



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, le 20.08.2009
C (2009) 6464

RECOMMANDATION DE LA COMMISSION – C(2009)6464

20.08.2009

**sur l'éducation aux médias dans l'environnement numérique pour une industrie de
l'audiovisuel et du contenu plus compétitive et une société de la connaissance
intégratrice**

RECOMMANDATION DE LA COMMISSION – C(2009)6464

20.08.2009

sur l'éducation aux médias dans l'environnement numérique pour une industrie de l'audiovisuel et du contenu plus compétitive et une société de la connaissance intégratrice

LA COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES,

vu le traité instituant la Communauté européenne, et notamment son article 211¹,

considérant ce qui suit:

- (1) Le 20.12.2007, la Commission a adopté une communication intitulée «Une approche européenne de l'éducation aux médias dans l'environnement numérique»² axée sur l'éducation aux médias relativement à la communication commerciale qui couvre des questions concernant la publicité, sur l'éducation aux médias relativement aux œuvres audiovisuelles qui consiste en partie à sensibiliser davantage aux films européens et à développer les capacités créatives, et sur l'éducation aux médias relativement au contenu en ligne qui, par exemple, permettrait de mieux comprendre comment fonctionnent les moteurs de recherche sur internet.
- (2) Le Parlement européen, dans son rapport sur la compétence médiatique dans le monde numérique³, a encouragé la Commission à développer sa politique en faveur de l'éducation aux médias, en collaboration avec toutes les institutions européennes ainsi qu'avec les collectivités locales et régionales.
- (3) Les conclusions du Conseil concernant l'éducation aux médias⁴ adoptées par le Conseil Éducation, jeunesse et culture des 21 et 22 mai 2008 entérinent la conception stratégique de l'éducation aux médias, en tant que facteur important d'une citoyenneté active dans la société de l'information actuelle, proposée par la Commission européenne.
- (4) En octobre 2008, le Comité des régions a adopté un avis général sur le contenu créatif en ligne et l'éducation aux médias⁵.

¹ JO C 325 du 24.12.2002, p. 1.

² COM(2007) 833 final.

³ 2008/2129(INI), 24.11.2008.

⁴ 2008/C 140/08.

⁵ CdR 94/2008.

- (5) Le Conseil européen de Lisbonne⁶ a conclu que «les industries de contenu créent de la valeur ajoutée en tirant parti de la diversité culturelle européenne et en l'organisant en réseau». L'agenda européen de la culture lancé en 2007 établit un cadre stratégique pour relever les grands défis dans le domaine culturel, tandis que les conclusions du Conseil de mai 2009 sur la culture en tant que catalyseur de la créativité soulignent la contribution spécifique que la culture peut apporter à la créativité et à l'innovation et préconisent le concept général d'innovation comme partie intégrante de la stratégie de Lisbonne au-delà de 2010. Cela est aussi particulièrement important dans le cadre de l'initiative i2010 de la Commission européenne pour favoriser la compétitivité dans le secteur des TIC et créer un Espace européen unique de l'information.
- (6) Un degré plus élevé d'éducation aux médias contribuerait grandement à la réalisation des objectifs que l'Union européenne s'est fixés au Conseil européen de Lisbonne et dans le cadre de l'initiative i2010, notamment en ce qui concerne une économie de la connaissance plus compétitive, tout en contribuant à une société de l'information plus intégratrice.
- (7) La consultation publique organisée à la fin de 2006 a révélé qu'il existe des pratiques différentes et des niveaux inégaux d'éducation aux médias en Europe. En même temps, il est admis qu'il n'y a pas de critères ni de normes convenus pour évaluer l'éducation aux médias et qu'il est urgent d'entreprendre des recherches à long terme et à grande échelle pour établir de tels critères.
- (8) Comme cela est établi dans l'étude «Tendances et approches actuelles de l'éducation aux médias en Europe» réalisée par la Commission au deuxième semestre de 2007, il y a des obstacles au développement dans le domaine de l'éducation aux médias au niveau européen. Il s'agit en particulier du manque de vision commune, de l'insuffisante visibilité des initiatives nationales, régionales et locales au niveau européen et de l'absence de réseaux européens et de coordination entre les parties intéressées.
- (9) Il serait très important de pouvoir, dans ce domaine, analyser, mettre en lumière et diffuser de bonnes pratiques à travers l'Union européenne et de créer des réseaux européens et les promouvoir auprès des parties intéressées.
- (10) La capacité des Européens, en tant que consommateurs de médias, à faire des choix éclairés et diversifiés contribuerait à la compétitivité de l'industrie européenne de l'audiovisuel et du contenu.
- (11) L'éducation aux médias est définie comme la capacité à accéder aux médias, à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leur contenu et à communiquer dans divers contextes.
- (12) La diffusion de contenu créatif numérique et la multiplication des plateformes de distribution en ligne et mobile constituent de nouveaux défis pour l'éducation aux médias. Dans le monde d'aujourd'hui, il est nécessaire de développer ses capacités d'analyse pour pouvoir mieux appréhender, sur le plan intellectuel et émotionnel, les médias numériques.

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

- (13) L'éducation aux médias englobe tous les médias. Elle vise à sensibiliser davantage les gens aux diverses formes que peuvent prendre les messages médiatiques dans leur vie quotidienne. Par messages médiatiques, on entend les programmes, films, images, textes, sons et sites internet qui sont fournis par divers moyens de communication.
- (14) L'éducation aux médias joue un rôle important pour ce qui est de sensibiliser davantage au patrimoine audiovisuel et aux identités culturelles de l'Europe et de développer les connaissances et l'intérêt pour ce patrimoine et les œuvres culturelles européennes récentes.
- (15) Dans la société de l'information actuelle, l'éducation aux médias est liée à l'insertion et à la citoyenneté. Elle recouvre des compétences fondamentales, non seulement pour les jeunes mais aussi pour les adultes et les personnes âgées, les parents, les enseignants et les professionnels des médias. Grâce à l'internet et aux technologies numériques, un nombre croissant d'Européens peut désormais créer et diffuser des images, des informations et du contenu. L'éducation aux médias est considérée aujourd'hui comme l'une des principales conditions préalables au plein exercice d'une citoyenneté active afin de prévenir et de limiter les risques d'exclusion sociale.
- (16) Une société d'éducation aux médias constituerait, du même coup, une incitation et une condition préalable au pluralisme et à l'indépendance des médias. L'expression d'opinions et d'idées diverses, dans plusieurs langues, au nom de groupes différents, dans la société et d'une société à l'autre, a un effet positif sur les valeurs de diversité, de tolérance, de transparence, d'équité et de dialogue. Il convient par conséquent de favoriser le développement de l'éducation aux médias à tous les niveaux de la société et de suivre attentivement les progrès réalisés en la matière.
- (17) La démocratie dépend de la participation active des citoyens à la vie de leur communauté et l'éducation aux médias fournirait les compétences dont ils ont besoin pour donner un sens au flot quotidien d'informations diffusées au moyen des nouvelles technologies de communication.
- (18) Il faut aborder l'éducation aux médias de différentes façons et à plusieurs niveaux. Les modalités d'intégration de l'éducation aux médias dans les programmes scolaires à tous les niveaux sont de la responsabilité première des États membres. Le rôle joué par les autorités locales est également très important car elles sont proches de la population et soutiennent des initiatives dans le secteur de l'enseignement non institutionnel. La société civile doit aussi contribuer activement à promouvoir l'éducation aux médias selon une approche ascendante.
- (19) Les initiatives de la Commission comme MEDIA 2007 (décision n° 1718/2006/CE du Parlement européen et du Conseil du 15 novembre 2006 portant sur la mise en œuvre d'un programme de soutien au secteur audiovisuel européen⁷) et la directive SMAV (directive 2007/65/CE du Parlement européen et du Conseil du 11 décembre 2007 modifiant la directive 89/552/CEE du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle⁸), qui visent à accroître la

⁷ JO L 327 du 24.11.2006, p. 12.

⁸ JO L 332 du 18.12.2007, p. 27.

compétitivité de l'industrie européenne de l'audiovisuel et du contenu, contribueraient à l'éducation aux médias.

- (20) La Commission entend superviser les efforts accomplis en matière d'éducation aux médias audiovisuels et relativement à la communication commerciale comme prévu au 37^e considérant de la directive SMAV, notamment dans le cadre du comité de contact SMAV et au titre de l'obligation de compte rendu prévue à l'article 26 de la directive.
- (21) La Commission encouragera les projets de recherche sur l'éducation aux médias dans le cadre des programmes existants. En particulier, elle entend lancer une étude sur le degré de sensibilisation aux risques liés à la diffusion de données personnelles dans l'environnement en ligne, et une étude sur la façon de mieux utiliser les moteurs de recherche.
- (22) Les initiatives en matière d'éducation aux médias doivent également comporter une dimension de sensibilisation à l'utilité des droits d'auteur.
- (23) Le traitement des données personnelles dans les réseaux d'information et de communication, notamment afin de proposer des offres adaptées aux consommateurs, et les problèmes qu'il pose en termes de protection des données à caractère personnel et de respect de la vie privée doivent être abordés dans le cadre des initiatives en matière d'éducation aux médias. Naturellement, les réseaux d'information et de communication offrent de nouvelles possibilités aux utilisateurs. Cependant, ils pourraient aussi leur faire courir de nouveaux risques comme l'usurpation d'identité, le profilage discriminatoire ou la surveillance constante. La Commission a abordé ces problèmes et d'éventuelles solutions dans sa communication «Promouvoir la protection des données par les technologies renforçant la protection de la vie privée»⁹.
- (24) Il faut veiller à ce que les éditeurs traditionnels soient étroitement associés aux initiatives concernant l'éducation aux médias numériques étant donné l'expérience extrêmement précieuse du secteur de l'édition en ce qui concerne l'éducation aux médias dans le monde hors ligne et la conversion rapide de ce secteur à la production et à la distribution de contenu numérique.
- (25) La Commission entend parvenir à un plus large consensus sur des aspects essentiels de l'éducation aux médias (définitions, objectifs) et œuvrer en faveur de l'analyse et de l'échange de bonnes pratiques d'éducation aux médias dans l'environnement numérique, y compris concernant l'économie du secteur des médias en Europe, notamment par l'organisation de réunions du comité de contact SMAV¹⁰, la promotion et le soutien d'événements au titre de MEDIA 2007¹¹, la coopération avec les autres institutions européennes et organisations internationales comme le Conseil de l'Europe, l'UNESCO et l'Alliance des civilisations des Nations unies et la promotion d'un partenariat public-privé en matière d'éducation aux médias.

⁹ COM(2007) 228 final du 2.5.2007.

¹⁰ SMAV, voir 2007/65/CE.

¹¹ Décision n° 1718/2006/CE du Parlement européen et du Conseil du 15 novembre 2006 portant sur la mise en œuvre d'un programme de soutien au secteur audiovisuel européen (MEDIA 2007).

RECOMMANDE:

- I Les États membres, en coopération avec les autorités responsables de la réglementation de l'audiovisuel et des communications électroniques et en collaboration avec les autorités de surveillance de la protection des données le cas échéant:
1. conçoivent et mettent en œuvre des initiatives de corégulation visant à l'adoption de codes de conduite par les principales parties intéressées et œuvrent à promouvoir des initiatives d'autorégulation sur les sujets recensés pour l'industrie des médias à la partie II ci-dessous;
 2. dans le prolongement de l'étude actuelle de la Commission sur les critères d'évaluation des niveaux d'éducation aux médias, œuvrent à promouvoir des recherches systématiques, par des études et des projets, sur les différents aspects et dimensions de l'éducation aux médias dans l'environnement numérique et supervisent et quantifient les progrès en la matière;
 3. engagent un débat, dans le cadre de conférences et d'autres manifestations publiques, sur l'intégration de l'éducation aux médias dans les programmes scolaires obligatoires et dans l'enseignement des compétences clés pour l'éducation et la formation tout au long de la vie telles qu'exposées dans la recommandation du Parlement européen et du Conseil du 18 décembre 2006;
 4. redoublent d'efforts pour sensibiliser davantage au patrimoine audiovisuel national et européen par des campagnes nationales de sensibilisation du public;
 5. sensibilisent davantage, par des actions de formation, des journées d'information et la distribution de dossiers d'information, aux risques inhérents au traitement des données personnelles dans les réseaux d'information et de communication et éduquent les utilisateurs, en particulier les jeunes, les parents et les enseignants, dans ce domaine.
- II L'industrie des médias s'engage plus résolument à fournir les outils nécessaires pour relever le niveau d'éducation aux médias et, à cet effet:
1. fournit systématiquement des renseignements, par des campagnes d'information, sur la façon dont l'information et le contenu créatif sont produits, montés et distribués dans le monde numérique, y compris sur la façon dont fonctionnent les moteurs de recherche et la façon de mieux les utiliser;
 2. fournit au public des informations claires et conviviales, en organisant des campagnes de sensibilisation aux techniques utilisées à des fins de communication commerciale, notamment au placement de produit et à la publicité en ligne, et les moyens de repérer plus aisément la frontière entre marketing et contenu;
 3. fournit au public des informations, en créant des dossiers d'information spécialement destinés aux jeunes, sur la façon dont les données personnelles sont traitées dans le contexte d'offres adaptées au consommateur, notamment de la publicité interactive, dans le strict respect des dispositions légales existantes;

4. informe activement le public, en organisant des journées d'information, de la façon dont fonctionne le secteur de la création, y compris de l'utilité des droits d'auteur.

Les États membres sont destinataires de la présente recommandation.

Fait à Bruxelles,

Par la Commission

Membre de la Commission