più elevato di alfabetizzazione mediatica contribuirebbe in misura significativa alla realizzazione degli obiettivi fissati per l'Unione europea dal Consiglio europeo di Lisbona e nell'iniziativa i2010, in particolare per quanto riguarda la creazione di un'economia della conoscenza più competitiva, e contribuirebbe al contempo a creare una società dell'informazione più inclusiva.

(7) La consultazione pubblica condotta alla fine del 2006 ha rivelato che in Europa sono presenti pratiche diverse e livelli disomogenei di alfabetizzazione mediatica. Al tempo stesso è emerso che mancano criteri o norme comuni di valutazione dell'alfabetizzazione mediatica e che sussiste la necessità urgente di ricerche su più vasta scala e a più lungo termine per definire tali criteri.

⁽¹⁾ GU C 325 del 24.12.2002, pag. 1.

⁽²⁾ COM(2007) 833 def.

⁽³⁾ 2008/2129(INI) del 24 novembre 2008.

⁽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>

- (8) Come riconosciuto nello studio sulle tendenze e sugli approcci attuali all'alfabetizzazione mediatica in Europa, svolto per conto della Commissione nella seconda metà del 2007, esistono alcuni ostacoli allo sviluppo nel settore dell'alfabetizzazione mediatica a livello europeo. Tali ostacoli comprendono in particolare la mancanza di una visione comune, la scarsa visibilità europea delle iniziative nazionali, regionali e locali e la mancanza di reti europee e di un coordinamento tra i soggetti interessati.
- (9) Sarebbe estremamente importante poter analizzare, illustrare e diffondere buone pratiche nel settore in tutta l'Unione europea, nonché creare e promuovere reti europee tra i soggetti interessati.
- (10) La capacità dei cittadini europei di compiere scelte informate e diversificate in veste di consumatori di media contribuirebbe alla competitività dell'industria europea audiovisiva e dei contenuti.
- (11) L'alfabetizzazione mediatica si riferisce alla capacità di accedere ai media, di comprendere e valutare criticamente diversi aspetti dei media e dei loro contenuti e di creare comunicazioni in una varietà di contesti.
- (12) La diffusione dei contenuti creativi digitali e la moltiplicazione delle piattaforme di distribuzione on line e mobili crea nuove sfide per l'alfabetizzazione mediatica. Nel mondo odierno i cittadini devono sviluppare competenze analitiche che favoriscano una migliore comprensione intellettuale ed emotiva dei media digitali.
- (13) L'alfabetizzazione mediatica comprende tutti i media e ha lo scopo di migliorare la conoscenza delle numerose forme di messaggi mediatici che le persone incontrano nella vita quotidiana. I messaggi mediatici sono i programmi televisivi, i film, le immagini, i testi, i suoni e i siti web veicolati da diverse forme di comunicazione.
- (14) L'alfabetizzazione mediatica svolge un ruolo importante nel migliorare la consapevolezza e la conoscenza del patrimonio audiovisivo e delle identità culturali europee e nell'accrescere l'interesse per tale patrimonio e per le recenti opere culturali europee.
- (15) L'alfabetizzazione mediatica influisce sull'inclusione e sulla cittadinanza nell'odierna società dell'informazione. È una competenza fondamentale non solo per i giovani, ma anche per gli adulti e gli anziani, i genitori, gli insegnanti e i professionisti dei media. Grazie a Internet e alla tecnologia digitale, un numero crescente di europei può ora creare e diffondere immagini, informazioni e contenuti. L'alfabetizzazione mediatica è oggi considerata una delle condizioni indispensabili per una cittadinanza attiva e piena e per prevenire e ridurre i rischi di esclusione dalla vita sociale.
- (16) Una società alfabetizzata nel campo dei media è al tempo stesso uno stimolo e una condizione essenziale per il pluralismo e l'indipendenza dei mezzi di comunicazione. L'espressione di opinioni e idee diverse, in lingue diverse, in rappresentanza di gruppi diversi, all'interno delle società e tra di esse, ha un impatto positivo sui valori della diversità, della tolleranza, della trasparenza, dell'uguaglianza e del dialogo. È opportuno pertanto promuovere lo sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica in tutti i settori della società e seguirne attentamente i progressi.
- (17) La democrazia dipende dalla partecipazione attiva dei cittadini alla vita della comunità e l'alfabetizzazione mediatica fornisce le competenze di cui hanno bisogno per dare un senso al flusso quotidiano di informazioni diffuse tramite le nuove tecnologie di comunicazione.
- (18) L'alfabetizzazione mediatica dovrebbe essere affrontata in vari modi e a diversi livelli. Le modalità di inclusione dell'alfabetizzazione mediatica nei curricoli scolastici a tutti i livelli sono responsabilità precipua degli Stati membri. Molto importante è inoltre il ruolo svolto dalle autorità locali, che sono vicine ai cittadini e sostengono le iniziative nel settore dell'insegnamento non ufficiale. Anche la società civile dovrebbe contribuire attivamente a promuovere l'alfabetizzazione mediatica dal basso.
- (19) Le iniziative della Commissione, quali MEDIA 2007 [decisione n. 1718/2006/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, del 15 novembre 2006, relativa all'attuazione di un programma di sostegno al settore audiovisivo europeo (MEDIA 2007) ⁽¹⁾] e la direttiva sui servizi di media audiovisivi (direttiva 2007/65/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2007, che modifica la direttiva 89/552/CEE del Consiglio relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive ⁽²⁾], che mira a rafforzare la competitività dell'industria europea degli audiovisivi e dei contenuti, dovrebbero contribuire all'alfabetizzazione mediatica.

⁽¹⁾ GU L 327 del 24.11.2006, pag. 12.

⁽²⁾ GU L 332 del 18.12.2007, pag. 27.

- (20) La Commissione intende monitorare da vicino i progressi compiuti nel campo dell'alfabetizzazione mediatica audiovisiva e dell'alfabetizzazione mediatica per la comunicazione commerciale, come previsto dal considerando 37 della direttiva sui servizi di media audiovisivi, segnatamente nell'ambito del comitato di contatto sui servizi di media audiovisivi e nell'adempimento dei suoi obblighi di rendicontazione previsti dall'articolo 26 di detta direttiva.
- (21) La Commissione incoraggerà i progetti di ricerca sull'alfabetizzazione mediatica nel quadro dei programmi esistenti. In particolare, intende avviare uno studio sul livello di consapevolezza dei rischi connessi alla diffusione di dati personali on line e uno studio su come migliorare l'uso dei motori di ricerca.
- (22) Le iniziative in materia di alfabetizzazione mediatica dovrebbero comprendere anche un elemento riguardante la consapevolezza del ruolo dei diritti d'autore.
- (23) Il trattamento dei dati personali nelle reti di informazione e comunicazione, in particolare allo scopo di presentare ai consumatori offerte personalizzate, e i problemi che esso pone in termini di protezione dei dati personali e di rispetto della vita privata, devono essere affrontati nell'ambito di iniziative in materia di alfabetizzazione mediatica. Le reti di informazione e comunicazione aprono infatti nuove possibilità per gli utenti, ma possono anche configurare nuovi rischi per i singoli individui, per esempio l'usurpazione d'identità, l'elaborazione di profili discriminatori o la sorveglianza continua. La Commissione ha esaminato questi problemi e le possibili soluzioni nella comunicazione sulla promozione della protezione dei dati mediante tecnologie di rafforzamento della tutela della vita privata (PET) ⁽¹⁾.
- (24) Le iniziative sull'alfabetizzazione mediatica digitale dovrebbero assicurare un'assidua partecipazione degli editori tradizionali, data l'esperienza preziosa acquisita dall'industria editoriale in materia di alfabetizzazione mediatica in ambiente off-line e alla luce del crescente passaggio alla produzione e distribuzione di contenuti digitali in tale settore.
- (25) La Commissione intende continuare a creare una situazione di consenso sugli aspetti essenziali dell'alfabetizzazione mediatica (definizioni, obiettivi) e sostenere l'analisi e lo scambio di buone pratiche in materia di alfabetizzazione mediatica in ambito digitale, e anche sull'economia del settore dei media in Europa, in particolare tramite

l'organizzazione di riunioni del comitato di contatto SMA ⁽²⁾, la promozione e il sostegno di manifestazioni nell'ambito di MEDIA 2007 ⁽³⁾, la cooperazione con le altre istituzioni europee e le organizzazioni internazionali, quali il Consiglio d'Europa, l'UNESCO e l'Alleanza delle civiltà delle Nazioni Unite, e la promozione di una cooperazione tra il settore pubblico e quello privato nel campo dell'alfabetizzazione mediatica,

RACCOMANDA:

- I. Gli Stati membri, in cooperazione con le autorità incaricate della regolamentazione in materia di comunicazione audiovisiva ed elettronica e, se del caso, in collaborazione con le autorità di controllo della protezione dei dati:
 1. sviluppano e attuano iniziative di co-regolamentazione ai fini dell'adozione di codici di condotta da parte dei principali soggetti interessati e promuovono iniziative di autoregolamentazione e orientamenti sugli aspetti del settore dei media indicati di seguito nella parte II;
 2. dando seguito all'attuale studio della Commissione sui criteri di valutazione dei livelli di alfabetizzazione mediatica in Europa, promuovono ricerche sistematiche mediante studi e progetti sui diversi aspetti dell'alfabetizzazione mediatica in ambito digitale e verificano e misurano i progressi nei livelli di alfabetizzazione;
 3. in occasione di conferenze e di altre manifestazioni pubbliche, avviano un dibattito sull'inclusione dell'alfabetizzazione mediatica nel curriculum scolastico della scuola dell'obbligo e nell'offerta di competenze chiave per l'apprendimento permanente, di cui alla raccomandazione del Parlamento europeo e del Consiglio, del 18 dicembre 2006, relativa a competenze chiave per l'apprendimento permanente;
 4. intensificano gli sforzi volti a migliorare la consapevolezza e la conoscenza del patrimonio audiovisivo nazionale ed europeo tramite campagne di sensibilizzazione nazionali rivolte ai cittadini;
 5. organizzano corsi di formazione e giornate di informazione e distribuiscono pacchetti informativi intesi a migliorare la consapevolezza dei rischi derivanti dal trattamento dei dati personali attraverso le reti di informazione e comunicazione e provvedono all'educazione degli utenti, soprattutto i giovani, i genitori e gli insegnanti, in questo campo.

⁽¹⁾ COM (2007) 228 def. del 2 maggio 2007.

⁽²⁾ SMA, cfr. 2007/65/CE.

⁽³⁾ Decisione n. 1718/2006/CE.

II. Il settore dei media si impegna maggiormente a fornire gli strumenti necessari per migliorare il livello di alfabetizzazione mediatica:

1. divulgando sistematicamente conoscenze tramite l'organizzazione di campagne di informazione sulle modalità di produzione, pubblicazione e distribuzione dei contenuti informativi e creativi in ambito digitale, compreso il funzionamento dei motori di ricerca e il modo per migliorarne l'utilizzo;
2. fornendo ai cittadini informazioni chiare e di facile comprensione attraverso campagne di sensibilizzazione sulle tecniche utilizzate per la comunicazione commerciale, in particolare per quanto riguarda l'inserimento di prodotti e la pubblicità on line, nonché strumenti atti a identificare meglio i confini tra commercializzazione e contenuti;
3. fornendo ai cittadini informazioni e creando pacchetti informativi rivolti soprattutto ai giovani per illustrare

in che modo vengono trattati i dati personali nel contesto delle offerte personalizzate, in particolare nella pubblicità interattiva, nel pieno rispetto delle disposizioni giuridiche esistenti;

4. informando attivamente i cittadini mediante l'organizzazione di giornate di informazione sul *modus operandi* dell'economia della creatività, compreso il ruolo dei diritti di autore in tale ambito.

III. Gli Stati membri sono destinatari della presente raccomandazione.

Fatto a Bruxelles, il 20 agosto 2009.

Per la Commissione

Viviane REDING

Membro della Commissione
