



COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Bruxelles, le 20.12.2007

COM(2007) 833 final

**COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU
CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ
DES RÉGIONS**

Une approche européenne de l'éducation aux médias dans l'environnement numérique

COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES RÉGIONS

Une approche européenne de l'éducation aux médias dans l'environnement numérique

1. ÉDUCATION AUX MÉDIAS DANS L'ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE

L'éducation aux médias est un point de plus en plus important des ordres du jour européen et nationaux concernant la politique des médias et des communications. La nouvelle directive sur les services de médias audiovisuels (SMAV), par exemple, instaure l'obligation, pour la Commission, de rendre compte des niveaux d'éducation aux médias dans tous les États membres¹.

Si les médias restent des facteurs déterminants pour permettre aux Européens de mieux appréhender le monde et prendre part à la vie démocratique et culturelle, leur mode de consommation évolue. La mobilité, la communication générée par l'utilisateur, internet et l'essor commercial des produits numériques sont en train de bouleverser le secteur des médias. Aussi est-il capital de mieux savoir et comprendre comment les médias fonctionnent dans le monde numérique, qui sont les nouveaux acteurs dans ce secteur et quelles possibilités nouvelles, et quels défis, la consommation de médias numériques peut représenter. Cela conditionne largement la confiance des utilisateurs dans les TIC et médias numériques et, par conséquent, leur adoption qui constitue une priorité de la Commission européenne, confirmée dans le cadre politique stratégique "i2010"². De façon plus générale, il est également important que les citoyens comprennent mieux la dimension économique et culturelle des médias et qu'une discussion s'engage sur l'intérêt, pour l'économie européenne, de disposer de médias puissants et compétitifs au niveau mondial, qui garantissent le pluralisme et la diversité culturelle.

Un niveau plus élevé d'éducation aux médias peut grandement contribuer à la réalisation des objectifs que le Conseil européen de Lisbonne, en 2000, a fixés pour l'Union. Cela est particulièrement important pour instaurer une économie de la connaissance plus concurrentielle et plus intégratrice en stimulant la compétitivité dans les secteurs des TIC et des médias, pour achever l'Espace européen unique de l'information et pour promouvoir l'insertion, l'amélioration des services publics et la qualité de vie.

La présente approche de l'éducation aux médias dans l'environnement numérique répond aux vœux du Parlement européen³ et des secteurs des médias et des TIC. Elle complète l'initiative

¹ Article 26: la Commission soumet "un rapport relatif à l'application de la présente directive et, le cas échéant, formule de nouvelles propositions en vue de l'adaptation de celle-ci à l'évolution dans le domaine des services de médias audiovisuels, notamment à la lumière de l'évolution technologique récente, de la compétitivité du secteur et des niveaux d'éducation aux médias dans l'ensemble des États membres".

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

³ Par exemple, dans une résolution du 6 septembre 2005 sur la directive "Télévision sans frontières" (89/552/CEE), le Parlement européen demande au Conseil et à la Commission "de concevoir et de mettre en œuvre des programmes d'éducation aux médias visant à promouvoir une citoyenneté active et

européenne en cours sur le pluralisme des médias⁴, la modernisation des cadres réglementaires applicables aux services audiovisuels et aux communications électroniques, les initiatives stratégiques sur la télévision mobile⁵ et sur le contenu créatif en ligne et la prochaine initiative sur l'insertion dans la société de l'information.

En outre, la présente communication apporte un nouvel élément à la politique audiovisuelle européenne. Elle est notamment liée aux dispositions de la directive SMAV (la communication encouragera la recherche de critères d'évaluation de l'éducation aux médias, qui sont une première étape pour respecter l'obligation de rendre compte en vertu de l'article 26)⁶ et du programme MEDIA 2007. Ce dernier souligne l'importance des initiatives d'éducation aux médias et à l'image pour accéder aux œuvres audiovisuelles européennes et promouvoir le patrimoine cinématographique et audiovisuel de l'Europe. Il a pour principal objectif de mettre en lumière et de promouvoir les bonnes pratiques d'éducation aux médias au niveau européen et de proposer des mesures. La communication se fonde sur les résultats du travail accompli par le groupe d'experts en éducation aux médias (constitué en 2006), les conclusions de la consultation publique lancée en octobre 2006 et l'expérience tirée des initiatives antérieures et actuelles de la Commission en matière d'éducation aux médias.

La présente communication n'a aucune incidence financière sur le budget communautaire autre que celle prévue et fixée dans le cadre financier 2007-2013.

2. UNE DEFINITION EUROPEENNE DE L'EDUCATION AUX MEDIAS

L'éducation aux médias est généralement définie comme la capacité à accéder aux médias, à comprendre et apprécier, avec un sens critique, les différents aspects des médias et de leur

responsable en Europe". Dans un rapport du 22 novembre 2006 (A6-0399/2006) sur le même sujet, l'éducation aux médias est mentionnée comme une compétence fondamentale. Le 27 avril 2006, le Parlement européen a adopté une résolution sur la transition de la radiodiffusion analogique à la radiodiffusion numérique (2005/2212(INI)). Au niveau de l'Union, il "demande à la Commission de présenter une communication sur l'éducation aux médias". Dans les questions posées à Mme Reding lors des auditions du Parlement européen en 2004 étaient déjà évoqués plusieurs des thèmes de la présente communication, comme l'insertion et l'accessibilité. Dans sa réponse à une question sur la protection des enfants utilisant internet, Mme Reding a également déclaré que "les programmes d'éducation aux médias" sont destinés à responsabiliser les mineurs et à les sensibiliser davantage.

⁴ Le 16 janvier 2007, la Commission européenne a présenté une approche du pluralisme des médias en trois étapes. La première étape a consisté en un document de travail des services de la Commission, la deuxième en une étude indépendante afin de définir et de tester des indicateurs concrets et objectifs permettant d'évaluer le pluralisme des médias dans les États membres de l'UE (résultats attendus début 2009) qui doit être suivie, en 2009, d'une communication de la Commission sur les indicateurs du pluralisme des médias dans les États membres de l'UE. Voir:

http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/pluralism/index_en.htm

⁵ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des régions – Renforcer le marché intérieur de la télévision mobile, COM (2007) 409 final.

⁶ Considérant 37 de la directive sur les services de médias audiovisuels: "La notion d'"éducation aux médias" désigne les compétences, les connaissances et la compréhension permettant aux consommateurs d'utiliser les médias d'une manière sûre et efficace. Les personnes éduquées aux médias sont aptes à poser des choix reposant sur des informations solides, à comprendre la nature des contenus et des services et à profiter de tout l'éventail des possibilités offertes par les nouvelles technologies de communication. Elles sont mieux à même de se protéger et de protéger leur famille de matériels préjudiciables ou choquants. 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". Voir aussi la note de bas de page n° 1.

contenu et à communiquer dans divers contextes. Cette définition a été validée par la grande majorité des participants à la consultation publique et des membres du groupe d'experts en éducation aux médias⁷. Les moyens de communication de masse sont les médias capables de toucher un large public par différents canaux de distribution. Par messages médiatiques, on entend le contenu informatif et créatif des textes, sons et images véhiculés par divers moyens de communication, dont la télévision, le cinéma, la vidéo, les sites web, la radio, les jeux vidéo et les communautés virtuelles.

Une approche européenne de l'éducation aux médias doit les englober tous. Il y a différents niveaux d'éducation aux médias, par exemple:

- se sentir à l'aise face à tous les médias existants, depuis les journaux jusqu'aux communautés virtuelles;
- utiliser activement les médias, notamment à l'aide de fonctions interactives de la télévision, de moteurs de recherche internet ou en participant à des communautés virtuelles, et mieux exploiter le potentiel des médias en termes de divertissement, d'accès à la culture, de dialogue interculturel, d'apprentissage et d'applications de la vie quotidienne (bibliothèques, podcasts, par exemple);
- avoir une approche critique des médias en ce qui concerne la qualité comme l'exactitude du contenu (par exemple, être capable d'apprécier l'information, savoir réagir à la publicité dans différents médias, utiliser les moteurs de recherche intelligemment);
- utiliser les médias de façon créative dès lors que l'évolution des technologies et l'omniprésence d'internet comme canal de distribution permettent à un nombre croissant d'Européens de créer et de diffuser des images, de l'information et du contenu;
- comprendre l'économie des médias et la différence entre pluralisme et contrôle des médias;
- être au fait des questions de droits d'auteur qui sont essentielles à une "culture de la légalité", surtout chez les jeunes en leur double qualité de consommateurs et de producteurs de contenu.

La présente communication ne vise pas à traiter toutes ces questions, nombre d'entre elles étant abordées dans le cadre d'initiatives en cours, mais à se concentrer sur certaines.

3. INITIATIVES ACTUELLES

Un **groupe d'experts en éducation aux médias** a été constitué en 2006 avec pour mission d'analyser et de définir les objectifs et tendances en la matière, de mettre en lumière et de promouvoir de bonnes pratiques au niveau européen et de proposer des mesures dans ce domaine. L'analyse et l'évaluation de l'activité antérieure de la Commission européenne (par exemple, les projets d'éducation aux médias financés au titre du programme Apprentissage en ligne (eLearning)) ont également été débattues et examinées. Le groupe comprend plusieurs

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

experts européens de l'éducation aux médias aux compétences et expériences diverses, parmi lesquels des universitaires et des professionnels des médias. Il s'est réuni trois fois en 2006 et deux fois en 2007.

En outre, la Commission a lancé une **consultation publique**⁸ au dernier trimestre de 2006. La participation à la consultation a été satisfaisante tant en termes quantitatifs qu'en termes de qualité et de variété des répondants. Parmi ces derniers, on comptait des organismes et entreprises du secteur des médias, des établissements d'enseignement institutionnels ou non, des fournisseurs et producteurs de contenu, des instituts de recherche et institutions culturelles, des autorités de régulation et des associations de particuliers et de consommateurs. Il est ressorti de l'étude des réponses obtenues que le moyen approprié d'accélérer les progrès en matière d'éducation aux médias consiste à analyser, mettre en lumière et diffuser à travers l'Union européenne les bonnes pratiques locales et nationales dans ce domaine. Il est également apparu qu'il n'existe pas de critères ou de normes pour évaluer l'éducation aux médias, ni de bonnes pratiques pour tous les aspects du problème. Aussi la Commission estime-t-elle qu'il y a un besoin urgent de recherche, à plus grande échelle et à plus long terme, visant à définir de nouveaux critères d'évaluation comme de nouvelles bonnes pratiques.

Une **étude** sur les "Tendances et approches actuelles de l'éducation aux médias en Europe" a été commandée en 2006. Elle recense les pratiques actuelles de mise en œuvre de l'éducation aux médias, confirme les tendances observées lors de la consultation publique et recommande certaines mesures communautaires à appliquer pour contribuer à relever le niveau d'éducation aux médias. Enfin, elle expose brièvement l'impact socioéconomique potentiel d'une intervention de l'UE dans ce domaine. Le rapport final de l'étude est disponible sur le site web de la Commission européenne⁹.

La décision¹⁰ concernant le programme **MEDIA 2007** souligne l'importance des initiatives d'éducation aux médias et à l'image, notamment de celles organisées par les festivals visant le jeune public en collaboration avec des établissements scolaires. Au début de 2007, un appel de propositions, avec un critère d'attribution spécifique à l'éducation cinématographique, a été lancé et plusieurs projets ont été retenus¹¹.

Le programme **SAFER INTERNET PLUS** (2004-2008) vise à conférer aux parents, aux enseignants et aux enfants des outils de sécurité internet. Il couvre également d'autres médias, comme la vidéo. Dans le cadre de ce programme, il a été réalisé, en mai 2007, une étude¹² basée sur une enquête Eurobaromètre et destinée à mieux connaître l'usage que les enfants font d'internet et du téléphone portable, leur comportement en ligne et leur perception des questions relatives aux risques et à la sécurité.

⁸ Voir aussi le "Rapport sur les résultats de la consultation publique sur l'éducation aux médias": http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

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

¹⁰ Décision n° 1718/2006/CE.

¹¹ En voici des exemples : Festival du film de Thessalonique (Grèce), Festival Premiers Plans (Angers, France), Festival européen du film court de Brest (France), Festival international de cinéma pour la jeunesse (Gijón, Espagne), Festival international du film court (Berlin, Allemagne), Crossing Europe Film Festival (Linz, Autriche) et le 20^e Festival européen du film pour la jeunesse de Flandre (Belgique).

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

Le **cadre juridique de l'UE** concernant le contenu traite également de l'éducation aux médias. Par exemple, une **recommandation du Parlement européen et du Conseil sur la protection des mineurs et de la dignité humaine** et le droit de réponse en lien avec la compétitivité de l'industrie européenne des services audiovisuels et d'information a été adoptée le 20 décembre 2006¹³. Elle souligne combien il est important que les États membres élaborent des programmes d'éducation aux médias et recommande une série d'actions concrètes que les États membres et la Commission doivent entreprendre dans ce domaine. Il s'agit, par exemple, des actions suivantes: encourager l'industrie audiovisuelle et les services d'information en ligne à éviter et lutter contre toute discrimination basée sur le sexe, la race ou l'origine ethnique, la religion ou les convictions, un handicap, l'âge ou l'orientation sexuelle, sans porter atteinte à la liberté d'expression ou de la presse; établir des codes de conduite en collaboration avec les professionnels et les autorités de régulation aux niveaux national et européen; promouvoir des mesures de lutte contre les activités illicites préjudiciables aux mineurs sur internet. La Commission souhaite également attirer l'attention sur le fait que tous les États membres, sauf un, et la Communauté européenne ont signé la convention des Nations unies relative aux droits des personnes handicapées dont l'article 21 énonce les obligations visant à encourager les médias, y compris ceux qui communiquent leurs informations par internet, à rendre leurs services accessibles aux personnes handicapées.

Conformément au principe de subsidiarité, la responsabilité d'intégrer l'éducation aux médias dans les programmes scolaires, à tous les niveaux, incombe en premier lieu aux pouvoirs publics. Le rôle joué par les autorités locales est également très important car elles sont plus proches de la population et soutiennent des initiatives dans le secteur de l'enseignement non institutionnel. Le texte récemment approuvé de la **directive SMAV** contient un considérant relatif à l'éducation aux médias¹⁴ et son article 26 instaure l'obligation, pour la Commission, de rendre compte des niveaux d'éducation aux médias dans tous les États membres.

En mai 2007, l'éducation aux médias a fait l'objet d'une conférence intitulée "More trust in content" dans le cadre du séminaire de Leipzig de la présidence allemande. En juin 2007, à l'occasion d'une conférence sur l'éducation aux médias organisée par l'UNESCO, la nécessité de renforcer la coopération internationale a été soulignée conjointement par l'UNESCO, le Conseil de l'Europe et la Commission.

4. ÉDUCATION AUX MEDIAS DANS L'ENVIRONNEMENT NUMERIQUE – BONNES PRATIQUES

La présente communication est axée sur trois domaines: la communication commerciale, les œuvres audiovisuelles et le contenu en ligne.

4.1. Éducation aux médias relativement à la communication commerciale

La publicité fait partie de la vie quotidienne et c'est l'un des éléments constitutifs de l'économie de marché. Il est donc important de sensibiliser davantage tous les publics à la fonction que la communication commerciale remplit dans la chaîne de valeur de l'industrie audiovisuelle. Cela est vrai, notamment, pour la télévision à accès libre car la publicité et d'autres formes de communication commerciale, comme le parrainage, le téléachat ou le placement de produit, permettent aux diffuseurs d'acquérir du contenu de qualité. Il est

¹³ Recommandation n° 2006/952/CE.

¹⁴ Voir note de bas de page n° 6.

également important d'éviter que les médias ne donnent une image négative des personnes âgées ou handicapées. À cet égard, l'éducation aux médias relativement à la communication commerciale présente au moins trois aspects:

- fournir au jeune public des outils leur permettant d'avoir une **approche critique** de la communication commerciale et de faire des choix en connaissance de cause¹⁵;
- sensibiliser et instruire davantage toutes les parties intéressées au sujet des mesures et mécanismes d'autorégulation et de corégulation, ainsi que de l'élaboration et de l'application de codes de conduite¹⁶;
- encourager le financement public/privé dans ce domaine de façon transparente¹⁷.

Eu égard à l'obligation de rendre compte instaurée par la directive SMAV, la Commission estime qu'il est absolument nécessaire de définir et d'échanger de bonnes pratiques sur les communications commerciales (p. ex. en contribuant à l'élaboration de codes de conduite) en vue de les proposer comme solutions de remplacement aux restrictions ou interdictions de certaines pratiques.

4.2. Éducation aux médias relativement aux œuvres audiovisuelles

Les technologies numériques et la diffusion du haut débit, en créant de nouveaux canaux de distribution comme la vidéo à la demande ou la télévision mobile, facilitent grandement l'accès aux œuvres audiovisuelles. Cela a aussi pour effet de créer de nouveaux marchés du contenu, patrimonial ou de catalogue. En outre, les technologies numériques lèvent les obstacles à la création et à la distribution d'œuvres audiovisuelles et contribuent à la formation d'un marché audiovisuel sans frontière. Dans ce contexte, l'éducation aux médias signifie:

- fournir, surtout aux jeunes Européens, plus d'informations et de connaissances sur notre patrimoine cinématographique et susciter davantage leur intérêt pour ces œuvres et des films européens récents¹⁸;
- favoriser la créativité et l'acquisition de compétences en matière de réalisation audiovisuelle¹⁹;

¹⁵ Par exemple, Mediakompassi, site d'éducation aux médias mis au point par la société finlandaise de radiodiffusion YLE, comporte une section consacrée à la publicité à destination des jeunes, des parents comme des enseignants; l'agence suédoise de la consommation a publié plusieurs ouvrages et cofinancé du matériel pédagogique sur les publicités à la télévision.

¹⁶ Par exemple, le Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) œuvre à promouvoir des plateformes de dialogue afin d'établir des codes d'autorégulation et de corégulation.

¹⁷ Par exemple, Media Smart est un programme d'éducation aux médias à but non lucratif, destiné aux élèves âgés de 6 à 11 ans et axé sur la publicité. L'initiative a été prise au Royaume-Uni en novembre 2002 et le programme est aujourd'hui opérationnel en Belgique, en Allemagne, aux Pays-Bas, au Royaume-Uni, en Finlande et en Suède. Il est également développé en Italie, au Portugal et en Hongrie. Le programme est financé par les recettes de la publicité au Royaume-Uni et par les gouvernements britannique et d'autres États membres.

¹⁸ Un exemple en est Europa Cinemas, réseau créé en 1992 grâce au financement du programme MEDIA de l'Union européenne et du Centre National de la Cinématographie. Europa Cinemas est devenu le premier réseau de salles de cinéma à la programmation essentiellement européenne et il permet d'organiser, entre autres, des activités promotionnelles concernant des films européens pour la jeunesse.

- saisir l'importance des droits d'auteur, du point de vue tant des consommateurs que des créateurs de contenu²⁰.

4.3. Éducation aux médias relativement au contenu en ligne

Dans une société de l'information en constante évolution, les compétences liées à l'éducation aux médias sont indispensables pour être au courant et profiter des innovations techniques, économiques et culturelles. Internet a radicalement changé le mode de consommation des médias car c'est un autre moyen d'accéder de façon interactive aux médias traditionnels (IPTV ou radio sur internet, par exemple) et à des textes, images et sons du monde entier. Cela offre d'énormes possibilités, notamment en ce qui concerne les médiathèques numériques²¹, mais constitue aussi un défi considérable en termes d'éducation aux médias. L'éducation aux médias relativement au contenu en ligne signifie:

- mettre à la disposition des utilisateurs des outils leur permettant d'apprécier le contenu en ligne avec un sens critique;
- développer la créativité numérique et les compétences de réalisation et favoriser la prise de conscience des questions de droits d'auteur²²;
- faire en sorte que les avantages de la société de l'information puissent profiter à tous, y compris aux personnes défavorisées en raison de leur faible revenu ou niveau de formation, de leur âge, sexe ou appartenance ethnique, aux personnes handicapées (accessibilité en ligne) ainsi qu'à celles qui vivent dans des zones déshéritées (lesquelles relèvent toutes de l'insertion dans la société de l'information)²³;

¹⁹ Un exemple en est le réseau Community Media Network (Irlande) qui vise à promouvoir le développement collectif et la responsabilisation à l'aide des ressources qu'offrent la vidéo, la radio, la photographie, les documents imprimés et internet. www.cmn.ie. De même, FILM-X est le studio de cinéma interactif par ordinateur, pour enfants et adolescents, de l'Institut du film danois. Il donne aux enfants, aux jeunes et aux adultes l'occasion de s'exercer à la réalisation cinématographique et leur enseigne différents moyens de communiquer par l'image. <http://www.dfi.dk/filmx>

²⁰ La BBC offre aux utilisateurs de très nombreuses possibilités de participation interactive, notamment à l'aide de tableaux d'affichage en ligne, forums de discussion, blogs et contributions audio et vidéo. Il y a peu, la BBC a également réalisé un projet pilote du Creative Archive qui a bénéficié d'un niveau élevé de participation de la part des assujettis à la redevance, avec près de 100.000 utilisateurs réguliers. Le projet pilote Creative Archive permettait aux gens de télécharger, de remonter, d'utiliser et de partager des séquences de contenu dûment autorisées à des fins créatives personnelles non commerciales selon les termes du Creative Archive Licence Scheme.

²¹ Le projet de bibliothèques numériques relève de l'initiative i2010, stratégie globale de la Commission pour promouvoir l'économie numérique. Les bibliothèques numériques sont des collections organisées de contenu numérique mises à la disposition du public. Les trois grands axes de l'initiative sont l'accessibilité en ligne, la numérisation et la conservation et le stockage.

²² Un exemple en est le site <http://www.internet-abc.de/kinder/> qui permet aux enfants de se familiariser avec internet et avec la création et la production de contenu en ligne.

²³ La troisième priorité de l'initiative i2010 est de promouvoir, à l'aide des outils dont dispose la Commission, une société de l'information intégratrice, étayée par des services publics efficaces et conviviaux utilisant les TIC.

Voir: http://ec.europa.eu/information_society/activities/einclusion/index_en.htm et http://ec.europa.eu/information_society/eeurope/i2010/inclusion/index_en.htm

- sensibiliser davantage au mode fonctionnement des moteurs de recherche (hiérarchisation des réponses, etc.) et apprendre à mieux les utiliser²⁴.

5. CONCLUSIONS

La Commission continuera à promouvoir, à l'aide des programmes et initiatives en cours, la définition et l'échange de bonnes pratiques en matière d'éducation aux médias. Elle encouragera également la recherche de critères d'évaluation de l'éducation aux médias. À cette fin, il sera lancé, en 2008, une étude spécifique visant à trouver des critères d'appréciation du niveau d'éducation aux médias. Cette étude fournira les éléments du rapport prévu par la directive SMAV que la Commission présentera quatre ans au plus tard après l'adoption de la directive.

Pour les raisons susmentionnées, la Commission invite le Parlement européen, le Conseil, le Comité économique et social européen et le Comité des régions à soutenir les objectifs et priorités fixés dans la présente communication et à organiser, en 2008, des manifestations consacrées à l'échange de bonnes pratiques sur l'éducation aux médias dans l'environnement numérique, ainsi que sur l'économie du secteur des médias en Europe. En fonction de l'avis exprimé par les autres institutions et des réactions des parties concernées à propos de la présente communication, la Commission mettra davantage l'accent sur ces bonnes pratiques en adoptant, si nécessaire, une recommandation. De plus, consciente que 2008 sera l'Année européenne du dialogue interculturel, la Commission invite les institutions européennes à intégrer ce souci dans leurs activités relatives à l'éducation aux médias.

La Commission invite les États membres à:

- encourager les autorités responsables de la réglementation de l'audiovisuel et des communications électroniques à participer davantage et à collaborer au relèvement des différents niveaux d'éducation aux médias définis plus haut;
- promouvoir les activités de recherche systématique, de suivi régulier et de compte rendu concernant les différents aspects et dimensions de l'éducation aux médias;
- élaborer et appliquer des codes de conduite et, le cas échéant, des cadres de corégulation conjointement avec toutes les parties intéressées au niveau national, et promouvoir des initiatives d'autorégulation.

²⁴

Voir par exemple ce moteur de recherche pour les enfants: <http://www.blinde-kuh.de/>