

Europeiska kommissionen uttalar sitt stöd för mediekompetens

Medieprogrammet inom Europeiska kommissionen har i december 2007 uttalat sitt stöd för mediekompetens. Uttalandet har föregåtts av ett omfattande förberedelsearbete med ett offentligt samråd och en utredning.

Mediesamhället kräver mediekunniga medborgare. Medborgarnas förmåga att kritiskt förhålla sig till mediernas innehåll, göra medvetna val och själva komma till tals via olika medier har blivit allt mer väsentligt för ett aktivt medborgarskap och för att säkra demokratin.

Den 20 december 2007 publicerade Europeiska kommissionen ett uttalande till stöd för utvecklingen av mediekunnighet i Europa. Uttalandet utgör ett viktigt steg för att etablera en europeisk policy för mediekompetens och ytterligare initiativ inom EU:s olika program. Kommissionens utvecklingsarbete kring mediekompetens ingår som en del av kommissionens övergripande policy att öka förtroendet för en fortsatt utveckling av Internet.

– I den digitala tidsåldern är mediekompetens avgörande för ett fullt och aktivt medborgarskap, förklarar Viviane Reding, EU-kommissionär ansvarig för generaldirektoratet för Informationssamhället och medier. Att kunna läsa och skriva på traditionellt sätt är inte längre tillräckligt. Vi behöver en större medvetenhet om hur vi uttrycker oss och hur vi tolkar det andra kommunicerar, särskilt via bloggar, sökmotorer eller reklam. Alla, gamla som unga, måste behärska den digitala värld vi lever i. För att uppnå detta är information och utbildning viktigare än regleringar.

EU-kommissionens uttalande riktar sig till parlamentet och medlemsstaterna. Det är det första politiska dokumentet om mediekompetens som publiceras av EU.

EN EUROPEISK DEFINITION AV MEDIKOMPETENS

EU-kommissionen konstaterar att mediekompetens ofta definieras utifrån följande förmågor: att skaffa sig tillgång till medier, att förstå och kritiskt förhålla sig till medier och medieinnehåll samt att själv kunna skapa och uttrycka sig med olika medier. I det förberedande arbetet med uttalandet har kommissionen fått gehör för denna definition.

Det understryks att ett europeiskt förhållningssätt till mediekompetens avser alla medieformer. Kommissionen anger särskilt att mediekompetens omfattar följande områden:

- förtrogenhet med alla existerande medieformer, från tidningar till virtuella mötesplatser;
- aktiv medieanvändning, genom bland annat interaktiv television, användning av sökmotorer eller virtuella mötesplatser på Internet, samt förbättrade möjligheter att använda medier för underhållning, kultur, mångkulturell dialog, lärande och för daglig användning (till exempel genom bibliotek, podcasts);
- kritiskt förhållningssätt till medier som omfattar både medieinnehålls kvalitet och saklighet (till exempel i samband med informationssökning, hantering av reklam i olika medier, användning av sökmotorer på ett insiktsfullt sätt);
- eget skapande med medier, där den tekniska utvecklingen på medieområdet och den ökade användningen av Internet som distributionskanal gjort det möjligt för allt fler européer att skapa och sprida bilder, information och annat medieinnehåll,
- förståelse för mediernas ekonomiska villkor och skillnaden mellan mångfald och medieägarskap,
- medvetenhet om upphovsrättsfrågor som en väsentlig aspekt för beteendet i ett rättssamhälle, särskilt med tanke på den yngre generation i sin dubbla roll som både konsument och innehållsproducent.

EUROPEISKA KOMMISSIONENS TRE FOKUSOMRÅDEN

Kommissionen gör inte anspråk på att behandla alla dessa områden, utan väljer att i sin strategi lyfta fram tre fokusområden:

1. Mediekompetens avseende reklam och marknadsföring. Reklam tillhör vår vardag och utgör en hörnsten i marknadsekonomin. Det är viktigt att höja medvetandet om reklamens roll för medieindustrin. Mediekompetens i relation till reklam och marknadsföring rymmer enligt EU, åtminstone tre aspekter:

- att ge den unga publiken verktyg för att utveckla ett kritiskt förhållningssätt till den kommersiella medieindustrin och öka deras möjligheter att göra medvetna val;
- att skapa en ökad medvetenhet och kunskap hos alla inblandade parter om möjligheter och former för självreglering eller samverkan kring självreglering samt om möjligheten att införa olika uppförandekoder;
- att stärka den allmänna och privata finansieringen av insatser inom detta område och att det sker med lämplig insyn.

2. Mediekompetens avseende den audiovisuella sektorn. Digitala medier och utbyggnaden av bredband har ökat tillgången till audiovisuella medieprodukter. Nya marknader har öppnats för att tillgängliggöra medieproduktioner via olika databaser. Den digitala tekniken har också sänkt tröskeln för att producera och sprida audiovisuellt material på en gränslös marknad. Enligt EU omfattar mediekompetens inom detta område följande aspekter:

- att höja medvetenheten och kunskapen, hos företrädesvis den unga europeiska publiken, kring vårt filmarv och stimulera ett ökat intresse för dessa filmer liksom för nyare europeisk film;

- att främja möjligheterna till ett eget kreativt skapande med olika medier;
- att skapa förståelse för betydelsen av upphovsrättsfrågor, både från konsumenters och innehållsproducenters perspektiv.

3. Mediekompentens avseende Internet. I det snabbt föränderliga informationssamhället är mediekompentens av betydelse för att skapa förståelse och deltagande för ett tekniskt, ekonomiskt och kulturellt nyskapande. Internet har på ett genomgripande sätt förändrat vår mediekonsumtion och gjort det möjligt att på ett interaktivt sätt ta del av texter, bilder och ljud från hela världen. Detta erbjuder stora möjligheter, till exempel när det gäller multimediala databaser, men också stora utmaningar vad gäller mediekompentens. Mediekompentens avseende Internet omfattar enligt EU följande insatser:

- att möjliggöra för användarna att erövra redskap för att kritiskt kunna förhålla sig till medieinnehåll på Internet;
- att bredda möjligheterna till digital kreativitet och medieproduktion och stimulera till ökad medvetenhet om copyrightfrågor;
- att säkerställa att alla kan ta del av informationssamhällets resurser, det ska gälla alla personer oavsett resurser, utbildningsnivå, ålder, kön, etnicitet, funktionshinder liksom personer bosatta i utsatta områden;
- att öka medvetenheten om hur sökmotorer fungerar (hur vissa träffar prioriteras) och förbättra användningen av sökmotorer.

UPPMANINGAR TILL MEDLEMSSTATERNA

Europeiska kommissionen avser fortsätta att stimulera utveckling och utbyte av goda initiativ som främjar mediekompentens i det digitala samhället via existerande program och initiativ. Kommissionen avser också att stimulera forskning som kan ta fram kriterier för att utvärdera satsningar på ökad mediekompentens.

Europeiska kommissionen uppmanar det europeiska parlamentet att stödja målen och prioriteringarna i uttalandet och att under 2008 organisera forum för erfarenhetsutbyten vad gäller goda initiativ som stärkt mediekompentensen i det digitala samhället, inklusive ekonomin för medieindustrin i Europa. Med hänvisning till de positiva uttalandena och reaktionerna för detta uttalande som gjorts av övriga institutioner och intressenter vill Europeiska kommissionen fortsätta lyfta fram goda initiativ och om så krävs utarbeta en särskild rekommendation.

Den europeiska kommissionen uppmanar medlemsstaterna:

- att uppmantra myndigheter och institutioner med ansvar för audiovisuell och elektronisk kommunikation att ytterligare verka för och samarbeta kring en utveckling av de olika aspekterna av mediekompentens som beskrivs i detta uttalande;
- att stimulera systematisk forskning samt regelbunden uppföljning och rapportering kring de olika aspekterna och dimensionerna av mediekompentens;
- att utveckla och implementera lämpliga uppförandekoder, samreglerade system i samverkan med berörda parter på nationell nivå och stimulera initiativ till självreglering.

SAMSPEL MED TIDIGARE FORMULERINGAR I TV-DIREKTIVET

EU-kommissionens uttalande om mediekompetens kompletterar vissa formuleringar i det senaste TV-direktivet, ”The Audiovisual Media Services Without Frontiers Directive”, från den 24 maj 2007 och i programmet MEDIA 2007 för stöd till utveckling och distribution av europeisk film.

I TV-direktivet (Artikel 26) ges bland annat ett uppdrag åt Europeiska kommissionen att till Europeiska Parlamentet regelbundet rapportera om hur tillämpningen av direktivet skulle kunna förbättras och, om det behövs, ge ytterligare förslag som kan förbättra utvecklingen av audiovisuella medietjänster, särskilt med tanke på den senaste teknologiska utvecklingen, konkurrensen inom området och nivåerna på mediekompetens i alla medlemsstater.

OFFENTLIGT SAMRÅD

Europeiska kommissionens uttalande om mediekompetens har föregåtts av ett offentligt samråd som genomförts under hösten 2006. Inbjudna att delta i kommissionens samråd har varit utbildningsanordnare, mediebransch, forsknings- och kulturinstitutioner, medborgar- och konsumentorganisationer med flera. Samrådet har bestått i att de som önskat delta kunnat besvara 15 frågor under olika teman.

När samrådet avslutades den 15 december 2006 hade 106 svar kommit in från 23 EU-länder samt från Kina, Ryssland och USA. En fjärdedel av svaren kom från myndigheter och offentliga institutioner, en fjärdedel kom från mediebranschen.

En sammanställning av svaren har i augusti 2007 publicerats på Europeiska kommissionens webbplats. Sammanställningen har titeln ”Report on the Results of the Public Consultation on Media Literacy”.

STUDIE RÖRANDE MEDIEUNDERVISNINGEN I EUROPA

Kommissionen har 2007 beställt en studie rörande medieundervisningen i Europa. Studien har genomförts under hösten 2007 av Universidad Autònoma de Barcelona i Spanien och presenterades den 17 december 2007. Syftet har varit att kartlägga hur frågan om mediekompetens behandlats i de europeiska länderna.

Europeiska kommissionen planerar att genomföra ytterligare en studie under våren 2008 med fokus på forskningsinsatser och uppföljning och utvärdering.

EXPERTGRUPP

Till stöd för sitt arbete kring frågan om mediekompetens har kommissionen kallat samman en grupp europeiska experter som mötts tre gånger under 2006 samt två gånger under 2007. Svenska ledamöter i expertgruppen har varit Cecilia von Feilitzen, The International Clearinghouse on Children, Youth and Media vid Göteborgs universitet; Ulrika Sjöberg, Högskolan i Halmstad; och Klas Viklund, Svenska Filminstitutet.

Länkar till Europeiska kommissionens uttalande om mediekompetens, en sammanfattning av Europeiska kommissionens samråd samt ytterligare information om kommissionens initiativ inom detta område finns på Svenska Filminstitutets webbplats: www.sfi.se/agendam