



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 20.12.2007  
COM(2007) 833 definitivo

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL  
CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE E AL COMITATO  
DELLE REGIONI**

**Un approccio europeo all'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale**

# COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSIGLIO, AL COMITATO ECONOMICO E SOCIALE E AL COMITATO DELLE REGIONI

## Un approccio europeo all'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale

### 1. L'ALFABETIZZAZIONE MEDIATICA NELL'AMBIENTE DIGITALE

L'alfabetizzazione mediatica si configura sempre più come una componente importante dei programmi politici nazionali europei nei settori dei media e delle comunicazioni. La nuova direttiva sui servizi di media audiovisivi (SMA), ad esempio, impone alla Commissione di presentare una relazione per misurare i livelli di alfabetizzazione mediatica in tutti gli Stati membri<sup>1</sup>.

Se da un lato i media restano fattori determinanti per dar modo ai cittadini europei di comprendere meglio il mondo e partecipare alla vita democratica e culturale, è vero anche che il loro consumo sta cambiando. La mobilità, la comunicazione generata dall'utente, l'Internet e il boom nella disponibilità di prodotti digitali stanno radicalmente trasformando l'economia dei media. È pertanto cruciale arrivare ad una migliore conoscenza e comprensione del *modus operandi* dei media nel mondo digitale, dell'identità dei nuovi soggetti nell'economia dei media e delle nuove possibilità e sfide che può presentare il consumo di media digitali. Questi elementi condizionano in gran parte la fiducia degli utenti nei media e nelle tecnologie digitali e di conseguenza la loro adozione, che costituisce una priorità per la Commissione europea, come confermato dal suo quadro d'azione strategica "i2010"<sup>2</sup>. Più in generale, è anche importante che i cittadini comprendano meglio la dimensione economica e culturale dei media e che abbia luogo un dibattito sull'importanza, per l'economia europea, del disporre di media forti e competitivi a livello globale, che garantiscano il pluralismo e la diversità culturale.

Un più elevato livello di alfabetizzazione mediatica può contribuire significativamente alla realizzazione degli obiettivi fissati per l'Unione europea dal Consiglio europeo di Lisbona nel 2000, e si presenta particolarmente importante per la creazione di un'economia della conoscenza più competitiva ed inclusiva stimolando la competitività nei settori TIC e media, per il completamento dello Spazio unico europeo dell'informazione e per la promozione dell'inclusione, di migliori servizi pubblici e di una migliore qualità della vita.

Questo approccio europeo all'alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale risponde a sollecitazioni provenienti dal Parlamento europeo<sup>3</sup> e dalle industrie dei media e dei TIC. Esso

---

<sup>1</sup> Articolo 26: la Commissione presenta "una relazione sull'applicazione della presente direttiva e, se necessario, elabora ulteriori proposte per adattarla all'evoluzione del settore dei servizi di media audiovisivi, in particolare alla luce dei recenti sviluppi tecnologici, del grado di competitività del settore" e dei livelli di alfabetizzazione mediatica in tutti gli Stati membri.

<sup>2</sup> Cfr.: [http://ec.europa.eu/information\\_society/eeurope/i2010/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/index_en.htm).

<sup>3</sup> Ad esempio, in una risoluzione del 6 settembre 2005 sulla direttiva "Televisione senza frontiere" (89/552/CEE), il Parlamento europeo chiede al Consiglio e alla Commissione di mettere a punto e attuare programmi di alfabetizzazione mediatica intesi a promuovere in Europa una cittadinanza attiva e consapevole. In una relazione del 22 novembre 2006 (A6-0399/2006) sullo stesso argomento, l'alfabetizzazione mediatica è definita una competenza fondamentale. Il 27 aprile 2006 il Parlamento

integra l'iniziativa UE sul pluralismo dei media, attualmente in corso<sup>4</sup>, la modernizzazione dei quadri normativi per i servizi media audiovisivi e per le comunicazioni elettroniche, le iniziative strategiche sulla televisione mobile<sup>5</sup> e sui contenuti creativi on-line, nonché l'imminente iniziativa sulla e-Inclusione.

La presente comunicazione aggiunge inoltre un'ulteriore pietra angolare alla politica europea dell'audiovisivo, connettendosi in particolare con le disposizioni della direttiva SMA (la comunicazione incoraggerà la ricerca sui criteri di valutazione dell'alfabetizzazione mediatica, che costituiscono un primo passo in direzione della presentazione di una relazione come prescritto dall'articolo 26<sup>6</sup> e con il programma MEDIA 2007. Quest'ultimo sottolinea l'importanza dell'alfabetizzazione mediatica e delle iniziative di educazione all'immagine per accedere alle opere audiovisive europee e potenziare il patrimonio cinematografico e audiovisivo europeo. Il suo obiettivo principale è quello di evidenziare e promuovere le buone pratiche di alfabetizzazione mediatica a livello europeo e proporre azioni. La presente comunicazione fa leva sui risultati del lavoro svolto dal gruppo di esperti sull'educazione ai media (istituito nel 2006), sulle risultanze della consultazione pubblica avviata nell'ottobre 2006 e sull'esperienza rappresentata dalle iniziative passate e presenti della Commissione in materia di alfabetizzazione mediatica.

La presente comunicazione non ha impatto finanziario sul bilancio comunitario se non quello previsto e fissato nel quadro finanziario 2007-2013.

## 2. UNA DEFINIZIONE EUROPEA DELL'ALFABETIZZAZIONE MEDIATICA

L'alfabetizzazione mediatica è generalmente definita come la capacità di accedere ai media, di comprendere e valutare criticamente diversi aspetti dei media e dei loro contenuti e creare

---

europeo ha adottato una risoluzione sulla transizione dalla radiodiffusione analogica a quella digitale (2005/2212(INI)). A livello di Unione, il Parlamento invita la Commissione a redigere una comunicazione sull'alfabetizzazione mediatica. Nelle domande rivolte alla signora Reding nelle audizioni dinanzi al Parlamento europeo nel 2004 erano già presenti vari temi fra quelli esaminati nella presente comunicazione, come l'inclusione e l'accessibilità. In risposta ad una domanda sulla sicurezza per i minori su Internet, la signora Reding ha inoltre dichiarato che l'alfabetizzazione mediatica o i programmi di educazione ai media sono mezzi atti a responsabilizzare e sensibilizzare ulteriormente i minori.

<sup>4</sup> L'iniziativa di approccio in tre fasi al pluralismo dei media è stata varata dalla Commissione il 16 gennaio 2007. La prima fase è rappresentata da un documento di lavoro dei servizi della Commissione, la seconda da uno studio indipendente che dovrebbe definire e collaudare indicatori concreti e obiettivi per la valutazione del pluralismo dei media negli Stati membri dell'UE (risultati attesi entro i primi del 2009), cui dovrebbe far seguito una comunicazione della Commissione sugli indicatori del pluralismo dei media negli Stati membri dell'UE, prevista per il 2009.

Vedasi: [http://ec.europa.eu/information\\_society/media\\_taskforce/pluralism/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm)

<sup>5</sup> Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni – Rafforzare il mercato interno della televisione mobile (COM(2007) 0409 def.).

<sup>6</sup> Direttiva sui servizi audiovisivi, considerando 37: il termine “alfabetizzazione mediatica” indica le competenze, la conoscenza e la comprensione che consentono ai consumatori di utilizzare efficacemente e sicuramente i media. I cittadini alfabetizzati ai media saranno in grado di scegliere con cognizione di causa, comprendere la natura del contenuto dei servizi e beneficiare di tutte le opportunità offerte dalle nuove tecnologie delle comunicazioni. Essi saranno maggiormente in grado di proteggere se stessi e le loro famiglie da materiali dannosi od offensivi. Pertanto va promosso e tenuto sotto sorveglianza lo sviluppo dell'alfabetizzazione mediatica in tutti i settori della società. Vedasi anche la nota a pie' di pagina 1.

comunicazioni in una varietà di contesti. Questa definizione è stata convalidata da un'ampia maggioranza di coloro che hanno risposto alla consultazione pubblica e dai membri del gruppo di esperti sull'educazione ai media<sup>7</sup>. I mass media sono i media in grado di raggiungere un vasto pubblico tramite diversi canali di distribuzione. I messaggi dei media sono contenuti informativi e creativi inclusi in testi, suoni e immagini veicolati da diverse forme di comunicazione, tra cui la televisione, il cinema, i video, i siti web, la radio, i videogiochi e le comunità virtuali.

Un approccio europeo all'alfabetizzazione mediatica dovrebbe riguardare tutti i media. I vari livelli di alfabetizzazione includono:

- il sentirsi in grado di utilizzare senza problemi tutti i media esistenti, dai giornali alle comunità virtuali;
- l'utilizzare attivamente i media, facendo ricorso fra l'altro alla televisione interattiva, ai motori di ricerca Internet o alla partecipazione alle comunità virtuali, e la capacità di sfruttare meglio il potenziale dei media per quanto riguarda gli spettacoli, l'accesso alla cultura, il dialogo interculturale, l'apprendimento e le applicazioni quotidiane (come le biblioteche, i podcast);
- l'accostarsi criticamente ai media in termini sia di qualità che di veridicità dei contenuti (ad esempio, essere in grado di valutare le informazioni, confrontarsi con la pubblicità nei vari media, utilizzare con intelligenza i motori di ricerca);
- l'utilizzare creativamente i media, visto che l'evoluzione delle tecnologie e la presenza sempre più massiccia di Internet come canale di distribuzione consentono ad un numero sempre crescente di europei di creare e diffondere immagini, informazioni e contenuti;
- il comprendere l'economia dei media e la differenza tra pluralismo e proprietà dei media;
- l'essere consapevoli dei problemi di copyright, essenziali per una "cultura della legalità", specie per le generazioni più giovani nella loro duplice veste di consumatori e produttori di contenuti.

La presente comunicazione non intende affrontare tutti questi aspetti, molti dei quali sono oggetto di iniziative in corso, ma concentrarsi su alcuni di essi.

### 3. INIZIATIVE FINORA ATTUATE

Nel 2006 è stato istituito un **Gruppo di esperti sull'educazione ai media** incaricato di analizzare e definire gli obiettivi e le tendenze, evidenziare e promuovere le buone pratiche a livello europeo e proporre azioni in questo settore. Sono state inoltre discusse ed esaminate l'analisi e la valutazione della precedente attività della Commissione europea (ad esempio i progetti di alfabetizzazione mediatica finanziati nel quadro del programma di e-Learning). Il gruppo si compone di vari esperti europei di alfabetizzazione mediatica, è caratterizzato da

---

<sup>7</sup> Cfr.: [http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/docs/report\\_on\\_ml\\_2007.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf).

una varietà di competenze e di esperienze, compresi accademici e professionisti dei media, e si è riunito tre volte nel 2006 e due nel 2007.

Nell'ultimo trimestre del 2006 la Commissione ha inoltre avviato una **consultazione pubblica**<sup>8</sup> che ha suscitato una reazione soddifacente in termini sia quantitativi che di qualità e varietà degli intervistati: tra questi erano compresi l'industria dei media e gli organi d'informazione, centri d'insegnamento formale e non formale, produttori e fornitori di contenuti, istituti culturali e di ricerca, autorità di regolamentazione, associazioni di consumatori e di cittadini. Dall'analisi delle risposte è emerso che il mezzo migliore per accelerare il progresso dell'alfabetizzazione mediatica è costituito dall'analizzare, evidenziare e diffondere buone pratiche a livello locale e nazionale in questo settore per tutta l'Unione europea, che mancano criteri o norme di valutazione dell'alfabetizzazione e che non sono disponibili buone pratiche per affrontare tutti gli aspetti del problema. Di conseguenza la Commissione constata la necessità urgente di ricerche più a lungo termine e più su larga scala sullo sviluppo di nuovi criteri di valutazione e nuove buone pratiche.

Uno **studio** sulle tendenze e sugli approcci attuali all'alfabetizzazione mediatica in Europa è stato effettuato per conto della Commissione nel maggio 2006. Questo delinea le pratiche attualmente seguite per l'alfabetizzazione mediatica in Europa, conferma le tendenze emerse nella consultazione pubblica e raccomanda alcune misure da attuare a livello comunitario per contribuire a promuovere e aumentare il livello di alfabetizzazione e delinea infine brevemente il possibile impatto economico e sociale di un intervento UE in questo settore. La relazione finale dello studio è disponibile sul sito web della Commissione europea<sup>9</sup>.

La decisione relativa al programma **MEDIA 2007**<sup>10</sup> sottolinea l'importanza delle iniziative in materia di alfabetizzazione mediatica e di educazione al cinema, in particolare quelle organizzate da festival per giovani in collaborazione con le scuole. Ai primi del 2007 è stato lanciato un invito a presentare proposte, con un criterio di aggiudicazione riguardante specificamente l'educazione cinematografica, ed è stato selezionato un certo numero di progetti<sup>11</sup>.

Il programma **SAFER INTERNET PLUS (2004-2008)** è finalizzato a dotare genitori, insegnanti e minorenni di strumenti di sicurezza per l'utilizzo dell'Internet. Esso riguarda anche altri media, come il video. Nell'ambito di questo programma<sup>12</sup> è stato effettuato nel maggio 2007 uno studio qualitativo basato su un'inchiesta Eurobarometro, finalizzato a migliorare la conoscenza dell'Internet e dell'utilizzo della telefonia mobile da parte dei minorenni, del loro comportamento on-line e della loro percezione delle problematiche connesse ai rischi e alla sicurezza.

Il **quadro normativo UE** relativo ai contenuti tratta anche dell'alfabetizzazione mediatica. E' stata ad esempio adottata il 20 dicembre 2006 una **raccomandazione del Parlamento**

---

<sup>8</sup> Cfr. anche la relazione sui risultati della consultazione pubblica sull'educazione ai media: [http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/docs/report\\_on\\_ml\\_2007.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf).

<sup>9</sup> Cfr.: [http://ec.europa.eu/avpolicy/media\\_literacy/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/index_en.htm).

<sup>10</sup> Decisione n. 1718/2006/CE.

<sup>11</sup> Fra gli esempi: Thessaloniki Film Festival (Grecia), Festival Premiers Plans (Anger, Francia), Festival Européen du Film Court de Brest (Francia), Festival International de cine para jóvenes (Gijón, Spagna), International Short Film Festival (Berlino, Germania), Crossing Europe Film Festival (Linz, Austria) e 20th European Youth Film Festival of Flanders (Belgio).

<sup>12</sup> [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/sip/eurobarometer/index\\_en.htm#overall\\_report](http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/eurobarometer/index_en.htm#overall_report).

europeo e del Consiglio relativa alla protezione dei minori e della dignità umana e al diritto di replica relativamente alla competitività dell'industria europea dei servizi audiovisivi e d'informazione<sup>13</sup>. Essa sottolinea l'importanza che riveste lo sviluppo dei programmi di alfabetizzazione mediatica da parte degli Stati membri e raccomanda una serie di iniziative concrete che dovranno essere attuate dagli stessi e dalla Commissione in materia. Fra tali iniziative figurano ad esempio: l'incoraggiare l'industria audiovisiva e dei servizi d'informazione on line ad evitare e combattere ogni discriminazione basata sul sesso, sulla razza o sull'origine etnica, sulla religione o sulle convinzioni, sull'handicap, l'età o le tendenze sessuali, senza violare la libertà d'espressione o la libertà di stampa; stabilire codici di comportamento in collaborazione con gli esperti del settore e le autorità di regolamentazione a livello nazionale e comunitario; promuovere misure atte a contrastare tutte le attività illegali dannose ai minori sull'Internet. La Commissione richiama inoltre l'attenzione sul fatto che tutti gli Stati membri, tranne uno, e la Comunità europea hanno sottoscritto la convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità. L'articolo 21 enuncia gli obblighi imposti al fine di incoraggiare i mass media, compresi i fornitori di informazioni tramite Internet, a rendere i propri servizi accessibili alle persone disabili.

Conformemente al principio di sussidiarietà, spetta in primo luogo alle autorità nazionali la responsabilità di includere l'alfabetizzazione mediatica nel curriculum scolastico a tutti i livelli. Molto importante è inoltre il ruolo svolto dalle autorità locali, più vicine al cittadino e che appoggiano le iniziative nel settore dell'insegnamento non formale. Il testo della **direttiva SMA**, recentemente approvato, contiene un considerando riguardante l'alfabetizzazione mediatica<sup>14</sup>, e l'articolo 26 impone alla Commissione l'obbligo di presentare una relazione per misurare i livelli di alfabetizzazione mediatica in tutti gli Stati membri.

Nel maggio 2007 l'alfabetizzazione mediatica è stata oggetto di una sessione del seminario di Lipsia organizzato sotto la presidenza tedesca, "More trust in content". Nel giugno 2007, ad una conferenza sull'alfabetizzazione mediatica organizzata dall'UNESCO, è stata sottolineata congiuntamente dall'UNESCO, dal Consiglio d'Europa e dalla Commissione la necessità di rafforzare la cooperazione internazionale.

#### **4. L'ALFABETIZZAZIONE MEDIATICA NELL'AMBIENTE DIGITALE – BUONE PRATICHE**

La presente comunicazione è incentrata su tre settori: la comunicazione commerciale, le opere audiovisive e i contenuti on-line.

##### **4.1. L'alfabetizzazione mediatica per la comunicazione commerciale**

La pubblicità è parte della vita di tutti i giorni e costituisce una delle pietre angolari dell'economia di mercato. È importante sensibilizzare il pubblico di ogni genere al ruolo della comunicazione commerciale nella catena del valore dell'industria audiovisiva. Questa considerazione vale particolarmente per la televisione in chiaro, dato che la pubblicità e altre forme di comunicazione commerciale, come lo sponsoring, il teleshopping o la collocazione di prodotti, permettono alle emittenti di acquisire i cosiddetti contenuti premium. È inoltre importante evitare di presentare immagini negative di anziani e persone disabili. In questo settore l'alfabetizzazione mediatica per la comunicazione commerciale presenta almeno tre aspetti:

---

<sup>13</sup> Raccomandazione 2006/952/CE.

<sup>14</sup> Cfr. nota a pie' di pagina 6.

- fornire al pubblico giovane gli strumenti per lo sviluppo di **un'impostazione critica** alla comunicazione commerciale, che renda loro possibile scegliere con conoscenza di causa<sup>15</sup>;
- suscitare fra tutte le parti interessate la consapevolezza e la conoscenza delle misure e dei meccanismi di auto- e co-regolamentazione, nonché dello sviluppo e dell'applicazione di codici di condotta<sup>16</sup>;
- incoraggiare il finanziamento pubblico/privato in questo settore con il grado di trasparenza che s'impone<sup>17</sup>.

In considerazione dell'obbligo di presentare una relazione imposto dalla direttiva, la Commissione ritiene assolutamente necessario mettere a punto e scambiare buone pratiche in materia di comunicazioni commerciali (ad esempio contribuendo allo sviluppo di codici di condotta) in una prospettiva volta a proporli come alternative alle restrizioni o ai divieti di certe pratiche.

#### 4.2. Alfabetizzazione mediatica per le opere audiovisive

Le tecnologie digitali e la penetrazione della banda larga facilitano notevolmente l'accesso alle opere audiovisive, creando nuovi canali di distribuzione come il video-on-demand e la televisione mobile. Questo fenomeno crea a sua volta nuovi mercati per i contenuti di catalogo o di patrimonio. Le tecnologie digitali riducono inoltre le barriere all'accesso per la creazione e la distribuzione delle opere audiovisive e contribuiscono alla creazione del mercato audiovisivo senza frontiere. In questo quadro l'alfabetizzazione mediatica significa:

- offrire, in particolare al pubblico giovane in Europa, una maggiore consapevolezza e conoscenza del nostro patrimonio cinematografico e contribuire ad accrescere l'interesse per tali film e per la recente cinematografia europea<sup>18</sup>;
- promuovere l'acquisizione di competenze in fatto di creatività e produzione dei media audiovisivi<sup>19</sup>;

---

<sup>15</sup> Ad esempio Mediakompassi, un sito di alfabetizzazione mediatica messo a punto dall'emittente finlandese YLE's, ha una sezione dedicata alla pubblicità rivolta ai giovani, ai genitori e agli insegnanti; l'Agenzia svedese dei consumatori ha prodotto diversi libri e cofinanziato materiale didattico sulla pubblicità televisiva.

<sup>16</sup> Ad esempio, il Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) promuove piattaforme di dialogo per istituire codici di auto- e co-regolamentazione.

<sup>17</sup> Ad esempio, Media Smart è un programma di alfabetizzazione mediatica senza scopo di lucro per gli scolari di età compresa fra i 6 e gli 11 anni, incentrato sulla pubblicità. L'iniziativa è stata varata nel Regno Unito nel novembre 2002 ed è attualmente operativa in Belgio, Germania, Paesi Bassi, Regno Unito, Finlandia e Svezia, oltre ad essere in via di sviluppo in Italia, Portogallo e Ungheria. Essa è finanziata dal settore pubblicitario nel Regno Unito e appoggiata dal governo britannico e di altri Stati membri.

<sup>18</sup> Un esempio è rappresentato da Europa Cinemas, creato nel 1992 grazie a finanziamenti del programma MEDIA dell'Unione europea e del Centre National de la Cinématographie. Europa Cinemas è diventato la prima rete teatrale e cinematografica a programmazione maggioritariamente europea, e organizza fra l'altro attività promozionali sui film europei per il pubblico giovane.

<sup>19</sup> Un esempio è costituito dal **Community Media Network** (Irlanda) che promuove lo sviluppo e la valorizzazione delle comunità utilizzando come strumenti il video, la radio, la fotografia, la stampa e l'Internet: [www.cmn.ie](http://www.cmn.ie). Un altro è rappresentato da FILM-X, uno studio cinematografico interattivo e basato sull'informatica dell'Istituto cinematografico danese per i bambini e gli adolescenti, che offre ai

- comprendere l'importanza del copyright dalla prospettiva dei consumatori e dei creatori dei contenuti<sup>20</sup>.

### 4.3. Alfabetizzazione mediatica on-line

Con il rapido evolversi della società dell'informazione, è necessario possedere competenze in materia di alfabetizzazione mediatica per tenersi al corrente e non restare esclusi dalle innovazioni tecnologiche, economiche e culturali. L'Internet modifica profondamente il consumo dei media, costituendo un mezzo supplementare di accesso interattivo ai media tradizionali (come IPTV o Internet Radio) e ai testi, alle immagini e ai suoni provenienti da tutto il mondo. Si offrono così enormi opportunità, ad esempio per quanto riguarda le biblioteche digitali on-line<sup>21</sup>, ma anche enormi sfide in termini di alfabetizzazione mediatica. L'alfabetizzazione mediatica on-line significa:

- fornire agli utenti strumenti che permettano loro di valutare criticamente i contenuti on-line;
- sviluppare le competenze in materia di produzione e la creatività digitale e incoraggiare la consapevolezza dei problemi connessi al copyright<sup>22</sup>;
- assicurare che i benefici della società dell'informazione siano condivisi da tutti, anche dalle persone che si trovano in situazione di svantaggio perché in possesso di risorse o di livelli di istruzione limitati, oppure per motivi di età, sesso, provenienza etnica, disabilità (e-Accessibility), nonché quelle che vivono in zone svantaggiate (tutti questi casi rientrano nella problematica dell'e-Inclusione)<sup>23</sup>;
- fare opera di sensibilizzazione sul modus operandi dei motori di ricerca (prioritizzazione delle risposte, etc.) ed imparare ad utilizzare meglio i motori stessi<sup>24</sup>.

---

bambini, ai giovani e agli adulti l'opportunità di fare l'esperienza della produzione cinematografica e li aiuta ad imparare vari modi di comunicare mediante la cinematografia. <http://www.dfi.dk/filmx>

<sup>20</sup> La BBC offre una scelta molto ampia di opportunità interattive, fra cui bacheche di messaggi on-line, forum di commenti, blog e contributi sotto forma di audio e di video. Essa ha inoltre recentemente completato un progetto pilota di archivio creativo che ha generato un livello significativo di attività da parte degli abbonati, con quasi 100 000 utenti regolari, e che ha consentito al pubblico di scaricare, sottoporre a rifacimento, utilizzare e condividere clip di contenuto autorizzato a fini creativi personali di carattere non commerciale entro i termini del *Creative Archive Licence Scheme* (regime di licenze per gli archivi creativi).

<sup>21</sup> L'iniziativa "biblioteche digitali" è un progetto nel quadro di i2010, la strategia generale della Commissione finalizzata a promuovere l'economia digitale. Le biblioteche digitali sono collezioni organizzate di contenuti digitali rese disponibili al pubblico. I tre filoni principali dell'iniziativa sono l'accessibilità on-line, la digitalizzazione e la conservazione e memorizzazione.

<sup>22</sup> Un esempio è rappresentato da <http://www.internet-abc.de/kinder/>, che dà modo ai bambini di familiarizzarsi con l'Internet e con la creazione e produzione di contenuti on-line.

<sup>23</sup> La terza priorità di i2010 consiste nel promuovere, con gli strumenti disponibili alla Commissione, una società europea dell'informazione inclusiva con l'ausilio di servizi pubblici efficienti, di facile uso e assistiti dalle TIC.

See: [http://ec.europa.eu/information\\_society/activities/einclusion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/activities/einclusion/index_en.htm) and [http://ec.europa.eu/information\\_society/eeurope/i2010/inclusion/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/inclusion/index_en.htm)

<sup>24</sup> Cfr. ad esempio il motore di ricerca per i bambini: <http://www.blinde-kuh.de/>.



## 5. CONCLUSIONI

La Commissione continuerà a promuovere lo sviluppo e lo scambio di buone pratiche in materia di alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale mediante i programmi e le iniziative esistenti, oltre ad incoraggiare la ricerca sui criteri di valutazione dell'alfabetizzazione. A tale fine sarà avviato nel 2008 uno studio specifico finalizzato ad indagare su tali criteri. Questo studio entrerà a far parte della relazione prevista della direttiva, che la Commissione presenterà al più tardi quattro anni dopo l'adozione della direttiva stessa.

Per le ragioni sopra delineate, la Commissione invita il Parlamento europeo, il Consiglio, il Comitato economico e sociale e il Comitato delle Regioni ad appoggiare gli obiettivi e le priorità enunciati nella presente comunicazione ed organizzare nel 2008 manifestazioni dedicate allo scambio di buone pratiche in materia di alfabetizzazione mediatica nell'ambiente digitale, e anche sull'economia del settore dei media in Europa. In funzione delle posizioni espresse dalle altre istituzioni e delle reazioni delle parti interessate alla presente comunicazione, la Commissione evidenzierà ulteriormente tali buone pratiche adottando all'occorrenza una raccomandazione. Considerando poi che il 2008 sarà l'anno europeo del dialogo interculturale, la Commissione invita le istituzioni europee ad integrare la dimensione del dialogo interculturale nelle loro attività di alfabetizzazione mediatica.

La Commissione invita gli Stati membri:

- ad incoraggiare le autorità incaricate della regolamentazione in materia di comunicazione audiovisiva ed elettronica a partecipare ulteriormente e a collaborare ad elevare i vari livelli di alfabetizzazione sopra definiti;
- a promuovere ricerche sistematiche e regolari osservazioni e rendiconti sui diversi aspetti e sulle diverse dimensioni dell'alfabetizzazione mediatica;
- a mettere a punto ed applicare codici di condotta e, se del caso, inquadramenti di co-regolamentazione unitamente a tutte le parti interessate a livello nazionale, e a promuovere iniziative di autoregolamentazione.