



KOMISIA EURÓPSKÝCH SPOLOČENSTIEV

Brusel, 20.12.2007
KOM(2007) 833 v konečnom znení

**OZNÁMENIE KOMISIE EURÓPSKEMU PARLAMENTU, RADE, EURÓPSKEMU
HOSPODÁRSKEMU A SOCIÁLNEMU VÝBORU A VÝBORU REGIÓNOV**

Európsky prístup k mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí

OZNÁMENIE KOMISIE EURÓPSKEMU PARLAMENTU, RADE, EURÓPSKEMU HOSPODÁRSKEMU A SOCIÁLNEMU VÝBORU A VÝBORU REGIÓNOV

Európsky prístup k mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí

1. MEDIÁLNA GRAMOTNOSŤ V DIGITÁLNO M PROSTREDÍ

Mediálna gramotnosť sa čoraz väčšmi stáva dôležitým prvkom európskych a vnútroštátnych politických programov v odvetviach médií a komunikácií. V novej smernici o audiovizuálnych mediálnych službách (AVMS) sa napríklad ustanovuje oznamovacia povinnosť Komisie s cieľom merať úroveň mediálnej gramotnosti vo všetkých členských štátoch¹.

Zatiaľ čo médiá sú pre európskych občanov naďalej kľúčovým predpokladom pre lepšie chápanie sveta a účasť na demokratickom a kultúrnom živote, spotreba médií sa mení. Mobilita, komunikácia tvorená používateľmi, internet a prudký rozvoj dostupnosti digitálnych produktov radikálne pretvárajú hospodárstvo mediálneho odvetvia. Preto je potrebné dosiahnuť lepšie poznanie a pochopenie toho, ako médiá fungujú v digitálnom svete, kto sú nové subjekty v hospodárstve mediálneho odvetvia a aké nové možnosti a výzvy môže predstavovať spotreba digitálnych médií. Táto skutočnosť do veľkej miery podmieňuje dôveru používateľov v digitálne technológie a médiá, a tým aj prijatie IKT a médií, čo je prioritou Európskej komisie, ako sa potvrdzuje v jej strategickom politickom rámci i2010². Vo všeobecnosti je takisto dôležité, aby občania lepšie chápali hospodársky a kultúrny aspekt médií a aby prebehla diskusia o tom, aké je pre európske hospodárstvo dôležité mať silné a konkurencieschopné médiá na globálnej úrovni, zabezpečujúce pluralitu a kultúrnu rozmanitosť.

Vyšší stupeň mediálnej gramotnosti môže významne prispieť k dosiahnutiu cieľov, ktoré stanovila Európska únia na zasadnutí Európskej rady v Lisabone v roku 2000. Osobitný význam má pre vytvorenie konkurencieschopnejšieho a inkluzívnejšieho hospodárstva založeného na vedomostiach prostredníctvom posilnenia konkurencieschopnosti v odvetviach IKT a médií, ako aj pre dokončenie jednotného európskeho informačného priestoru a pre podporu začlenenia, lepších verejných služieb a kvality života.

Tento európsky prístup k mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí je reakciou na výzvy Európskeho parlamentu³ a priemyslu v oblasti IKT a médií. Dopĺňa sa ním prebiehajúca

¹ Článok 26: Komisia predloží „správu o uplatňovaní tejto smernice a v prípade potreby ďalšie návrhy, aby smernicu prispôsobila vývoju v oblasti audiovizuálnych mediálnych služieb, najmä so zreteľom na nedávny technologický rozvoj, konkurencieschopnosť odvetvia a úroveň mediálnej gramotnosti vo všetkých členských štátoch.“

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

³ Napríklad v uznesení zo 6. septembra 2005 o smernici s názvom Televízia bez hraníc (89/552/EHS) Európsky parlament žiada Radu a Komisiu, aby „vypracovali a realizovali vzdelávacie programy o médiách, a tak sa zasadzovali o aktívne a uvedomelé európske občianstvo v Európe“. V správe z 22. novembra 2006 (A6-0399/2006) o tej istej veci sa mediálna gramotnosť označuje ako základná schopnosť. Európsky parlament 27. apríla 2006 prijal uznesenie o prechode z analógového vysielania na digitálne vysielanie (2005/2212(INI)). Na úrovni Únie „vyzýva Komisiu, aby vypracovala oznámenie o mediálnej gramotnosti“. V otázkach položených pani Redingovej počas vypočutí

iniciatíva EÚ o pluralite médií⁴, modernizácia regulačných rámcov pre služby audiovizuálnych médií a pre elektronickú komunikáciu, strategické iniciatívy týkajúce sa mobilnej televízie⁵ a online kreatívneho obsahu a nadchádzajúca iniciatíva týkajúca sa elektronického začlenenía (eInclusion).

Týmto oznámením sa do európskej audiovizuálnej politiky navyše doplnil nový stavebný prvok. Nadväzuje najmä na ustanovenia smernice o audiovizuálnych mediálnych službách (týmto oznámením sa podnieti výskum kritérií pre hodnotenie mediálnej gramotnosti, ktoré sú prvým krokom k povinnosti oznamovania z článku 26)⁶ a program MEDIA 2007. V tomto programe sa zdôrazňuje význam mediálnej gramotnosti a predstavuje vzdelávacie iniciatívy zamerané na audiovizuálnu gramotnosť s cieľom sprístupniť európske audiovizuálne diela a obohatiť európske kinematografické a audiovizuálne dedičstvo. Jeho hlavným cieľom je vyzdvihnúť a podporovať osvedčené postupy v mediálnej gramotnosti na európskej úrovni a navrhnúť opatrenia. Toto oznámenie je založené na výsledkoch práce skupiny odborníkov v oblasti mediálnej gramotnosti (vytvorenej v roku 2006), na záveroch verejných konzultácií, ktoré sa začali v októbri 2006, a na skúsenostiach z predchádzajúcich a súčasných iniciatív Komisie týkajúcich sa mediálnej gramotnosti.

Toto oznámenie nemá iný finančný vplyv na rozpočet Spoločenstva ako ten, ktorý sa predpokladal a ustanovil vo finančnom rámci na obdobie 2007 – 2013.

2. EURÓPSKE VYMEDZENIE POJMU MEDIÁLNEJ GRAMOTNOSTI

Mediálna gramotnosť sa všeobecne vymedzuje ako schopnosť získať prístup k médiám, porozumieť a kriticky zhodnotiť rôzne aspekty médií a mediálneho obsahu a viesť komunikáciu v rôznych kontextoch. Toto vymedzenie bolo schválené veľkou väčšinou respondentov pri verejných konzultáciách a členmi skupiny odborníkov v oblasti mediálnej gramotnosti⁷. Masmédiá sú médiá schopné zasiahnuť širokú verejnosť prostredníctvom rôznych distribučných kanálov. Správy v médiách predstavujú informačný a kreatívny obsah zahrnutý do textového, zvukového a obrazového materiálu a prenášaný rôznymi formami

v Európskom parlamente v roku 2004 zaznelo niekoľko tém z tohto oznámenia, ako napríklad začlenenía a dostupnosť. Pani Redingová v odpovedi na otázku o bezpečnosti detí na internete takisto uviedla, že „mediálna gramotnosť alebo vzdelávacie programy o médiách“ sú prostriedkami na posilnenie maloletých a zlepšenie ich informovanosti.

⁴ Európska komisia navrhla 16. januára 2007 trojstupňový prístup k pluralite médií. Prvý stupeň pozostával z pracovného dokumentu útvarov Komisie, druhý tvorí nezávislá štúdia na definíciu a testovanie konkrétnych a objektívnych kritérií pre hodnotenie plurality médií v členských štátoch EÚ (výsledky sa očakávajú začiatkom roku 2009), po ktorej bude nasledovať oznámenie Komisie o kritériách pre pluralitu médií v členských štátoch EÚ podľa roku 2009. Pozri: http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm

⁵ Oznámenie Komisie Európskemu parlamentu, Rade, Európskemu hospodárskemu a sociálnemu výboru a Výboru regiónov - Posilnenie vnútorného trhu so službami mobilnej televízie, KOM(2007)0409 v konečnom znení.

⁶ Smernica o audiovizuálnych mediálnych službách, odôvodnenie 37: „Mediálna gramotnosť sa vzťahuje na zručnosti, znalosti a porozumenie, ktoré umožňujú spotrebiteľom účinne a bezpečne využívať masovokomunikačné prostriedky. Mediálne gramotní ľudia budú schopní fundovane sa rozhodovať, porozumieť povahe obsahu a služieb, využívať výhody celej škály príležitostí, ktoré ponúkajú nové komunikačné technológie. Budú schopní lepšie chrániť seba a svoje rodiny pred škodlivým alebo urážlivým materiálom. Rozvoj mediálnej gramotnosti by sa preto mal vo všetkých segmentoch spoločnosti podporovať a monitorovať.“ Pozri aj poznámku pod čiarou 1.

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

komunikácie vrátane televízie, kina, videa, internetových stránok, rádia, videohier a virtuálnych komunit.

Európsky prístup k mediálnej gramotnosti by sa mal vzťahovať na všetky médiá. Rôzne úrovne mediálnej gramotnosti zahŕňajú:

- pocit pohodlia pri využívaní všetkých existujúcich médií od novín až po virtuálne komunity;
- aktívne využívanie médií prostredníctvom *inter alia* interaktívnej televízie, používanie internetových vyhľadávačov alebo účasť vo virtuálnych komunitách a lepšie využívanie potenciálu zábavných médií, prístup ku kultúre, medzikultúrny dialóg, učebné a každodenné aplikácie (napríklad knižnice, služba podcast);
- kritický prístup k médiám, pokiaľ ide o kvalitu a správnosť obsahu (napríklad schopnosť vyhodnotiť informácie, triezve vnímanie reklamy v rôznych médiách, inteligentné využívanie vyhľadávačov);
- kreatívne využívanie médií, keďže vývoj mediálnych technológií a rastúci význam internetu ako distribučného kanálu umožňuje čoraz väčšiemu počtu Európanov vytvárať a šíriť obrazové materiály, informácie a obsah;
- pochopenie hospodárstva mediálneho odvetvia a rozdielu medzi pluralitou a vlastníctvom médií;
- informovanosť o problematike autorského práva, ktorá je potrebná pre tzv. kultúru legality, najmä pre mladšiu generáciu v jej dvojitom postavení spotrebiteľa a výrobcu obsahu.

Toto oznámenie nie je zamerané na riešenie všetkých týchto otázok, keďže mnohé sa riešia v rámci prebiehajúcich iniciatív, ale sústreďuje sa na niektoré z nich.

3. DOTERAJŠIE INICIATÍVY

Skupina odborníkov v oblasti mediálnej gramotnosti bola založená v roku 2006 s cieľom analyzovať a vymedziť ciele a trendy mediálnej gramotnosti, vyzdvihnúť a podporovať osvedčené postupy na európskej úrovni a navrhnúť opatrenia v tejto oblasti. Takisto sa prediskutovala a preskúmala analýza a hodnotenie predchádzajúcich činností Európskej komisie (napríklad projekty v oblasti mediálnej gramotnosti financované v rámci programu eLearning). Skupina bola zložená z niekoľkých odborníkov v oblasti európskej mediálnej gramotnosti. Skombinovali sa v nej rôzne znalosti a profesijné zázemia vrátane akademikov a profesionálov z mediálnej oblasti. V roku 2006 sa zišla trikrát a v roku 2007 dvakrát.

Komisia okrem toho v poslednom štvrtroku 2006 začala **verejnú konzultáciu**⁸. Reakcie na konzultácie boli uspokojivé tak z kvantitatívneho hľadiska, ako aj z hľadiska kvality a rozličnosti respondentov. Respondenti zastupovali mediálne organizácie a priemysel, formálne a neformálne vzdelávacie inštitúcie, poskytovateľov a výrobcov obsahu, výskum a

⁸ Pozri aj Správu o výsledkoch verejných konzultácií o mediálnej gramotnosti: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

kultúrne inštitúcie, regulátorov a asociácie občanov a spotrebiteľov. Z analýzy odpovedí vyplynulo, že analýza, vyzdvihnutie a šírenie miestnych a vnútroštátnych osvedčených postupov v tejto oblasti v rámci celej Európskej únie je správnu odpoveďou, ktorá urýchlí pokrok v mediálnej gramotnosti. Okrem toho sa zistilo, že chýbajú kritériá alebo normy pre hodnotenie mediálnej gramotnosti a že osvedčené postupy nie sú dostupné pre všetky aspekty mediálnej gramotnosti. Komisia preto cíti naliehavú potrebu rozsiahlejšieho a dlhodobého výskumu rozvoja nových hodnotiacich kritérií a nových osvedčených postupov.

V máji 2006 bola vypracovaná štúdia „Súčasný trendy a prístupy k mediálnej gramotnosti v Európe“. Mapujú sa v nej súčasné postupy pri implementovaní mediálnej gramotnosti v Európe, potvrdzujú sa tendencie, ktoré vyplynuli z verejných konzultácií, a odporúčajú sa niektoré opatrenia, ktorých realizácia na úrovni Spoločenstva pomôže podporiť mediálnu gramotnosť a zvýšiť jej úroveň. V závere sa stručne načrtol prípadný hospodársky a sociálny vplyv zásahu EÚ v tejto oblasti. Záverečná správa tejto štúdie je k dispozícii na internetovej stránke Európskej komisie⁹.

V rozhodnutí programu **MEDIA 2007**¹⁰ sa zdôrazňuje význam iniciatív v oblasti mediálnej gramotnosti a filmového vzdelávania, najmä iniciatív v rámci organizácie festivalov pre mladé publikum v spolupráci so školami. Začiatkom roku 2007 bola uverejnená výzva na predkladanie návrhov s osobitnými kritériami pre zadávanie, ktoré sa týkali vzdelávania v oblasti filmu, a bolo vybrané množstvo projektov¹¹.

Program **BEZPEČNEJŠÍ INTERNET PLUS** (2004 – 2008) je zameraný na poskytnutie internetových nástrojov v oblasti bezpečnosti rodičom, učiteľom a deťom. Zahŕňa aj iné médiá, ako napríklad videá. V súvislosti s týmto programom bola v máji 2007 vypracovaná kvalitatívna štúdia¹² založená na prieskume Eurobarometra a zameraná na zlepšenie povedomia o používaní internetu a mobilných telefónov deťmi, ich správanie online a ich vnímanie problematiky spojenej s rizikom a bezpečnosťou.

Právny rámec EÚ týkajúci sa obsahu takisto rieši problematiku mediálnej gramotnosti. Napríklad **odporúčanie Európskeho parlamentu a Rady o ochrane neplnoletých osôb a ľudskej dôstojnosti** a o práve na odpoveď v súvislosti s konkurencieschopnosťou európskeho priemyslu audiovizuálnych a informačných služieb bolo prijaté 20. decembra 2006¹³. Zdôrazňuje sa v ňom význam rozvoja programov mediálnej gramotnosti členskými štátmi a odporúča súbor konkrétnych opatrení, ktoré by v tejto oblasti mali prijať členské štáty a Komisia. Príklady takýchto opatrení sú: podpora priemyslu audiovizuálnych a informačných služieb online s cieľom vyháňať sa všetkým formám diskriminácie na základe pohlavia, rasového alebo etnického pôvodu, náboženského vyznania alebo presvedčenia, zdravotného postihnutia, veku alebo sexuálnej orientácie a bojovať proti nim bez toho, aby bola porušená sloboda prejavu alebo tlače; stanovenie kódexu správania v spolupráci s odborníkmi a regulačnými orgánmi na vnútroštátnej úrovni a na úrovni Spoločenstva; podpora opatrení na

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

¹⁰ Rozhodnutie č. 1718/2006/ES.

¹¹ Príkladmi sú: Filmový festival v Solúne (Grécko), Európsky festival prvých filmov (Angers, Francúzsko), Európsky festival krátkych filmov Brest (Francúzsko), Medzinárodný filmový festival pre deti a mládež (Gijón, Španielsko), Medzinárodný festival krátkeho filmu (Berlín, Nemecko), Filmový festival Crossing Europe – Križovatka Európy (Linz, Rakúsko) a 20. ročník Filmového festivalu európskej mládeže vo Flámsku (Belgicko).

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

¹³ Odporúčanie č. 2006/952/ES.

boj proti všetkým nezákonnými činnosťami na internete, ktoré škodia nepľnoletým osobám. Komisia bude takisto venovať pozornosť skutočnosti, že všetky členské štáty s výnimkou jedného a Európske spoločenstvo podpísali Dohovor OSN o právach osôb so zdravotným postihnutím. V článku 21 sa uvádzajú povinnosti nabádať masmédiá vrátane poskytovateľov informácií prostredníctvom internetu, aby sprístupnili svoje služby osobám so zdravotným postihnutím.

V súlade so zásadou subsidiarity je hlavnou povinnosťou vnútroštátnych orgánov zahrnúť mediálnu gramotnosť do školských učebných osnov na všetkých úrovniach. Úloha, ktorú zohrávajú miestne orgány, je takisto veľmi dôležitá, pretože sú bližšie k občanom a podporujú iniciatívy v odvetví neformálneho vzdelávania. Nedávno schválené znenie **smernice o audiovizuálnych mediálnych službách** obsahuje odôvodnenie, ktoré sa týka mediálnej gramotnosti¹⁴, a v článku 26 sa stanovuje oznamovacia povinnosť Komisie týkajúca sa merania úrovne mediálnej gramotnosti vo všetkých členských štátoch.

V máji 2007 bola mediálna gramotnosť predmetom zasadnutia na konferencii nemeckého predsedníctva v Lipsku s názvom „Väčšia dôvera v obsah“ (More trust in content). V júni 2007, na konferencii o mediálnej gramotnosti zorganizovanej UNESCO, zdôraznila táto organizácia spolu s Radou Európy a Komisiou potrebu posilnenia medzinárodnej spolupráce.

4. MEDIÁLNA GRAMOTNOSŤ V DIGITÁLNOM PROSTREDÍ – OSVEDČENÉ POSTUPY

Toto oznámenie sa zameriava na tri oblasti: komerčnú komunikáciu, audiovizuálne diela a internetovú komunikáciu.

4.1. Mediálna gramotnosť pre oblasť komerčnej komunikácie

Reklama je súčasťou každodenného života a je jedným zo stavebných kameňov trhového hospodárstva. Je dôležité zvýšiť informovanosť medzi všetkými divákmi o úlohe komerčnej komunikácie v hodnotovom reťazci audiovizuálneho priemyslu. Týka sa to najmä voľne vysielanej televízie, keďže reklama a ostatné formy komerčnej komunikácie, ako je sponzorstvo, televízna ponuka tovarov (telešoping) alebo umiestňovanie produktov umožňujú vysielateľom získavať kvalitný obsah. Takisto je dôležité zabrániť v médiách negatívnemu zobrazovaniu starších osôb a osôb so zdravotným postihnutím. Mediálna gramotnosť pre oblasť komerčnej komunikácie zahŕňa v tejto oblasti aspoň tri aspekty:

- poskytuje mladým divákovi nástroje na rozvoj **kritického prístupu** ku komerčnej komunikácii tým, že im umožňuje rozhodovať sa na základe informácií¹⁵;
- zvyšuje povedomie a informovanosť všetkých zainteresovaných strán o samoregulačných a koregulačných opatreniach a mechanizmoch, ako aj o rozvoji a zavádzaní kódexu správania¹⁶;

¹⁴ Pozri poznámku pod čiarou 6.

¹⁵ Napríklad stránka Mediakompassi týkajúca sa mediálnej gramotnosti, vytvorená finskou vysielacou spoločnosťou YLE's, obsahuje sekciu zameranú na reklamu pre mládež, rodičov a učiteľov; švédská agentúra pre ochranu spotrebiteľa vydala niekoľko kníh a spolufinancovala vzdelávací materiál o reklame v televízii.

¹⁶ Napríklad Katalánska rada pre audiovizuálnu komunikáciu (Consell Audiovisual de Catalunya, CAC) podporuje platformy dialógu s cieľom zaviesť kódex samoregulácie a koregulácie.

- podporuje verejné/súkromné financovanie v tejto oblasti na základe primeranej transparentnosti¹⁷.

Vzhľadom na oznamovaciu povinnosť uvedenú v smernici o audiovizuálnych mediálnych službách sa Komisia domnieva, že je veľmi potrebné rozvíjať a vymieňať si osvedčené postupy týkajúce sa komerčnej komunikácie (napr. prostredníctvom príspevku k rozvoju kódexu správania) s cieľom navrhovať ich ako alternatívy k obmedzeniam alebo zákazom určitých postupov.

4.2. Mediálna gramotnosť v oblasti audiovizuálnych diel

Digitálne technológie a rozšírenie širokopásmového prístupu vo veľkej miere uľahčujú prístup k audiovizuálnym dielam tým, že vytvárajú nové distribučné kanály ako video na požiadanie a mobilná televízia. Tým zase vznikajú nové trhy pre katalógový/tradičný obsah. Digitálne technológie okrem toho znižujú vstupné bariéry týkajúce sa vytvárania a distribúcie audiovizuálnych diel a pomáhajú vytvárať audiovizuálny trh bez hraníc. Mediálna gramotnosť v tejto súvislosti znamená:

- zabezpečenie, najmä mladému európskemu publiku, lepšie povedomia a informovanosti o našom filmovom dedičstve a zvyšovanie záujmu o tieto filmy a najnovšie európske filmy¹⁸;
- podpora získavania produkcie audiovizuálnych médií a zručností v oblasti kreativity¹⁹;
- porozumenie problematike autorského práva z hľadiska spotrebiteľa a výrobcu obsahu²⁰.

¹⁷ Napríklad Media Smart je neziskový program v oblasti mediálnej gramotnosti pre školopovinné deti od 6 do 11 rokov, ktorý sa zameriava na reklamnú činnosť. Táto iniciatíva bola spustená v Spojenom kráľovstve v novembri 2002 a v súčasnosti funguje v Belgicku, Nemecku, Holandsku, Spojenom kráľovstve, Fínsku a Švédsku. Rozvíja sa aj v Taliansku, Portugalsku a Maďarsku. Je financovaná z reklamného priemyslu v Spojenom kráľovstve a podporovaná vládou Spojeného kráľovstva a vládami ostatných členských štátov.

¹⁸ Príkladom je sieť európskych kín Europa Cinemas, založená v roku 1992 vďaka financovaniu z programu MEDIA Európskej únie a Centre National de la Cinématographie. Sieť Europa Cinemas bola prvou sieťou kín a divadiel s prevažne európskym programovaním a organizuje *inter alia* propagačné činnosti týkajúce sa európskych filmov pre mladé publikum.

¹⁹ Príkladom je spoločnosť Community Media Network (Írsko), ktorá podporuje rozvoj a posilnenie postavenia komunit pomocou videa, rádia, fotografie, tlače a internetu ako zdrojových nástrojov. www.cmn.ie. FILM-X je takisto interaktívne filmové počítačové štúdio pre deti a mládež Dánskeho filmového inštitútu. Deťom, mladým ľuďom a dospelým poskytuje príležitosť zažiť výrobu filmu a pomáha im naučiť sa rozdielnym spôsobom komunikácie prostredníctvom filmu. <http://www.dfi.dk/filmx>.

²⁰ BBC ponúka užívateľom široké možnosti pre interaktívne zapojenie vrátane internetovej odkazovej schránky, diskusných fór, blogov a audio a video príspevkov. BBC takisto nedávno dokončila prototyp kreatívneho archívu, na základe ktorého významne stúpila úroveň účasti platcov licenčných poplatkov s približne 100 000 pravidelnými používateľmi. Prototyp kreatívneho archívu umožňuje preberať, znovu upravovať, používať a zdieľať primerane vyčistený obsah pre svoje vlastné, nekomerčné kreatívne účely v rámci podmienok systému voľnej audiovizuálnej licencie.

4.3. Mediálna gramotnosť v oblasti internetovej komunikácie

V rýchlo sa rozvíjajúcej informačnej spoločnosti sú znalosti v oblasti mediálnej gramotnosti potrebné pre informovanosť a začlenenie do technologických, hospodárskych a kultúrnych inovácií. Internet do veľkej miery zmenil spotrebu médií, pretože je ďalším prostriedkom pre prístup k tradičným médiám (napríklad IPTV čiže digitálna televízia prenášaná na báze internetového protokolu alebo internetové rozhlasové vysielanie) a textom, obrazovému a zvukovému materiálu z celého sveta interaktívnym spôsobom. Ponúka tak rozsiahle možnosti, napríklad čo sa týka multimediálnych digitálnych knižníc²¹, ale takisto aj veľké výzvy týkajúce sa mediálnej gramotnosti. Mediálna gramotnosť v oblasti internetovej komunikácie znamená:

- vybavenie používateľov nástrojmi umožňujúcimi kritické hodnotenie internetového obsahu;
- rozšírenie digitálnej kreativity a výrobných zručností a podpora informovanosti o problematike autorského práva²²;
- zabezpečenie, aby mohol každý využívať výhody informačnej spoločnosti vrátane osôb, ktoré sú znevýhodnené v dôsledku obmedzených zdrojov alebo vzdelania, veku, rodu, etnickej príslušnosti, osôb so zdravotným postihnutím (e-dostupnosť) rovnako ako osôb žijúcich v menej zvýhodnených oblastiach (všetky sú zahrnuté do elektronického začlenenia)²³;
- zvyšovanie informovanosti o tom, ako fungujú vyhľadávače (určenie priorít výskytov atď.) a naučenie sa lepšie využívať internetové vyhľadávače²⁴.

5. ZÁVERY

Komisia bude pokračovať v podporovaní rozvoja a výmeny osvedčených postupov týkajúcich sa mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí prostredníctvom existujúcich programov a iniciatív. Takisto podporí výskum kritérií na hodnotenie mediálnej gramotnosti. V záujme dosiahnutia týchto cieľov zrealizuje v roku 2008 štúdiu s cieľom preskúmať kritériá na hodnotenie úrovne mediálnej gramotnosti. Táto štúdia poslúži ako podklad pre správu plánovanú v smernici o audiovizuálnych mediálnych službách, ktorú Komisia predloží najneskôr štyri roky po prijatí tejto smernice.

²¹ Iniciatíva digitálnych knižníc je projekt v rámci i2010, celkovej stratégie Komisie na podporu digitálneho hospodárstva. Digitálne knižnice sú organizované zbierky digitálneho obsahu, ktoré boli sprístupnené verejnosti. Troma hlavnými prvkami iniciatívy sú dostupnosť online, digitalizácia a udržiavanie a uchovávanie.

²² Príkladom je stránka <http://www.internet-abc.de/kinder/>, ktorá umožňuje deťom oboznámiť sa s internetom, ako aj návrhom a výrobou obsahu online.

²³ Treťou prioritou stratégie i2010 je propagovať pomocou nástrojov dostupných pre Komisiu inkluzívnu (všetkým prístupnú) európsku informačnú spoločnosť podporovanú účinnými verejnými službami umožnenými prostredníctvom IKT a priateľskými k užívateľovi.

Pozri: 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 Pozri napríklad tento vyhľadávač pre deti: <http://www.blinde-kuh.de/>

Komisia na základe týchto dôvodov vyzýva Európsky parlament, Radu, Európsky hospodársky a sociálny výbor a Výbor regiónov, aby podporili ciele a priority uvedené v tomto oznámení a zorganizovali v roku 2008 podujatia zamerané na výmenu osvedčených postupov v oblasti mediálnej gramotnosti v digitálnom prostredí a na hospodárstvo mediálneho odvetvia v Európe. Komisia so zreteľom na stanovisko, ktoré vyjadria ostatné inštitúcie, a so zreteľom na reakcie zúčastnených strán na toto oznámenie ďalej vyzdvihne tieto osvedčené postupy v prípade potreby prijatím odporúčania. Berúc do úvahy skutočnosť, že rok 2008 bude európskym rokom medzikultúrneho dialógu, Komisia tiež vyzýva európske inštitúcie, aby začlenili záležitosti týkajúce sa medzikultúrneho dialógu do svojich činností v oblasti mediálnej gramotnosti.

Komisia vyzýva členské krajiny, aby:

- podnietili orgány, ktoré sú zodpovedné za reguláciu audiovizuálnej a elektronickej komunikácie, aby sa väčšmi zapájali a spolupracovali na zlepšení rôznych úrovní mediálnej gramotnosti definovanej vyššie;
- podporovali systematický výskum a pravidelné sledovanie a podávanie správ o rôznych aspektoch a rozmeroch mediálnej gramotnosti;
- rozvíjali a zavádzali kódexy správania, a kde je to vhodné, aj koregulačné rámce, spolu so všetkými zainteresovanými stranami na vnútroštátnej úrovni a podporovali samoregulačné iniciatívy.