

**BG**

**BG**

**BG**



КОМИСИЯ НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ

Брюксел, 20.8.2009  
С(2009) 6464 окончателен

**ПРЕПОРЪКА НА КОМИСИЯТА**

**от 20.8.2009**

**относно медийната грамотност в цифрова среда за по-конкурентоспособна  
аудиовизуална индустрия и индустрия на съдържанието и за приобщаващо  
общество на знанието**

## ПРЕПОРЪКА НА КОМИСИЯТА

от 20.8.2009

**относно медийната грамотност в цифрова среда за по-конкурентоспособна аудиовизуална индустрия и индустрия на съдържанието и за приобщаващо общество на знанието**

КОМИСИЯТА НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ,

като взе предвид Договора за създаване на Европейската общност, и по-специално член 211 от него<sup>1</sup>,

като има предвид, че:

- (1) На 20.12.2007 г. Комисията прие съобщението „Европейски подход към медийната грамотност в цифрова среда“<sup>2</sup>, в което се поставя ударение върху медийната грамотност в областта на търговската комуникация, обхващаща въпроси, свързани с рекламата, медийната грамотност по отношение на аудиовизуални творби, което е свързано отчасти с повишаване на осведомеността относно европейските филми и подобряване на творческите умения, и медийната грамотност в областта на медийно съдържание в интернет, което например би предоставило на гражданите по-добри знания за начина на работа на машините за търсене в интернет.
- (2) В своя доклад относно медийната грамотност в цифровия свят<sup>3</sup> Европейският парламент призова Комисията да разшири политиката си за насърчаване на медийната грамотност чрез съвместна работа с всички европейски институции и с местните и регионални органи.
- (3) Заключениета на Съвета относно медийната грамотност<sup>4</sup>, приети от Съвета за образование, младежта и културата на 21—22 май 2008 г., подкрепиха стратегическото виждане относно медийната грамотност, предложено от Европейската комисия, като важен фактор за активна гражданска позиция в днешното информационно общество.
- (4) През октомври 2008 г. Комитетът на регионите прие общо становище относно творческото онлайн съдържание и медийната грамотност<sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> ОВ С 325/1, 24.12.2002 г.

<sup>2</sup> COM(2007)833 окончателен.

<sup>3</sup> 2008/2129(INI), 24.11.2008 г.

<sup>4</sup> 2008/C 140/08

<sup>5</sup> CdR 94/2008

- (5) Европейският съвет в Лисабон<sup>6</sup> заключи, че „индустрията за съдържание създава добавена стойност, като използва и свързва в мрежа проявленията на европейското културно разнообразие“. Европейската програма за култура, започнала през 2007 г., определя стратегическа политическа рамка за справяне с основните предизвикателства в областта на културата, докато в заключенията на Съвета от май 2009 г. относно културата като двигател на творчеството и иновациите се подчертава специфичния принос, който културата може да даде за творчеството и иновациите, и се призовава за една широка концепция за иновации като част от Лисабонската стратегия след 2010 г. Това е от особена важност също и в рамките на инициативата i2010 на Европейската комисия за повишаване на конкурентоспособността в сектора на ИКТ и за създаване на единно европейско информационно пространство.
- (6) По-високата степен на медийна грамотност може да спомогне значително за постигане на целите, поставени пред Европейския съюз от Европейския съвет в Лисабон, и по-специално на инициативата i2010 за по-конкурентоспособна икономика на знанието, като същевременно допринася за по-приобщаващо информационно общество.
- (7) Проведеното в края на 2006 г. публично допитване показва, че в рамките на Европа съществуват различни практики и различни нива на медийна грамотност. Същевременно се отчита, че липсват съгласувани критерии или стандарти за оценка на медийната грамотност и съществува спешна необходимост от по-широкомащабни, по-дългосрочни проучвания за определяне на такива критерии.
- (8) Както се посочва в проучването „Актуални тенденции и подходи към медийната грамотност в Европа“, проведено от Комисията през втората половина на 2007 г., съществуват някои пречки за развитието на медийната грамотност на европейско ниво. Сред тях по-специално са липсата на общо виждане, липсата на европейска перспектива на националните, регионалните и местните инициативи, липсата на европейски мрежи и на координация между заинтересованите страни.
- (9) От изключителна важност е добрите практики в областта да могат да бъдат анализирани, изтъкнати и разпространени в целия Европейски съюз и да се създават и насърчават европейски мрежи между заинтересованите страни.
- (10) Способността на европейските граждани да могат да правят информиран и разнообразен избор като потребители на медии би допринесла за конкурентоспособността на европейската аудиовизуална индустрия и индустрията за съдържание.
- (11) Медийната грамотност е свързана със способността за използване на медиите, за разбиране и критична оценка на различни аспекти на медиите и на тяхното съдържание и за осъществяване на комуникации в различни контексти.
- (12) Разпространението на цифрово творческо съдържание и увеличаването на интернет платформите и мобилните платформи за разпространение създават

---

<sup>6</sup> <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=REPORT&reference=A6-2005-0278&language=EN>

нови предизвикателства пред медийната грамотност. В съвременния свят гражданите трябва да развиват аналитични умения, които да позволяват по-добро интелектуално и емоционално разбиране на цифровите медии.

- (13) Медийната грамотност включва всички медии. Целта на медийната грамотност е да повиши осведомеността на хората относно многобройните форми на медийни послания, на които се натъкват в своето ежедневие. Медийни послания са програмите, филмите, изображенията, текстовете, звуците и интернет съдържанието, пренасяни чрез различни комуникационни средства .
- (14) Медийната грамотност играе важна роля за повишаване на осведомеността относно европейското аудиовизуално наследство и културната самоличност и за разширяване на познанията и интереса към аудиовизуалното наследство и най-новите европейски творби в областта на културата.
- (15) В днешното информационно общество медийната грамотност е въпрос на съпричастност и гражданско съзнание. Тя е основно умение не само за младите хора, но също така за възрастните и по-старите хора, родителите, учителите и медийните специалисти. Благодарение на интернет и цифровата технология, все по-голям брой европейци днес могат да създават и разпространяват изображения, информация и съдържание. Понастоящем медийната грамотност се счита за една от основните предпоставки за активна и пълноценна гражданска позиция с цел да се предотвратят и намалят рисковете от изключване от обществения живот.
- (16) Медийно грамотното общество същевременно би било и стимул, и предпоставка за плурализъм и независимост в медиите. Изразяването на разнообразни становища и идеи на различни езици, които представят различни групи в рамките на една общност или на междуобщностно равнище, оказва положително въздействие върху ценностите на многообразието, толерантността, прозрачността, равенството и диалога. Поради това развитието на медийната грамотност във всички сфери на обществото следва да бъде насърчавано, а постигнатият напредък да се следи внимателно.
- (17) Демокрацията зависи от активното участие на гражданите в живота на тяхната общност и медийната грамотност ще им осигури уменията, от които се нуждаят с оглед разбирането на всекидневния поток от информация, разпространявана посредством новите комуникационни технологии.
- (18) Въпросът за медийната грамотност следва да бъде разглеждан по различни начини на различните нива. Държавите-членки носят основна отговорност по отношение на условията за включване на медийната грамотност в училищните програми на всички нива. От голямо значение е и ролята на местните органи, тъй като те са близо до гражданите и подкрепят инициативи в неформалния образователен сектор. Гражданското общество също следва да допринася активно за насърчаване на медийната грамотност по подход „отдолу нагоре“.
- (19) Инициативите на Комисията, като МЕДИА 2007 (Решение № 1718/2006/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 15 ноември 2006 г. за прилагане на

програма за подпомагане на европейския аудио-визуален сектор<sup>7</sup>) и Директивата за аудиовизуалните медийни услуги (Директива № 2007/65/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 11 декември 2007 г. за изменение на Директива 89/552/ЕИО на Съвета относно координирането на някои разпоредби, формулирани в действащи закони, подзаконови и административни актове на държавите-членки, отнасящи се до упражняване на телевизионна дейност<sup>8</sup>), които целят повишаване на конкурентоспособността на европейската аудиовизуална индустрия и индустрията на съдържанието, биха допринесли за медийната грамотност.

- (20) Комисията възнамерява да наблюдава усилията, полагани във връзка с аудиовизуалната медийна грамотност и медийната грамотност в областта на търговската комуникация, както е предвидено в член 37 от Директивата за аудиовизуалните медийни услуги, по-специално в рамките на контактния комитет за аудиовизуални медийни услуги и задължението за докладване, предвидено в член 26 от директивата.
- (21) Комисията ще насърчава изследователски проекти относно медийната грамотност в рамките на вече съществуващите програми. По-конкретно, тя възнамерява да започне проучване за нивото на осведоменост относно рисковете, свързани с разпространението на лични данни в интернет средата и проучване как да се подобри използването на машини за търсене.
- (22) Инициативите за медийна грамотност следва да включват също така и въпроса за осведомеността относно ролята на авторското право.
- (23) Обработката на личните данни в информационни и комуникационни мрежи, по-специално с цел изготвяне на оферти, съобразени с конкретните потребители, и предизвикателствата, които възникват в тази връзка по отношение на защитата на личните данни и зачитането на неприкосновеността на личния живот трябва да бъдат разглеждани като част от инициативите за медийна грамотност. Информационните и комуникационните мрежи наистина откриват нови възможности за потребителите; но те могат да породят и нови рискове за хората като кражба на самоличност, изготвяне на дискриминиращи профили или непрекъснато следене. Комисията разгледа тези опасения и възможните решения в своето съобщение относно насърчаване на защитата на личните данни чрез технологиите за подобряване на неприкосновеността на личния живот (PETs)<sup>9</sup>.
- (24) Инициативите за грамотност относно цифровите медии следва да осигурят активното включване на традиционните издатели, като се има предвид изключително ценният опит на издателската индустрия по отношение на грамотността за медиите „извън интернет“ и с оглед на все по-нарастващото пренасочване на тази индустрия към производство и разпространение на цифрово съдържание.
- (25) Комисията възнамерява да постигне по-голям консенсус по основните аспекти на медийната грамотност (определения, цели) и да подкрепи анализите и обмена

---

<sup>7</sup> ОВ L 327, 24.11.2006 г., стр. 12.

<sup>8</sup> 2007/65/ЕО — ОВ L 332, 18.12.2007 г.

<sup>9</sup> COM (2007) 228 окончателен, 2.5.2007 г.

на добри практики за медийна грамотност в цифрова среда, включително в областта на икономиката на медийния сектор в Европа, по-специално чрез организиране на заседания на контактния комитет за АМУ<sup>10</sup>, насърчаване и подпомагане на прояви в рамките на МЕДИА 2007<sup>11</sup>, сътрудничество с другите европейски институции и международни организации като Съвета на Европа, ЮНЕСКО и инициативата на Обединените нации „Алианс от цивилизации“ и насърчаване на публично-частното партньорство по отношение на медийната грамотност.

#### ПРЕПОРЪЧВА:

- I. Държавите-членки, в сътрудничество с органите за регулиране на аудиовизуалните и електронните комуникации и в сътрудничество с надзорните органи за защита на данните, където е уместно:
  1. да разработят и въведат инициативи за съвместно регулиране, които да доведат до приемането на правила за поведение на основните заинтересовани страни и да насърчават инициативи за саморегулиране и разработването на насоки по темите, определени за медийния сектор съгласно част II по-долу;
  2. в продължение на осъществяваното понастоящем проучване на Комисията относно критериите за оценка на нивата на медийна грамотност в Европа, да насърчават системните, научни изследвания чрез проучвания и проекти относно различните аспекти и измерения на медийната грамотност в цифрова среда и да наблюдават и измерват напредъка в нивата на медийна грамотност;
  3. да започнат дебат на конференции и други публични прояви относно включването на медийната грамотност в задължителните образователни програми и като част от ключовите компетентности за учене през целия живот, определени в Препоръката на Европейския парламент и на Съвета от 18 декември 2006 г. относно ключовите компетентности за учене през целия живот;
  4. да увеличат своите усилия за подобряване на осведомеността относно националното и европейското аудиовизуално наследство посредством национални кампании за повишаване на осведомеността, насочени към гражданите;
  5. да повишават осведомеността посредством обучение, информационни дни и разпространение на информационни пакети за рисковете, свързани с обработката на лични данни чрез информационни и комуникационни мрежи, и да образоват потребителите, особено младите хора, родителите и учителите, в тази област.
- II. Медийната индустрия да увеличи своята ангажираност да предостави необходимите инструменти за подобряване на нивото им на медийна грамотност, като:

---

<sup>10</sup> Вж. Директива 2007/65/ЕО за АМУ.

<sup>11</sup> Решение № 1718/2006/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 15 ноември 2006 г. за прилагане на програма за подпомагане на европейския аудио-визуален сектор (МЕДИА 2007).

1. системно разпространява знания чрез информационни кампании относно начините на създаване, редактиране и разпространение на информация и творческо съдържание в цифровия свят, включително за начина на работа на машините за търсене в интернет и как да те бъдат използвани по-добре;
2. предоставя на гражданите ясна, лесна за използване информация чрез организиране на кампании за повишаване на осведомеността относно техниките, използвани за целите на търговската комуникация, по-специално за позиционирането на продукти и рекламата в интернет, както и средства, които позволяват по-лесно установяване на границите между реклама и съдържание;
3. предоставя на гражданите информация, като създава информационни пакети, насочени най-вече към младите хора, относно начина на обработка на личните им данни в контекста на изготвяне на съобразени с конкретния потребител оферти, по-специално интерактивната реклама, при пълно зачитане на съществуващите правни разпоредби;
4. активно информира гражданите чрез организиране на информационни дни относно начина на функциониране на икономиката, основаваща се на творчеството, включително ролята на авторското право в това отношение.

Адресати на настоящата препоръка са държавите-членки.

Съставено в Брюксел на 20.8.2009.

*За Комисията*  
*Viviane REDING*  
*Член на Комисията*

**Заверено копие**  
**За Генералния секретар,**

**Jordi AYET PUIGARNAU**  
**Началник на Канцеларията**