

AANBEVELINGEN

COMMISSIE

AANBEVELING VAN DE COMMISSIE

van 20 augustus 2009

betreffende mediageletterdheid in de digitale omgeving voor een meer concurrerende audiovisuele en inhoudindustrie en een inclusieve kennismaatschappij

(2009/625/EG)

DE COMMISSIE VAN DE EUROPESE GEMEENSCHAPPEN,

Gelet op het Verdrag tot oprichting van de Europese Gemeenschap, en met name op artikel 211 ⁽¹⁾,

Overwegende hetgeen volgt:

(1) Op 20 december 2007 heeft de Commissie een mededeling aangenomen met de titel „Een Europese aanpak van mediageletterdheid in de digitale omgeving” ⁽²⁾, die vooral ging over mediageletterdheid voor commerciële communicatie en over onderwerpen in verband met reclame en mediageletterdheid voor audiovisuele werken, onder meer om de Europese film te promoten en de creatieve vaardigheden en de mediageletterdheid voor onlinediensten te verbeteren, zodat burgers bijvoorbeeld beter inzicht krijgen in de werking van zoekmachines op internet.

(2) In zijn rapport betreffende mediageletterdheid in een digitale wereld ⁽³⁾ verzocht het Europees Parlement de Commissie met klem om haar beleid ter bevordering van mediageletterdheid in samenwerking met alle Europese instellingen en met lokale en regionale instanties uit te bouwen.

(3) De conclusies van de Raad inzake mediageletterdheid ⁽⁴⁾ die door de Raad Onderwijs, Jeugdzaken en Cultuur van 21 en 22 mei 2008 zijn aangenomen, onderschrijven de door de Europese Commissie voorgestelde strategische visie op mediageletterdheid als een belangrijke factor voor actief burgerschap in de huidige informatiemaatschappij.

(4) In oktober 2008 heeft het Comité van de Regio's een algemeen advies over mediageletterdheid en creatieve online-inhoud aangenomen ⁽⁵⁾.

(5) De Europese Raad van Lissabon ⁽⁶⁾ heeft het volgende geconcludeerd: „De inhoudsindustrie schept een meerwaarde door de Europese culturele diversiteit te exploiteren en via netwerken te verspreiden”. De in 2007 gestarte Europese agenda voor cultuur voert een strategisch beleidskader in voor de aanpak van de voornaamste uitdagingen op het gebied van cultuur, terwijl in de conclusies van de Raad van mei 2009 betreffende cultuur als katalysator voor creativiteit en innovatie de nadruk wordt gelegd op de specifieke bijdrage die cultuur kan leveren aan creativiteit en innovatie, en een breed concept van innovatie in het kader van de strategie van Lissabon na 2010 wordt aanbevolen. Dit is ook van bijzonder belang in het kader van het initiatief i2010 van de Europese Commissie om het concurrentievermogen in de ICT-sector te versterken en een Gemeenschappelijke Europese Informatieruimte op te zetten.

(6) Een hogere mate van mediageletterdheid zou heel wat bijdragen tot het halen van de doelstellingen voor de Europese Unie die op de Europese Raad van Lissabon en in het bijzonder in het kader van het initiatief i2010 zijn bepaald met betrekking tot een meer concurrerende kenniseconomie en een meer inclusieve informatiemaatschappij.

(7) Uit de eind 2006 gehouden openbare raadpleging is gebleken dat er in heel Europa verschillende praktijken en niveaus van mediageletterdheid bestaan. Tegelijk wordt erkend dat er geen overeengekomen criteria of standaarden zijn voor het beoordelen van mediageletterdheid en is er dringend behoefte aan onderzoek op grotere schaal en op langere termijn om dergelijke criteria op te stellen.

⁽¹⁾ PB C 325 van 24.12.2002, blz. 1.

⁽²⁾ COM(2007) 833 definitief.

⁽³⁾ 2008/2129(INI) van 24 november 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=NL>

- (8) Zoals wordt erkend in de studie „Huidige trends en benaderingen van mediageletterdheid in Europa”, die in de tweede helft van 2007 voor de Commissie is uitgevoerd, bestaan er op Europees niveau belemmeringen voor de ontwikkeling van mediageletterdheid. Zo is er een bijzonder gebrek aan gemeenschappelijke visie, aan Europese zichtbaarheid van nationale, regionale en lokale initiatieven, aan Europese netwerken en aan coördinatie tussen belanghebbenden.
- (9) Het zou dan ook van grote waarde zijn de goede praktijken ter zake over de hele Europese Unie te kunnen onderzoeken, in de verf zetten en verspreiden en Europese netwerken tussen belanghebbenden tot stand te brengen en te bevorderen.
- (10) Europese burgers die als mediaconsumenten geïnformeerde en gediversifieerde keuzen kunnen maken, zouden bijdragen aan het concurrentievermogen van de Europese audiovisuele en inhoudindustrie.
- (11) Mediageletterdheid gaat om het vermogen toegang te hebben tot de media, de verschillende aspecten van media en media-inhoud met een kritisch oog te kunnen evalueren en in uiteenlopende contexten communicatie tot stand te kunnen brengen.
- (12) De verspreiding van digitale creatieve inhoud en het toenemende aantal online- en mobiele distributieplatforms brengen op het gebied van mediageletterdheid nieuwe uitdagingen met zich mee. In de wereld van vandaag moeten burgers hun analytische vaardigheden ontwikkelen om de digitale media op intellectueel en emotioneel niveau beter te kunnen begrijpen.
- (13) Mediageletterdheid bestrijkt alle media. Doel van mediageletterdheid is mensen bewuster te maken van de vele soorten mediaboodschappen waarmee ze dagelijks te maken hebben. Mediaboodschappen zijn de programma's, films, beelden, tekst, geluid en websites die via verschillende communicatiemiddelen worden overgedragen.
- (14) Mediageletterdheid speelt een belangrijke rol in het verbeteren van de bekendheid met het audiovisuele erfgoed en de culturele identiteit van Europa en het aanscherpen van de kennis van en de belangstelling voor het audiovisuele erfgoed en recente Europese cultuurwerken.
- (15) Mediageletterdheid gaat om inclusie en burgerschap in de huidige informatiemaatschappij. Niet alleen voor de jonge generaties maar ook voor volwassenen en bejaarden, ouders, leerkrachten en mensen die werkzaam zijn in de media is dit een essentiële vaardigheid. Dankzij internet en digitale technologie kunnen steeds meer Europeanen beelden, informatie en inhoud creëren en verspreiden. Mediageletterdheid wordt vandaag de dag beschouwd als een van de voornaamste voorwaarden voor een actief en volwaardig burgerschap, waarmee de risico's op uitsluiting van het gemeenschapsleven kunnen worden voorkomen en verminderd.
- (16) Een mediageletterde samenleving zou tegelijk een stimulans en een essentiële voorwaarde zijn voor pluralisme en onafhankelijkheid in de media. De uiting van diverse meningen en ideeën in verschillende talen, namens verschillende groepen, binnen en tussen samenlevingen, heeft een positief effect op de waarden diversiteit, tolerantie, transparantie, gelijkheid en dialoog. Daarom moet de ontwikkeling van mediageletterdheid in alle lagen van de samenleving worden bevorderd en moet de vooruitgang ter zake op de voet worden gevolgd.
- (17) De democratie is afhankelijk van de actieve participatie van burgers aan het leven van hun gemeenschap. Mediageletterdheid zou hun de vaardigheden bijbrengen die zij nodig hebben om hun weg te vinden in de dagelijkse informatiestroom die via de nieuwe communicatietechnologieën wordt verspreid.
- (18) Mediageletterdheid moet op verschillende niveaus op verschillende manieren worden aangepakt. De concrete manier waarop mediageletterdheid in het leerplan wordt opgenomen, behoort in de eerste plaats tot de verantwoordelijkheid van de lidstaten. Ook voor de lagere overheden is een zeer belangrijke rol weggelegd omdat zij dicht bij de burger staan en initiatieven in de informele onderwijssector ondersteunen. Van onder uit moet ook het maatschappelijk middenveld een actieve bijdrage leveren aan de bevordering van mediageletterdheid.
- (19) Initiatieven van de Commissie zoals MEDIA 2007 (Besluit 1718/2006/EG van het Europees Parlement en de Raad van 15 november 2006 betreffende de uitvoering van een programma ter ondersteuning van de Europese audiovisuele sector (MEDIA 2007) ⁽¹⁾) en de Richtlijn audiovisuele mediadiensten (Richtlijn 2007/65/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 december 2007 tot wijziging van Richtlijn 89/552/EEG van de Raad betreffende de coördinatie van bepaalde wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen in de lidstaten inzake de uitoefening van televisieomroepactiviteiten ⁽²⁾), die gericht zijn op het versterken van het concurrentievermogen van de Europese audiovisuele en inhoudindustrie, zouden tot mediageletterdheid bijdragen.

⁽¹⁾ PB L 327 van 24.11.2006, blz. 12.

⁽²⁾ PB L 332 van 18.12.2007, blz. 27.

(20) Zoals bepaald in overweging 37 van de Richtlijn audiovisuele mediadiensten, is de Commissie voornemens de inspanningen te volgen die worden geleverd op het gebied van audiovisuele mediageletterdheid en mediageletterdheid voor commerciële communicatie, met name in het kader van het Contactcomité audiovisuele mediadiensten en van de in artikel 26 van de richtlijn vastgestelde rapportageplicht.

(21) De Commissie zal in het kader van bestaande programma's onderzoeksprojecten betreffende mediageletterdheid stimuleren. Zij is in het bijzonder voornemens een onderzoek te starten naar de bekendheid met de risico's die verbonden zijn aan de verspreiding van persoonsgegevens in een onlineomgeving, alsook een onderzoek naar een beter gebruik van zoekmachines.

(22) Initiatieven betreffende mediageletterdheid moeten ook aandacht besteden aan de rol van auteursrechten.

(23) Initiatieven in verband met mediageletterdheid moeten ook wijzen op de verwerking van persoonsgegevens in informatie- en communicatienetwerken, met name voor op de persoon toegesneden aanbiedingen aan consumenten, en de daarmee gepaard gaande problemen betreffende de bescherming van persoonsgegevens en het recht op eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer. Informatie- en communicatienetwerken bieden immers nieuwe mogelijkheden voor gebruikers; zij kunnen echter ook nieuwe risico's voor individuen inhouden, zoals identiteitsdiefstal, discriminerende profilering of voortdurende controle. De Commissie heeft deze kwesties aan de orde gesteld in haar mededeling inzake de verbetering van de gegevensbescherming door technologieën ter bevordering van de persoonlijke levenssfeer⁽¹⁾.

(24) Bij initiatieven betreffende digitale mediageletterdheid moeten traditionele uitgevers nauw worden betrokken, omdat de uitgeversector zeer waardevolle ervaring heeft met mediageletterdheid in de offlinewereld en steeds meer overschakelt op digitale productie en distributie van inhoud.

(25) De Commissie is voornemens verder aan een consensus te bouwen over de essentiële aspecten van mediageletterdheid (definities, doelstellingen) en ondersteuning te bieden voor de analyse en uitwisseling van goede praktijken op het gebied van mediageletterdheid in de digitale omgeving, met inbegrip van de economie van de mediasector in Europa, met name door bijeenkomsten van het Contactcomité audiovisuele mediadiensten⁽²⁾ te orga-

niseren, evenementen in het kader van MEDIA 2007⁽³⁾ te bevorderen en te ondersteunen, samen te werken met de andere Europese instellingen en internationale organisaties zoals de Raad van Europa, UNESCO en de Alliantie van Beschavingen van de Verenigde Naties, alsook een publiek-privaat partnerschap op het gebied van mediageletterdheid te bevorderen.

BEVEELT AAN:

I. dat de lidstaten, in samenwerking met de instanties die bevoegd zijn voor de regulering van audiovisuele en elektronische communicatie en, in voorkomend geval, met de toezichthouders voor gegevensbescherming:

1. met betrekking tot de hieronder in deel II voor de media-industrie genoemde onderwerpen, initiatieven op het gebied van coregulering ontwikkelen en ten uitvoer leggen die leiden tot het aannemen van gedragscodes door de voornaamste belanghebbenden en initiatieven en richtsnoeren op het gebied van zelfregulering stimuleren;

2. aansluitend op de lopende studie van de Commissie betreffende beoordelingscriteria voor mediageletterdheid in Europa, systematisch onderzoek bevorderen via studies en projecten betreffende de verschillende aspecten en dimensies van mediageletterdheid in de digitale omgeving en de vooruitgang van mediageletterdheid volgen en meten;

3. op conferenties en andere openbare evenementen een discussie op gang brengen over het opnemen van mediageletterdheid in het verplichte leerplan en in het kader van het ontwikkelen van sleutelcompetenties voor een leven lang leren, zoals beschreven in de aanbeveling van het Europees Parlement en de Raad van 18 december 2006 inzake sleutelcompetenties voor een leven lang leren;

4. via nationale, op burgers gerichte bewustmakingscampagnes hun inspanningen opvoeren om de bekendheid met het nationale en Europese audiovisuele erfgoed te verbeteren;

5. de kennis vergroten via opleidingen, informatiedagen en verspreiding van informatiepakketten over de risico's die verbonden zijn aan de verwerking van persoonsgegevens via informatie- en communicatienetwerken en op dit gebied voorlichting verstrekken aan gebruikers, vooral jongeren, ouders en leerkrachten;

⁽¹⁾ COM(2007) 228 definitief van 2 mei 2007.

⁽²⁾ AVMS, zie Richtlijn 2007/65/EG.

⁽³⁾ Besluit nr. 1718/2006/EG.

II. dat de media-industrie haar engagement verhoogt om burgers ter verbetering van hun mediageletterdheid van de nodige hulpmiddelen te voorzien door:

1. systematisch via informatiecampagnes kennis te verspreiden over de manier waarop informatie en creatieve inhoud in de digitale wereld wordt geproduceerd, bewerkt en gedistribueerd, inclusief de manier waarop zoekmachines werken en hoe ze beter kunnen worden gebruikt;
2. burgers door de organisatie van bewustmakingscampagnes te voorzien van duidelijke, gebruiksvriendelijke informatie over technieken voor commerciële communicatie, met name over productplaatsing, onlinereclame en van hulpmiddelen om een beter onderscheid te kunnen maken tussen marketing en inhoud;
3. burgers van informatie te voorzien, informatiepakketten samen te stellen die specifiek op jongeren zijn gericht

over de manier waarop hun persoonsgegevens in het kader van op de persoon toegesneden aanbiedingen worden verwerkt, met name bij interactieve reclame, met inachtneming van de bestaande wettelijke bepalingen;

4. burgers actief te informeren door informatiedagen te organiseren over de werking van de creatieve economie, inclusief de rol van auteursrechten in dit verband.

III. Deze aanbeveling is gericht tot de lidstaten.

Gedaan te Brussel, 20 augustus 2009.

Voor de Commissie

Viviane REDING

Lid van de Commissie
