



COMISIA COMUNITĂȚILOR EUROPENE

Bruxelles, 20.12.2007
COM(2007) 833 final

**COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CĂTRE
CONSILIU, CĂTRE COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN ȘI CĂTRE
COMITETUL REGIUNILOR**

O abordare europeană a competenței mediatice în mediul digital

COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CĂTRE CONSILIU, CĂTRE COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN ȘI CĂTRE COMITETUL REGIUNILOR

O abordare europeană a competenței mediatică în mediul digital

1. COMPETENȚA MEDIATICĂ ÎN MEDIUL DIGITAL

Competența mediatică devine un punct din ce în ce mai important pe agendele politice europene și naționale în sectorul media și în sectorul comunicării. Noua directivă privind serviciile media audiovizuale (AVMS/ SMAV), de exemplu, prezintă o obligație de raportare pentru Comisie în scopul măsurării nivelurilor de competență mediatică în toate statele membre¹.

În timp ce mijloacele media rămân factori determinanți pentru o mai bună înțelegere a lumii de către cetățenii europeni și pentru ca aceștia să participe la viața democratică și culturală, consumul de media este în schimbare. Mobilitatea, comunicarea generată de utilizator, internetul și avântul comercial al produselor digitale sunt pe cale să transforme radical economia sectorului media. În consecință, este esențial să se formeze o mai bună cunoaștere și înțelegere a modului în care funcționează mijloacele media în lumea digitală, a identității noilor participanți din peisajul economic media și a noilor posibilități și provocări pe care le poate prezenta consumul de mijloace media digitale. Acest aspect condiționează în mare măsură încrederea utilizatorilor în tehnologiile digitale și media și, prin urmare, acceptarea tehnologiei informației și comunicării (TIC) și a mijloacelor media, care constituie o prioritate pentru Comisia Europeană, după cum a confirmat în cadrul său politic strategic „i2010”². Într-un mod mai general, este, de asemenea, important ca cetățenii să înțeleagă mai bine dimensiunea economică și culturală a sistemului media și faptul că se poartă discuții în legătură cu importanța existenței pentru economia Europei a unui sistem media puternic și competitiv la nivel global, care să genereze pluralism și diversitate culturală.

Un grad mai înalt de competență mediatică poate contribui în mod semnificativ la realizarea obiectivelor stabilite pentru Uniunea Europeană la Consiliul European de la Lisabona din 2000. Este un aspect deosebit de important pentru instituirea unei economii a cunoașterii mai competitive și mai integratoare printr-un avânt al competitivității în sectoarele TIC și media, pentru realizarea unui spațiu informațional european unic și pentru stimularea incluziunii, ameliorarea serviciilor publice și a calității vieții.

Această abordare europeană a competenței mediatică în mediul digital răspunde apelurilor din partea Parlamentului European³ și a societăților din sectoarele media și TIC. Ea completează

¹ Articolul 26: Comisia depune „un raport privind aplicarea prezentei directive și, dacă este necesar, face propuneri suplimentare pentru adaptarea directivei la evoluția din sectorul serviciilor media audiovizuale, în special ca urmare a progreselor tehnologice recente, a competitivității sectorului și a nivelurilor de competență mediatică în toate statele membre.”

² A se vedea: http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/index_en.htm

³ De exemplu, într-o rezoluție din 6 septembrie 2005 cu privire la directiva „Televiziune fără frontiere” 89/552/CEE, Parlamentul European solicită Consiliului și Comisiei „să elaboreze și să pună în aplicare programe de competență mediatică pentru a promova cetățenia activă și conștientă în Europa”. Într-un

inițiativa în curs de desfășurare a UE privind pluralismul mediatic⁴, modernizarea cadrelor de reglementare pentru serviciile media audiovizuale și pentru comunicațiile electronice, inițiativele strategice cu privire la televiziunea mobilă⁵ și cu privire la conținutul creativ online și la apropiata inițiativă privind e-Incluziunea.

Mai mult, prezenta comunicare adaugă un element constitutiv suplimentar al politicii audiovizuale europene. Comunicarea se leagă în special de dispozițiile directivei AVMS (SMAV) (Comunicarea va încuraja căutarea unor criterii de evaluare a competenței mediaticice care constituie o primă etapă către îndeplinirea obligației de raportare prevăzută la articolul 26)⁶ și de programul MEDIA 2007. Acest program subliniază importanța competenței mediaticice și a inițiativelor de educare în domeniul imaginii pentru a avea acces la lucrările audiovizuale europene și pentru a consolida patrimoniul cinematografic și audiovizual al Europei. Obiectivul său principal este acela de a sublinia și de a promova bunele practici din sfera competenței mediaticice la nivel european și de a propune acțiuni. Comunicarea se clădește pe rezultatele activității Grupului de experți în domeniul competenței mediaticice (constituit în 2006), pe constatările rezultate în urma consultării publice care a fost lansată în octombrie 2006 și pe experiența dobândită de Comisie în urma inițiativelor anterioare și a celor curente legate de competența mediatică.

Prezenta comunicare nu are implicații financiare asupra bugetului comunitar, în afara celor prevăzute și stabilite în cadrul financiar 2007-2013.

raport din 22 noiembrie 2006 (A6-0399/2006) pe aceeași temă, competența mediatică este menționată drept o aptitudine fundamentală. Parlamentul European a adoptat, în data de 27 aprilie 2006 o rezoluție privind tranziția de la radiodifuziunea în sistem analogic la radiodifuziunea digitală [2005/2212(INI)]. La nivelul Uniunii, „Comisia este invitată să redacteze o comunicare privind competența mediatică”. În întrebările adresate d-nei Reding cu ocazia audierilor Parlamentului European din 2004, mai multe dintre temele acestei comunicări, precum incluziunea și accesibilitatea, erau deja prezente. De asemenea, la o întrebare referitoare la siguranța copiilor pe internet, dna Reding a răspuns: „competența mediatică sau programele de educație mediatică” constituie mijloace de a responsabiliza și de a sensibiliza minorii.

⁴ Comisia Europeană a lansat la 16 ianuarie 2007 o abordare în trei etape a pluralismului mediatic. Prima etapă a constat într-un Document de lucru al serviciilor Comisiei, al doilea reprezintă un studiu independent pentru definirea și testarea indicatorilor concreți și obiectivi de evaluare a pluralismului mediatic în statele membre ale UE (rezultate preconizate la începutul anului 2009), urmat de o Comunicare a Comisiei privind indicatorii pentru pluralism mediatic în statele membre ale UE, programată pentru 2009. A se vedea:

http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm

⁵ Comunicare a Comisiei către Parlamentul European, către Consiliu, către Comitetul Economic și Social și către Comitetul Regiunilor - Către o consolidare a pieței interne a televiziunii mobile COM/2007/0409 final.

⁶ Directiva privind serviciile media audiovizuale, considerentul 37: „Competența mediatică” se referă la abilități, cunoștințe și capacități de înțelegere care permit consumatorilor să utilizeze mijloacele de informare în mod eficient și în condiții de siguranță. Persoanele cu competență mediatică sunt în măsură să facă alegeri în cunoștință de cauză, să înțeleagă caracterul conținutului și al serviciilor și să beneficieze de întreaga gamă de oportunități oferită de noile tehnologii ale comunicațiilor. Aceste persoane pot să se protejeze mai bine, atât pe ele însele, cât și pe membrii familiilor lor, de materiale dăunătoare sau ofensive. Prin urmare, dezvoltarea competenței mediaticice pe toate palierele sociale ar trebui promovată, iar evoluția acesteia, monitorizată îndeaproape. A se vedea nota de subsol 1.

2. O DEFINIȚIE EUROPEANĂ A COMPETENȚEI MEDIATICE

Competența mediatică se definește, în general, ca fiind capacitatea de a accesa mijloacele media, de a înțelege și de a evalua cu spirit critic diferite aspecte ale mijloacelor media și a conținutului acestora și de a crea comunicări într-o varietate de contexte. Definiția a fost validată de marea majoritate a respondenților din cadrul consultării publice și de către membrii Grupului de experți în domeniul competenței mediatică⁷. Mass-media constituie mijloacele media care pot să se adreseze unui public larg prin intermediul a diferite canale de distribuție. Mesajele media reprezintă conținuturi informaționale și creative cuprinse în texte, sunete și imagini, transmise prin diferite forme de comunicare, inclusiv televiziune, cinematograf, video, site-uri de internet, radio, jocuri video și comunități virtuale.

O abordare europeană a competenței mediatică ar trebui să se raporteze la toate mijloacele media. Diferitele niveluri de competență media cuprind:

- ușurința cu care se utilizează toate mijloacele media existente, începând de la ziare și până la comunitățile virtuale;
- utilizarea activă a mijloacelor media, printre altele, prin televiziunea interactivă, utilizarea motoarelor de căutare de pe internet sau participarea la comunitățile virtuale și ameliorarea exploatării potențialului media în scopuri de divertisment, acces la cultură, dialog intercultural, învățare și aplicații zilnice (de exemplu, prin biblioteci, podcast-uri).
- abordarea cu spirit critic a mijloacelor media atât în ceea ce privește calitatea, cât și acuratețea conținutului (de exemplu, capacitatea de a evalua informațiile, de a trata mesajul publicitar din diverse mijloace media, de a utiliza în mod pertinent motoarele de căutare);
- utilizarea mijloacelor media în mod creativ, deoarece evoluția tehnologiilor media și prezența crescândă a internetului drept canal de distribuție permit crearea și diseminarea de imagini, informații și conținut de către un număr din ce în ce mai mare de europeni;
- înțelegerea economiei media și a diferenței dintre pluralism și dreptul de proprietate asupra mijloacelor media;
- conștientizarea problemelor legate de drepturile de autor, care sunt esențiale într-o „cultură a legalității”, în special pentru generația mai tânără, în postura sa dublă de consumatoare și producătoare de conținut media.

Prezenta comunicare nu își propune să trateze toate aceste probleme, multe fiind tratate în inițiative în curs de derulare, ci să se concentreze asupra unora dintre acestea.

3. INIȚIATIVE PÂNĂ ÎN PREZENT

În 2006, s-a constituit un **Grup de experți în domeniul competenței media** în scopul de a analiza și defini obiectivele și tendințele din sfera competenței media, de a sublinia și

⁷

A se vedea: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

promova bunele practici la nivel european și de a propune acțiuni în această direcție. Analizarea și evaluarea activității precedente a Comisiei Europene [de exemplu, proiecte în domeniul competenței media finanțate în cadrul programului e-Învățare (*e-Learning*)] au fost, de asemenea, discutate și examinate. Grupul este compus dintr-o serie de experți europeni în domeniul competenței mediatice și cuprinde o combinație între diferite competențe și formări profesionale, participând inclusiv cadre universitare și profesioniști media. S-a reunit de trei ori în 2006 și de două ori în 2007.

În plus, Comisia a lansat o **consultare publică**⁸ în ultimul trimestru din 2006. Reacțiile obținute cu ocazia consultării au fost satisfăcătoare, atât în termeni cantitativi, cât și în termeni calitativi și din punct de vedere al varietății respondenților. Printre respondenți s-au numărat organizații și întreprinderi din sectorul media, instituții de învățământ formal și non-formal, furnizori și producători de conținut mediativ, institute de cercetare și culturale, organisme de reglementare și asociații ale cetățenilor și consumatorilor. Din analiza răspunsurilor, a reieșit faptul că analizarea, evidențierea și diseminarea bunelor practici locale și naționale din domeniu pe teritoriul Uniunii Europene reprezintă soluția corectă pentru accelerarea progresului în domeniul competenței mediatice. O altă concluzie a fost faptul că lipsesc criteriile sau standardele de evaluare a competenței mediatice și că nu există bune practici pentru toate aspectele competenței media. În consecință, Comisia consideră cercetarea pe scară largă și pe termen lung drept o necesitate imperioasă atât în vederea elaborării unor noi criterii de evaluare, cât și a unor noi bune practici.

În mai 2006 s-a comandat un **studiu** cu privire la „Tendențele și abordările curente ale competenței mediatice în Europa”. Acest studiu identifică practicile curente de implementare a competenței mediatice în Europa, confirmă tendințele care rezultă din consultarea publică și recomandă anumite măsuri de aplicare la nivel comunitar pentru a contribui la sporirea nivelului de competență mediativă. În final, prezintă pe scurt posibilul impact economic și social al unei intervenții UE în acest domeniu. Raportul final al studiului este disponibil pe site-ul internet al Comisiei Europene⁹.

Decizia privind programul **MEDIA 2007**¹⁰ subliniază importanța competenței mediatice și a inițiativelor de educare în domeniul cinematografiei, în special cele organizate de festivalurile pentru tineri în colaborare cu școlile. La începutul anului 2007 a fost lansată o cerere de oferte, conținând un criteriu de atribuire specific legat de educația în domeniul cinematografiei și au fost selectate o serie de proiecte¹¹.

Programul **SAFER INTERNET PLUS** (2004-2008) vizează să doteze părinții, profesorii și copiii cu instrumente pentru siguranța pe internet. Acest program se referă și la alte mijloace media, precum cele video. În contextul acestui program, în mai 2007, s-a derulat un studiu calitativ¹², pe baza unui sondaj Eurobarometru, prin care s-a urmărit ameliorarea cunoștințelor

⁸ A se vedea, de asemenea, „Raportul privind rezultatele consultării publice asupra competenței mediatice”: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

⁹ A se vedea: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm

¹⁰ Decizia nr. 1718/2006/CE.

¹¹ De exemplu: Festivalul de film de la Salonic (Grecia), Festivalul „Premiers Plans” (Angers, Franța), *Festival Européen du Film Court de Brest* (Franța), *Festival Internacional de cine para jóvenes* (Gijón, Spania), Festivalul internațional de film scurt (Berlin, Germania), Festivalul de film „Crossing Europe” (Linz, Austria) și cea de-a 20-a ediție a Festivalului european de film pentru tineret din Flandra (Belgia).

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

de utilizare a internetului și a telefonului mobil de către copii, conduita online și percepțiilor acestora asupra unor probleme legate de risc și de siguranță.

Cadrul juridic UE referitor la conținut tratează și competența mediatică. De exemplu, la 20 decembrie 2006, s-a adoptat o **Recomandare a Parlamentului European și a Consiliului privind protecția minorilor și a demnității umane** și dreptul la replică în ceea ce privește competitivitatea sectorului european al serviciilor audiovizuale și informaționale¹³. Această recomandare subliniază importanța elaborării de programe privind competența mediatică de către statele membre și recomandă o serie de acțiuni concrete care urmează să fie întreprinse de către statele membre și de către Comisie în acest sens. Exemple de astfel de acțiuni sunt: încurajarea sectorului serviciilor audiovizuale și de informare online pentru evitarea și combaterea oricăror discriminări pe bază de sex, rasă sau origine etnică, religie sau credință, handicap, vârstă sau orientare sexuală, fără a prejudicia libertatea de exprimare sau libertatea presei; instituirea unor coduri de conduită în colaborare cu profesioniștii și cu autoritățile de reglementare la nivel național și comunitar; promovarea unor măsuri de combatere a tuturor activităților ilegale de pe internet care sunt dăunătoare pentru minori. Comisia ar atrage atenția, de asemenea, asupra faptului că toate statele membre, cu o singură excepție, și Comunitatea Europeană sunt semnatare ale Convenției Națiunilor Unite privind drepturile persoanelor cu handicap. Articolul 21 descrie obligațiile de încurajare a mass-mediei, inclusiv a furnizorilor de informații prin internet, în a-și face serviciile accesibile persoanelor cu handicap.

În conformitate cu principiul subsidiarității, autoritățile naționale dețin responsabilitatea primordială de includere a competenței mediatice în programele școlare la toate nivelurile. Rolul jucat de autoritățile locale este, de asemenea, foarte important, deoarece acestea sunt mai aproape de cetățeni și susțin inițiative în sectorul învățământului non-formal. Textul recent aprobat al **Directivei AVMS (SMAV)** conține un considerent care se referă la competența mediatică¹⁴, iar articolul 26 din această directivă prevede o obligație de raportare pentru Comisie în scopul măsurării nivelurilor de competență mediatică din toate statele membre.

În mai 2007, competența mediatică a făcut obiectul conferinței „More trust in content (Mai multă încredere în conținut)” din cadrul Seminarului de la Leipzig din perioada președinției germane. În iunie 2007, la conferința pe tema competenței mediatice organizate de UNESCO, necesitatea consolidării cooperării internaționale a fost subliniată la unison de către UNESCO, Consiliul Europei și Comisie.

4. COMPETENȚA MEDIATICĂ ÎN MEDIUL DIGITAL – BUNE PRACTICI

Prezenta Comunicare se concentrează pe trei domenii: comunicare comercială, lucrări audiovizuale și mediul online.

4.1. Competența mediatică pentru comunicare comercială

Publicitatea face parte din viața de zi cu zi și constituie unul din elementele constitutive ale unei economii de piață. Este important să se sporească gradul de sensibilizare al întregului public cu privire la rolul comunicării comerciale în lanțul valorii din sectorul audiovizual.

¹³ Recomandarea nr. 2006/952/CE.

¹⁴ A se vedea nota de subsol 6.

Aceasta se verifică în special în cazul televiziunii gratuite (free-to-air), deoarece alte forme de comunicare comercială, precum sponsorizarea, teleshopping-ul sau plasarea de produse permit posturilor să obțină conținut premium. Este, de asemenea, important să se evite crearea prin mijloace media a unei imagini negative a persoanelor în vârstă sau a persoanelor cu handicap. În acest domeniu, competența mediatică pentru comunicarea comercială include cel puțin trei aspecte:

- dotarea publicului tânăr cu instrumente de dezvoltare a unei **abordări critice** a comunicării comerciale, permițându-i să facă alegeri în cunoștință de cauză¹⁵;
- sporirea gradului de conștientizare și cunoaștere în rândul tuturor părților interesate în legătură cu măsurile și mecanismele de reglementare și în legătură cu dezvoltarea și implementarea codurilor de conduită¹⁶;
- încurajarea finanțării publice/private în acest domeniu, cu transparența adecvată¹⁷.

În vederea îndeplinirii obligației de raportare din Directiva AVMS (SMAV), Comisia consideră că este extrem de necesar să se dezvolte și să se facă schimb de bune practici în ceea ce privește comunicările comerciale (de exemplu, prin contribuții la dezvoltarea unor coduri de conduită) în scopul de a le propune drept o alternativă la restricții sau interdicții referitoare la anumite practici.

4.2. Competența mediatică pentru lucrări audiovizuale

Tehnologiile digitale și penetrarea accesului în bandă largă facilitează foarte mult accesul la lucrările audiovizuale, creând noi canale de distribuție precum video la cerere și televiziune mobilă. Acestea creează la rândul lor noi piețe pentru conținutul de catalog/patrimoniu. În plus, tehnologiile digitale coboară bariera de acces la crearea și distribuirea de lucrări audiovizuale și ajută la crearea unei piețe audiovizuale fără frontiere. În acest context, competența mediatică înseamnă:

- sporirea, în special pentru publicul european tânăr, a gradului de conștientizare și cunoaștere cu privire la patrimoniul nostru cinematografic și creșterea interesului față de aceste filme și față de filmele europene recente¹⁸;
- promovarea dobândirea de aptitudini în vederea creării și producerii de opere media audiovizuale¹⁹;

¹⁵ De exemplu, Mediakompassi, un site în domeniul competenței mediatică elaborat de Societatea de Radiodifuziune finlandeză YLE are o secțiune care se concentrează asupra publicității pentru tineri, precum și pentru părinți și profesori; Agenția consumatorului din Suedia a publicat mai multe cărți și a cofinanțat apariția unor materiale educative cu privire la reclamele difuzate la televiziune.

¹⁶ De exemplu, Consiliul Audiovizualului din Catalonia (CAC) promovează platforme de dialog pentru instituirea unor coduri de autoreglementare și de reglementare în comun.

¹⁷ De exemplu, Media Smart este un program non-profit de competență mediatică care se axează pe publicitate, adresat copiilor de școală, cu vârste între 6 și 11 ani. Inițiativa a fost lansată în Regatul Unit în noiembrie 2002 și funcționează acum în Belgia, Germania, Țările de Jos, Regatul Unit, Finlanda și Suedia. Inițiativa este în curs de elaborare în Italia, Portugalia și Ungaria. Este finanțată prin firmele de publicitate din Regatul Unit și este susținută de Regatul Unit și alte guverne ale statelor membre.

¹⁸ De exemplu *Europa Cinemas*, creat în 1992 datorită finanțării din programul MEDIA al Uniunii Europene și al *Centre National de la Cinématographie*. *Europa Cinemas* a devenit prima rețea de săli de cinematograf cu program predominant european și organizează, printre altele, activități promoționale legate de filmele europene pentru publicul tânăr.

- înțelegerea importanței drepturilor de autor, atât din perspectiva consumatorilor, cât și a creatorilor de conținut²⁰.

4.3. Competența mediatică pentru mediul online

În societatea informațională care evoluează cu repeziciune, competența mediatică este necesară pentru realizarea conștientizării și incluziunii în raport cu inovațiile tehnologice, economice și culturale. Internetul schimbă profund consumul de media, deoarece reprezintă un mijloc suplimentar de a accesa mijloace media tradiționale (IPTV sau radio prin internet, de exemplu) și texte, imagini și sunete din toată lumea într-un mod interactiv. Aceasta oferă oportunități uriașe, de exemplu, în ceea ce privește bibliotecile digitale multimedia²¹, dar și provocări imense în materie de competență mediatică. Competența mediatică pentru mediul online presupune:

- dotarea utilizatorilor cu instrumente de evaluare cu spirit critic a conținutul online;
- extinderea aptitudinilor legate de creativitatea și producția digitale și sporirea sensibilizării cu privire la problemele referitoare la drepturile de autor²²;
- garantarea faptului că oricine se poate bucura de beneficiile aduse de societatea informațională, inclusiv persoanele dezavantajate din cauza unui nivel limitat resurselor sau al educației sau pe motiv de vârstă, sex, etnie, inclusiv persoanele cu handicap (e-Accesibilitate), precum și cele care trăiesc în zone defavorizate (toate aceste aspecte sunt cuprinse în sfera e-Incluziunii)²³;

¹⁹ De exemplu, *Community Media Network* (Irlanda) promovează dezvoltarea și responsabilizarea comunității, prin folosirea mijloacelor video, radio, fotografice, imprimate și internetul drept instrumente-resurse. www.cmn.ie. De asemenea, FILM-X este studioul computerizat interactiv pentru copii și adolescenți al Institutului danez de film. Acesta oferă copiilor, tinerilor și adulților o șansă să încerce experiența unei producții de film și îi ajută să învețe diferite moduri de a comunica prin intermediul filmului <http://www.dfi.dk/filmx>.

²⁰ BBC oferă utilizatorilor o largă varietate de oportunități de participare interactivă, inclusiv message board-uri (panouri de afișaj pentru mesaje online), forumuri online pentru comentarii, bloguri și contribuții audio și video. De asemenea, BBC a finalizat recent un program pilot pentru *Creative Archive* (Arhiva de creație) care a generat un nivel însemnat de participare din partea persoanelor care plătesc taxe de licență cu aproximativ 100 000 utilizatori frecvenți. Proiectul-pilot *Creative Archive* a permis oamenilor să descarce, să remodifice, să utilizeze și să împartă cu alți oameni secvențe autorizate corespunzător în scopuri personale, creative și necomerciale conform condițiilor din *Creative Archive Licence Scheme* (sistemul de licență Creative Archive).

²¹ Inițiativa Bibliotecii Digitale reprezintă un proiect din cadrul i2010, strategia globală a Comisiei de impulsare a economiei digitale. Bibliotecile digitale constituie colecții organizate de conținut digital pus la dispoziția publicului. Trei filioane principale ale acestei inițiative se găsesc online: accesibilitatea, digitizarea și păstrarea și stocarea.

²² Adresa <http://www.internet-abc.de/kinder/> constituie un exemplu, care permite copiilor să se familiarizeze cu internetul și cu creația și producția de conținut online.

²³ Cea de-a treia prioritate a i2010 este promovarea, cu instrumentele disponibile pentru Comisie, a unei Societăți informaționale europene cuprinzătoare, susținută de servicii publice eficiente și făcute disponibile prin mijloace TIC ușor de utilizat.

A se vedea: http://ec.europa.eu/information_society/activities/einclusion/index_en.htm și http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/inclusion/index_en.htm

- sporirea conștientizării legate de modul în care funcționează motoarele de căutare (prioritizarea răspunsurilor, etc.) și studierea posibilităților de ameliorare a utilizării unor motoare de căutare²⁴.

5. CONCLUZII

Comisia va continua să promoveze dezvoltarea și schimbul de bune practici cu privire la competența mediatică în mediul digital prin programe și inițiative existente. Va încuraja, de asemenea, căutarea unor criterii de evaluare a competenței mediatice. Pentru a realiza acest lucru, se va lansa în 2008 un studiu specific în scopul de a identifica criterii de evaluare a nivelurilor de competență mediatică. Acest studiu va fundamenta un raport prevăzut în Directiva AVMS (SMAV), pe care Comisia îl va prezenta în termen de cel mult patru ani de la adoptarea directivei.

Din motivele menționate mai sus, Comisia invită Parlamentul European, Consiliul, Comitetul Economic și Social și Comitetul Regiunilor să susțină obiectivele și prioritățile prezentate în prezenta Comunicare și să organizeze în anul 2008 evenimente dedicate schimbului de bune practici pe teme de competență media în mediul digital, inclusiv pe tema economiei sectorului media în Europa. Având în vedere poziția exprimată de celelalte instituții și reacțiile părților interesate la prezenta comunicare, Comisia va scoate și mai mult în evidență aceste bune practici, adoptând, dacă este necesar, o recomandare. De asemenea, ținând seama că anul 2008 va fi Anul european al dialogului intercultural, Comisia invită instituțiile europene să includă această componentă de dialog intercultural în activitățile lor legate de competența media.

Comisia invită statele membre:

- să încurajeze autoritățile responsabile de regulamentul privind comunicarea audiovizuală și electronică să se implice mai mult și să colaboreze la ameliorarea diverselor niveluri de competență mediatică definite mai sus;
- să promoveze cercetarea sistematică și observarea periodică, precum și raportarea diferitelor aspecte și dimensiuni ale competenței mediatice;
- să dezvolte și să implementeze codurile de conduită, după caz, cadrele de reglementare comune, împreună cu toate părțile interesate la nivel național și să promoveze inițiativele de autoreglementare.

²⁴

A se vedea, de exemplu, acest motor de căutare pentru copii: <http://www.blinde-kuh.de/>.