

Les Médias et le handicap

Congrès européen

Athènes 13 – 14 juin 2003

RAPPORT FINAL

Les Médias et le handicap

Congrès européen

Athènes 13 – 14 juin 2003

Organisé dans le cadre de l'Année européenne des personnes handicapées et de la Présidence grecque de l'Union européenne

Organisateurs :

- Ministère de la santé et de la prévoyance de la République hellénique
- Commission européenne
- Forum européen des personnes handicapées
- Confédération nationale grecque des personnes handicapées

➔ Introduction

Le contexte
Les objectifs

➔ Séance d'ouverture

Costas Stephanis - Ministre de la santé et de la prévoyance - Grèce
Dimitris Thanos - Secrétaire d'Etat de la santé et de la prévoyance - Grèce
Christos Protopapas - Ministre de la presse et des mass média - Grèce
Donald Tait - Commission européenne, Unité "Intégration des Personnes handicapées" de la Direction générale Emploi et affaires sociales
Yannis Vardakastanis - Président du Forum européen des personnes handicapées

➔ Séance plénière I:

La représentation des personnes handicapées dans les médias

➔ Séance plénière II:

La représentation des personnes handicapées dans les nouvelles (journaux télévisés, radio, presse écrite)

➔ Séance plénière III:

La représentation des personnes handicapées dans la publicité et les fictions

➔ Séance plénière IV:

L'emploi et le recrutement des personnes handicapées dans les médias

➔ Séance plénière V:

L'accès aux médias et à leurs nouvelles technologies

➔ Séance plénière VI:

Le rôle des décideurs politiques en matière de soutien à l'action positive

➔ Adoption de la Déclaration : " Médias et handicap "

➔ Séance de clôture

Maria Beldekou - Secrétaire générale du bien-être, Grèce
Donald Tait – Commission européenne – Unité "Intégration des personnes handicapées" de la Direction générale Emploi et affaires sociales
Yannis Vardakastanis - Président du Forum européen des personnes handicapées

Introduction

Le congrès “Médias et handicap” a été organisé avec le soutien de la Commission européenne et de la Présidence grecque de l’Union européenne. – plus particulièrement du Ministère de la santé et de la prévoyance – et en étroite collaboration avec le Forum européen des personnes handicapées et la Confédération nationale grecque des personnes handicapées.

Contexte

Organisé dans le cadre de l’Année européenne des personnes handicapées, il en a constitué une des activités phares au niveau européen. Sa vocation première a été d’explorer le domaine important de la représentation du handicap dans les médias en Europe et de chercher à l’améliorer, suivant en cela une suggestion d’action émise par la Déclaration de Madrid, cadre conceptuel de l’Année européenne :

“ Les médias devraient instaurer et renforcer les partenariats avec les associations représentatives, afin d’améliorer l’image des personnes handicapées dans les moyens de communication. Une prise en compte de la diversité des êtres humains devrait conduire les médias à déployer plus d’informations concernant les personnes handicapées. Lorsqu’ils traitent de questions relatives au handicap, ils devraient éviter toute approche condescendante ou humiliante et mettre plutôt l’accent sur les obstacles rencontrés par les personnes handicapées, de même que sur l’apport positif qu’elles savent offrir à la société par delà tous ces obstacles. ”
- Déclaration de Madrid.

Objectifs

L’approche du congrès a été caractérisée par son originalité et son aspect novateur : pour la première fois, ce congrès a voulu réunir des organisations de personnes handicapées et des professionnels des différents secteurs des médias européens, pour qu’ils aient la possibilité de réfléchir et de débattre sur les des moyens d’accroître la visibilité des personnes handicapées et de rechercher la manière d’améliorer leur représentation.

Pour atteindre cet objectif ambitieux, il a rassemblé plus de 300 personnes, représentant tous les acteurs européens concernés par la question : professionnels des médias généraux tels que télévision et radios - publiques et privées, presse générale, publicitaires, agences de communication, médias spécialisés dans le domaine du handicap, autorités gouvernementales des Etats membres chargées de la presse et de l’information, et bien sûr, organisations de personnes handicapées.

Le programme final du congrès a été arrêté à l'issue d'un long travail préparatoire, impliquant les organisateurs, des représentants des principaux réseaux des médias européens et des organisations de personnes handicapées.

S'articulant principalement autour du thème “ une meilleure représentation des personnes handicapées dans les médias ”, le programme a été élaboré dans l'optique de permettre d'explorer différentes stratégies qui puissent améliorer l'image des personnes handicapées dans les médias, à partir d'exemples de bonnes ou de mauvaises pratiques.

Cherchant à englober tous les aspects, le groupe de travail préparatoire a identifié cinq domaines importants d'exploration qui ont mené à structurer le congrès autour de six séances plénières :

Une première session sur la question générale de l'image des personnes handicapées donnée par les médias – et cinq sessions abordant chacune un aspect plus spécifique : l'image des personnes handicapées dans les informations/nouvelles ; l'image des personnes handicapées dans la publicité et les fictions ; l'emploi et le recrutement des personnes handicapées dans les médias ; l'accès aux médias et à leurs nouvelles technologies ; le rôle des décideurs politiques en matière de soutien à l'action positive.

Chacune des sessions a fait l'objet de présentations par différents spécialistes du domaine, suivie par une séance de questions et débats.

Ce document constitue le rapport final du congrès Médias et handicap. Il vise à donner une vue d'ensemble du congrès : résumés des discours des séances d'ouverture et de clôture et comptes-rendus des séances plénières.

Il reprend par ailleurs, dans son entièreté, le texte de la Déclaration Médias et handicap, adopté par tous les participants à l'issue du congrès.

Séance d'ouverture

Présentateur : Dionisis Botonis – Correspondant politique de la nouvelle télévision grecque (NET)

Avant de passer la parole aux différents intervenants, M. Botonis se félicite de la tenue du premier Congrès européen sur ce thème et remarque qu'en 2003 la question des médias et du handicap continue de poser problème. Son message insiste sur la nécessité de développer une collaboration et des rapports étroits entre les médias et les personnes handicapées. " Il est évident que personne ne peut arriver à quelque chose seul, nous avons tous besoin de la collaboration des uns et des autres.. ”.

Professeur Costas Stephanis – Ministre de la santé et de la prévoyance – Grèce

Diplômé de l'École de médecine de l'Université d'Athènes, spécialisation en neurologie et psychiatrie. Membre de l'Académie d'Athènes, M. Stefanis est professeur honoraire en psychiatrie à l'Université d'Athènes ; il a été appelé à des mandats importants dans nombre d'instituts et d'académies médicales en Grèce et au niveau international, il est notamment fondateur et directeur de l'Institut universitaire de recherche sur la santé mentale en Grèce; ayant mené de nombreuses recherches en sciences neurologiques, ses publications font référence au niveau international. Elu député d'Etat du PASOK en 1996, il était Président du Centre Onassis de cardiologie depuis 2001 avant d'être nommé Ministre de la santé en juin 2002.

M. Stefanis souligne l'importance d'un tel congrès réunissant des représentants de personnes handicapées et des médias. Ainsi vont être reflétées les vues d'un groupe de la société qui revendique, à juste titre, le droit à un traitement égalitaire, et celles des médias qui véhiculent la sensibilisation sociale et la prise de conscience, influençant la manière dont la société évolue.

Il remarque, qu'aujourd'hui encore, la société n'est pas consciente du fait que le handicap est un élément à part entière de la société. Le handicap touche plus de 10 pour cent de la population. Que ce soit au travail, à l'école ou dans la rue, nous vivons tous avec des personnes handicapées. Le handicap fait partie de notre vie quotidienne. Pourtant, la société continue d'ignorer les personnes handicapées, qui sont transparentes aux yeux de la majorité des gens. En raison de préjugés ou d'une peur inconsciente, la société refuse de voir la réalité. Et pourtant, la manière dont la société traite les personnes handicapées est l'image même du niveau de civilisation de cette société, puisqu'elle reflète le degré de respect et de dignité avec lesquels sont traités chacun de ses membres.

Pour que cette situation s'améliore, il faut bien sûr, que les gouvernements et autorités compétentes légifèrent et prennent des mesures adéquates pour faciliter la vie des personnes handicapées. Mais cela ne suffit pas. Il faut également un changement dans l'attitude générale de la société. Et c'est là que le rôle des médias est fondamental. Dans ce " monde de l'image " dans lequel nous vivons aujourd'hui, les messages relayés par les mass médias ont une influence énorme. Les mass médias peuvent donc être le " levier " de ce processus. En faisant le choix de ne pas masquer l'existence des personnes handicapées mais au contraire de faire d'elles une représentation conforme à la réalité, mettant en lumière leurs compétences particulières et leurs capacités et non pas leurs incapacités et handicaps, les mass médias peuvent contribuer à ce que l'on parvienne à une " prise de conscience socialement plus correcte " de la société vis à vis du handicap.

Après avoir attiré l'attention pour que la situation spécifique des personnes avec un handicap de type intellectuel ne soit pas laissée de côté au cours des débats, M. Stefanis a formulé des vœux de succès pour le congrès. Il a également souhaité que les débats au-delà des résolutions et conclusions théoriques, déboucheraient sur des propositions concrètes afin que les médias puissent transmettre une image adéquate et exacte du handicap, image qui pourrait permettre un réel changement de pensée et d'attitude de la société vis-à-vis des personnes handicapées.

Dimitris Thanos – Secrétaire d'Etat de la santé et de la prévoyance – Grèce

Diplômé de l'Ecole dentaire de l'Université Aristotle de Thessalonique. M. Thanos a occupé des postes de dirigeant de groupements et d'associations d'étudiants. Il a occupé depuis 1986, des fonctions importantes au sein du PASOK, tant au niveau local qu'au Comité central. M. Thanos a été nommé vice-ministre de la Santé et de la prévoyance en avril 2000.

M. Thanos rappelle l'objectif du congrès : promouvoir les questions qui touchent à la vie des personnes handicapées en vue d'échanger des pratiques au niveau local et européen, domaine dans lequel, les mass médias sont appelés à jouer un rôle crucial en relayant le message suivant personnes handicapées font partie à part entière de la société.

Malgré le nombre de conventions et protocoles établis et signés, les personnes handicapées en Europe continuent souvent de se voir nier la jouissance d'une participation égalitaire et de droits égaux et sont confrontées à l'exclusion sociale. Il s'agit là d'une question qui touche le fondement même de l'Etat providence et de la société solidaire: " toute société civilisée se doit de garantir l'accès à des chances égales ".

Pour combattre cette forme d'exclusion sociale, il est indispensable que les questions liées au handicap soient intégrées dans tous les domaines politiques. Pour y parvenir, les décideurs politiques doivent d'abord définir et identifier les besoins des personnes handicapées mais aussi travailler en synergie avec toutes les parties concernées : les personnes handicapées, bien entendu, mais également les agences d'emploi, les centres de formation, les syndicats etc. Ce n'est qu'ensemble que nous parviendrons à ce que les personnes handicapées soient dotées des moyens et des compétences appropriées à leur autonomie progressive.

Faisant écho à M. Stefanis, M. Thanos a insisté sur le fait que le handicap relevait de la responsabilité de chacun et non seulement des quelques autorités chargées des affaires sociales. Le handicap ne constitue pas non plus un problème individuel ou familial : chacun de nous doit s'impliquer et se mobiliser pour créer un climat qui permette aux personnes handicapées d'être outillées pour pouvoir décider pour et par elles-mêmes. Nos attitudes et nos mentalités doivent changer. Voilà où les mass médias peuvent intervenir de manière significative, en façonnant les attitudes de la société, et en ayant pour objectif "la promotion des actions qui permettront à notre société d'abandonner à jamais les stigmates encore présents". Monsieur Thanos conclut en appelant au ralliement de tous les acteurs de la société afin que " nous vivions côte à côte et avançons ensemble pour abattre les préjugés et les partis pris de toutes sortes ".

Christos Protopapas – Ministre de la presse et des mass médias – Grèce

Diplômé en Administration des entreprises à l'École supérieure des sciences commerciales et économiques, M. Protopapas est depuis longtemps activement impliqué dans le mouvement du handicap grec. Elu président de la Centrale syndicale de Grèce et vice-président de la Confédération des syndicats européens, il a garanti la participation des personnes handicapées à la vie sociale. Nommé Secrétaire d'Etat au ministère du travail et des affaires sociales en 1996 puis Ministre de la presse en octobre 2001, il a toujours contribué de manière décisive à promouvoir les questions du handicap.

C'est pour discuter et réfléchir ensemble d'une question importante qu'à lieu ce congrès : une question sociale qui concerne l'ensemble de la société puisque les personnes handicapées sont d'abord des citoyens. Citoyens envers qui, nous avons l'obligation de fournir les fondations d'un modèle européen de développement prospère qui comportera : qualité de vie, égalité, meilleure éducation, et justice pour tous. Et cela dans le respect des différences et des qualifications.

Les lois, bien sûr nécessaires, sont insuffisantes. L'action et la collaboration de tous – et notamment des personnes handicapées - sont au coeur de la réussite. Pour cela nous avons aussi besoin des médias - chacun sait à quel point l'image a un impact sur la manière dont sont perçus les différents groupes sociaux. Chacun sait que les médias génèrent des attitudes et des modèles, et qu'ils influencent l'opinion publique. A leur tour, ils doivent traiter de la question du handicap avec responsabilité : de manière professionnelle et impartiale, " ils doivent mettre en avant la notion d'égalité car nous sommes tous égaux. Ce que nous voulons c'est l'intégration et l'égalité et non pas que les personnes handicapées soient présentées sous une image misérabiliste ".

Une information insuffisante génère la stigmatisation et empêche une société d'évoluer ou de changer d'attitudes, ne lui permettant pas de considérer les personnes handicapées comme capables de participer à la croissance économique du pays à l'égal de tout autre citoyen. Dès lors, une information en deux étapes est cruciale : la première étape concerne l'interaction de l'Etat avec d'autres instances en vue des résultats à court et long terme. La seconde concerne des médias et de leur rôle social, celui de relayer des messages plus nombreux, et de disséminer un principe fondamental : la démocratisation passe par le respect des particularités, en évitant les stéréotypes.

10% de la population européenne connaît une forme de handicap et pourtant, leur accès à l'information est insuffisant dans la plupart des pays. Ce groupe de population a pourtant les mêmes droits aux loisirs et à l'information que les autres. Un moyen possible de résoudre ce problème serait l'obligation de diffuser au moins un journal télévisé par jour qui soit accessible aux personnes malentendants. Par ailleurs, en légiférant en la matière, nous éviterons une forme permanente de marginalisation et d'exclusion. Bien sûr, les médias doivent garder à juste titre leur liberté d'expression et donc le choix des programmes à diffuser. C'est pourquoi une communication régulière avec les médias et les personnes handicapées doit être maintenue afin de trouver des moyens efficaces qui puissent répondre aux exigences de tous.

M. Protopapas assure alors aux médias qu'il est prêt et souhaite dialoguer avec eux, comprendre leurs contraintes et leurs exigences et rechercher ensemble des solutions. Il conclut sa présentation en proposant " que la société dans son entièreté s'engage sur la voie du progrès, que nous tous contribuions à atteindre un même résultat : voilà le seul moyen d'être certains que nous sommes dans la bonne voie pour l'avenir ".

Donald Tait – Commission européenne – Direction générale Emploi et affaires sociales – Unité "Intégration des personnes handicapées".

Au sein de l'Unité " Intégration des personnes handicapées " de la Commission européenne, M.Tait est plus particulièrement chargé de la sensibilisation des questions du handicap auprès des directions et services de la Commission et de l'organisation de l'Année européenne des personnes handicapées ainsi que de sa promotion dans les Etats membres.

Parlant au nom de la Commission européenne, M. Tait, remercie la Présidence grecque de l'UE et la Confédération nationale grecque des personnes handicapées d'avoir eu l'initiative d'organiser ce congrès, qui constitue une contribution importante à l'Année Européenne des personnes handicapées ; il se félicite également de la participation active d'un nombre si important de médias à l'événement. Brossant un tableau général de la situation actuelle, il souligne une tendance croissante à l'individualisme qui ouvre la voie à l'autodétermination et qui génère une reconnaissance du handicap comme étant une question de droits humains. Et cela malgré le manque – encore trop général - d'une prise de conscience à ce que veut dire aujourd'hui être une personne handicapé : préjugés, ségrégation dans le domaine de l'éducation, discrimination en matière d'emploi, de transports. Tant de domaines qui nécessitent que des solutions créatives soient trouvées pour que la pleine participation des personnes handicapées à tous les aspects de la vie sociale et économique dans nos sociétés, devienne une réalité. " Personne ne doit s'y tromper, le handicap est vraiment une question de droits ".

M. Tait annonce le lancement prochain par la Commission, d'une campagne paneuropéenne de sensibilisation et d'information aux nouveaux droits et obligations repris dans la directive communautaire sur l'emploi et rappelle que son succès dépend de l'implication de tous, et notamment des médias.

Le question cruciale du manque d'information et de sensibilisation au problème du handicap a été récemment mis en lumière par une enquête sur le handicap : 57% des européens reconnaissent qu'ils sont mal informés sur cette question. M. Tait remarque que des instruments

législatifs seuls, ne suffiront pas pour parvenir à la participation complète des personnes handicapées à la société : ce qui est essentiel, c'est un changement d'attitude. Ce changement ne se fera pas automatiquement, il requiert un travail conjoint de tous : gouvernements, ONG, employeurs, employés et autorités à tous niveaux, la société dans son ensemble.

Pour le mener à bien, une première barrière doit être comblée: le manque d'information. Une information exacte, actuelle et qui reflète la réalité à laquelle sont confrontées les personnes handicapées, est nécessaire : quels obstacles doivent dépasser les personnes handicapées, comment les lever, quelles avantages pour la société dans son ensemble. Voilà pourquoi les médias –qui ont le pouvoir unique d'atteindre l'ensemble de la société – sont indispensables. Et cela, a tous niveaux, au travers des différents médiums : télévision, radios, journaux, Internet

Les médias seront encore plus efficaces s'ils travaillent en collaboration étroite avec les organisations de personnes handicapées au niveau national et européen et avec les institutions européennes, en vue d'une action coordonnée visant à promouvoir les intérêts des personnes handicapées. Pour être productive, une société doit investir dans les compétences et les qualifications des personnes handicapées. C'est sur cet aspect positif qu'il faut insister et contrecarrer le côté négatif si souvent associé au handicap.

De son côté, la Commission européenne s'emploie à améliorer la condition des personnes handicapées – engagement politique majeur pour elle. Elle se bat pour une Europe où tous les besoins des citoyens seront satisfaits. L'Année européenne des personnes handicapées constitue une occasion unique d'y parvenir. Participation et inclusion sont les mots clé de cette année qui n'est pas l'année pour les, mais l'année des personnes handicapées. Il s'agit de promouvoir l'idée que les personnes handicapées sont des citoyens européens comme les autres et que d'autre part, dans toute l'Union européenne, ces personnes ont les mêmes préoccupations et des besoins semblables aux autres citoyens. Cette campagne doit être menée par les personnes handicapées elles-mêmes, avec la collaboration des autorités locales et nationales, des ONG et bien sûr l'implication indispensable des médias.

Cette année pourra être considérée comme un succès, si au-delà de 2003, elle débouche sur des résultats positifs, progressifs et durables. C'est notamment avec le soutien des médias que cela peut se faire. M. Tait souhaite que ce congrès constitue le point de départ d'engagements et actions en ce sens, tels que des plans d'action mis en place par les médias et l'instauration d'un dialogue permanent entre les médias et les organisations de personnes handicapées. La Commission européenne, quant à elle, publiera une Communication à la fin de l'année sur l'avenir de la politique du handicap, fondé sur les résultats de l'Année européenne.

Il ne faut pas laisser s'éteindre l'élan suscité par l'Année européenne, mais au contraire, il faut tirer parti des résultats accomplis à travers les nombreuses initiatives développées et s'engager résolument à faire avancer, de manière durable, les questions touchant au handicap.

Yannis Vardakastanis – président du Forum européen des personnes handicapées

Diplômé de l'Université de Californie, M. Vardakastanis a débuté sa carrière comme conseiller spécial auprès du Ministre grec de l'éducation sur l'éducation des étudiants handicapés. Il est président du FEPH depuis 1999 Monsieur Vardakastanis est également membre du Conseil d'administration de la Plate-forme des ONG européennes du secteur social.

Le Président du FEPH remercie chaleureusement les organisateurs du congrès, qui a lieu à un moment historique pour l'Union européenne. D'abord car d'ici quelques semaines, l'Union européenne sera composée de 25 pays. Elle comptera plus de 50 millions de travailleurs handicapés qui se battent quotidiennement pour être impliqués à la vie politique et sociale et abattre les barrières, qui luttent contre la discrimination afin d'acquérir la place qui leur revient dans l'avenir commun de la grande famille européenne.

Les organisations de personnes handicapées s'activent à façonner et à établir ce que sera leur avenir, en suivant notamment le développement de la Constitution européenne. Moment historique ensuite, parce que cette année, est l'Année européenne des personnes handicapées, initiative européenne qui vise à accroître la visibilité du handicap à tous niveaux. Il faut que le handicap soit perçu sous une nouvelle approche. "Aucune mesure, aucune politique ne doit être débattue sans l'implication active des personnes handicapées ; le handicap est une question d'égalité de traitement et n'a rien à voir avec la charité". Voilà pourquoi, nous en appelons à l'Europe dans son entièreté mais aussi à chacun des Etats membres et à chacun d'entre nous pour faire en sorte que changent les attitudes, ancrées depuis si longtemps parmi les acteurs sociaux.

Changer les attitudes dépend également du pouvoir important que détiennent les médias : ils peuvent éduquer la société, l'informer, renforcer la prise de conscience en vue de faire évoluer les attitudes sociales. Nous devons développer une collaboration plus étroite avec les organisations du secteur des médias et établir ensemble, un code de conduite sur la manière de présenter le handicap, que ce soit dans les programmes de fiction ou dans les nouvelles, les informations et les journaux. En nous fondant sur le travail important déjà fourni par les médias, nous pouvons développer une nouvelle approche qui placera à l'avenir le handicap au centre de toutes les initiatives politiques et sociales. La fin de l'Année européenne des personnes handicapées doit constituer le début d'une nouvelle ère pour les personnes handicapées, qui verra un changement d'attitude de la société, ainsi que des réformes législatives et institutionnelles afin d'arriver à éradiquer tous les vestiges de l'exclusion sociale.

Ce congrès est le dernier de toute une série d'événements rendus possibles grâce à l'initiative et l'implication très active de la Présidence grecque que je veux, en tant que président du FEPH, remercier chaleureusement pour l'intérêt qu'elle a montré et le travail de collaboration qu'elle a mené avec les personnes handicapées. Une attitude qui, nous l'espérons, sera poursuivie par les présidences à venir.

Ce congrès – Médias et handicap – peut réellement laisser son empreinte. Nous allons passer en revue les différentes opinions et approches des mass médias et tenter de tirer des conclusions. Celles-ci pourraient prendre la forme d'une déclaration. Terminer ce congrès en proclamant ensemble une déclaration sur la manière dont le handicap doit être présenté, constituerait pour nous un élément significatif. “ Ici à Athènes, berceau de la civilisation, nous pouvons être d'accord pour dire qu'une page se tourne. ... et sur cette base, avancer pour mettre en exergue les droits humains et consolider la place des personnes handicapées dans la société ”.

PLÉNIÈRE I :

LA REPRESENTATION DES PERSONNES HANDICAPÉES DANS LES MEDIAS

“L’histoire de l’image véhiculée des personnes handicapées, est une histoire de représentation oppressive et négative. En d’autres mots, les personnes handicapées ont été présentées comme des personnes ayant une capacité sociale imparfaite, et non pas comme des personnes handicapées avec leurs propres identités.” David Hevey, 25-3-1992

Points clés de discussion :

Quelle image les personnes handicapées souhaitent-elles avoir dans les médias? Existe-t-il un consensus à ce sujet? Quels messages faut-il faire passer?

Que faire pour que les médias ne contribuent pas à perpétuer les attitudes négatives et discriminatoires de la société à l’encontre des personnes handicapées et quel est le rôle des médias pour dépasser cette stigmatisation ?

Les médias peuvent jouer un rôle déterminant dans la délivrance d’un message positif sur le handicap. Quelles sont les difficultés pour délivrer ce message et comment le délivrer ?

Modérateur : Christophoros Vernadakis – “ Project Research Consulting ”

Richard Rieser – Directeur de l’ONG “ Equality in Education ”,

Royaume-Uni

M. Rieser, qui est également formateur de formateurs sur les questions liées au handicap, brosse un tableau des attitudes vis-à-vis des personnes handicapées à travers l’histoire. Il analyse comment cela a influencé négativement la présentation que font les médias britanniques du handicap. Son intervention est illustrée d’exemples visuels – bons et mauvais – d’une telle représentation.

M. Rieser commence par constater que l’idée de perfection est très actuelle de nos jours; pour preuve, les couvertures des innombrables magazines sur lesquels jamais on ne voit des personnes handicapées ou les Jeux olympiques qui ne sont pas les mêmes que l’on soit une personne handicapée ou non. Cette attitude négative vis-à-vis des personnes handicapées, encore présente aujourd’hui, remonte aux débuts de l’humanité.

Peter Radtke - Secrétaire général d'Eucrea International – ABM -

Allemagne

En tant que directeur général et éditeur en chef d'une société de production de télévision, traitant exclusivement des personnes handicapées, M. Radtke examine comment les médias, principaux véhicules de l'image des personnes handicapées, se concentrent bien trop souvent soit sur la soi-disant incapacité, soit – de manière tout à fait opposée à cette conception, sur la promotion de l'idée du "héros à la conquête de sa destinée". Aucune de ces deux approches monistes ne reflète la réalité de la vie des personnes handicapées en tant que partie intégrante de notre société.

Pour M. Radtke la représentation du handicap par les médias est complexe. S'il a souvent entendu les personnes handicapées se plaindre que l'image qu'on donnait d'elles était fautive, selon lui, cette image n'est pas vraiment fautive, mais plutôt biaisée – vue que d'un seul côté. Les deux points de vue sont à considérer, celui des médias et celui des personnes handicapées, avec pour chacun leurs exigences et leurs attentes.

Les médias sont des produits de la société dans la mesure où ils restent toujours très proches de leurs consommateurs. Avant de se demander d'où les médias tirent leurs idées, il faut commencer par dresser la liste des stéréotypes et préjugés qui existent dans la société sur les personnes handicapées. Puis, il faut voir quel effet a sur la société ce mélange d'éléments réels et d'éléments fictifs.

Pendant des siècles, les personnes handicapées ont été considérées comme des accidents de la nature. Nombre d'exemples en apportent la preuve. Et bien que les temps aient changé, les récentes discussions sur le diagnostic prénatal et l'avortement démontrent que même de nos jours, l'opinion générale n'a pas énormément évolué. C'est dans ce contexte que nous devons évaluer le rôle des médias et la mesure dans laquelle ils peuvent être tenus pour responsables.

Les médias jouent un rôle de toute importance dans la relation entre les personnes handicapées et non handicapées, car le contact direct entre ces deux groupes est très rare dans les faits. Dans des nombreux pays européens, malgré de gros efforts en faveur de l'intégration, des personnes handicapées continuent à vivre en marge de la société. Ce sont l'ignorance et la peur qui gouvernent encore le contact entre les deux groupes.

Les médias restent le seul moyen par lequel, les personnes non handicapées sont informées sur les personnes qui représentent dix pour cent de la population. L'image des personnes handicapées est celle véhiculée par les médias.

Autrefois, les médias donnaient une image très négative des personnes handicapées. Image tout aussi négative au théâtre où les personnes handicapées tenaient toujours des rôles de personnages ridicules et dont on se moquait ; et au cinéma où les assassins avaient bien souvent un handicap physique. Après la Seconde guerre mondiale, petit à petit, les médias ont forgé une image nouvelle des personnes handicapées. Selon leur nouvelle conception, elles pouvaient être représentées de deux manières : soit comme des personnes nécessitant une attention et des soins particulièrement importants, et là, les journalistes pouvaient compter sur la

pitié du public ; soit en insistant sur leurs qualités qui masquaient leur handicap, allant parfois jusqu'à les glorifier comme des 'super-handicapés'. Il s'agissait là d'une approche fondée sur le sensationnel qui attirait l'attention.

De telles représentations n'ont jamais été dans l'intérêt des personnes handicapées ; malheureusement la règle d'or pour les médias est le taux d'audience et ce n'est que lorsqu'ils sont certains de l'aval de leur public que les médias se permettent un reportage plus objectif.

C'est ainsi qu'au cours des dernières décennies, la présentation des personnes handicapées par les médias oscillait entre l'image d'un mendiant ou celle de Batman.

Mendiant dans le sens d'une personne qui ne peut rien faire sans l'aide des autres. Batman, dans le sens du héros handicapé qui accomplit des exploits extraordinaires.

Sans être fausse, cette représentation donne une image déformée des personnes handicapées, car elle ne reflète qu'un seul des nombreux aspects de la vie de la personne. Elle est dangereuse car elle donne une image moniste, beaucoup trop réductrice pour comprendre ce qu'est le handicap. Néanmoins, il est difficile de corriger cette image erronée, diffusée auprès d'un public mal informé. En effet, une personne handicapée est rarement considérée comme une personne individuelle par le public, pour qui, il ou elle, représente l'ensemble de la communauté des personnes handicapées.

La solution serait-elle de donner une image positive des personnes handicapées ? M. Radtke n'est pas de cet avis. " le handicap n'est pas un produit facile à vendre ; si nous le vendons sous une étiquette trop dorée, nous perdrons notre crédibilité ". Ce qu'il faut, c'est une description objective, impartiale qui reflète la vie avec ses bons et ses mauvais côtés. Sinon, le risque de répéter les erreurs passées est grand.

Depuis quelques années la représentation des personnes handicapées a fait des progrès à plus d'un titre. Notamment au cinéma. Plusieurs films, présentant des personnes handicapées reflètent le changement d'attitude sociale vis à vis de ce collectif. Et de plus en plus souvent, les rôles sont tenus par des personnes handicapées elles-mêmes.

C'est une manière également pour le public d'être informé sans qu'il ait l'impression de l'être, en se distrayant. En revanche, ce qui manque toujours aujourd'hui, sont les films de la vie quotidienne des personnes handicapées. Si certains estiment que cela est sans intérêt, pour M. Radtke, " la vie de tous les jours des personnes handicapées est quelque chose de nouveau et de sensationnel pour la majorité des gens ".

Carlo Romeo – Secrétariat social de la RAI - Italie

M. Romeo présente les vues de la télévision publique italienne vis-à-vis des personnes handicapées, en mettant l'accent sur les mesures concrètes développées pour accroître la visibilité des personnes handicapées dans les médias et pour améliorer l'image donnée du handicap.

Il commence par expliquer ce qu'est le Département d'action sociale de la RAI : un service

qui gère les relations avec les organisations du secteur bénévole qui défendent des intérêts sociaux spécifiques, notamment des groupes les plus vulnérables. Il supervise en particulier, les descriptions et les sous-titres audio.

Le mandat de la RAI envisage également la réalisation d'activités et d'initiatives destinées à sensibiliser le public à différents problèmes sociaux. Il s'assure du respect du contrat de service établi entre la RAI et le Ministère des télécommunications.

Depuis quelques années, la RAI suit les problèmes de communication des questions liées au handicap de très près. Des efforts ont été faits pour mettre le concept de l'intégration au centre de la communication. Les premiers résultats commencent à être visibles. La première difficulté est de développer une culture homogène et correcte pour les communicateurs.

La recherche d'un 'langage communicant' est déterminante; une série de programmes préparée avec la RAI se penche plus profondément sur cette question, comme par exemple une journée entièrement dédiée à la vie de Michel Petrucciani. Une attention particulière et des ressources importantes ont été consacrées à fournir aux personnes sourdes et aveugles un accès à des émissions télévisées populaires au moyen d'audio descriptions. Ces adaptations profitent aussi aux personnes non handicapées.

Le contrat de service oblige le gouvernement à verser une subvention à hauteur de quelques millions d'euros.

Aujourd'hui, la communication connaît une nouvelle révolution grâce aux nouvelles technologies : la culture globale. Comme le pense Neil Postman, l'Europe a réussi à garantir une transformation constante dans les médias, et ce, mieux que les Etats-Unis. Les acteurs de cette révolution doivent toujours garder à l'esprit que dans le monde des médias, on n'ajoute pas, on transforme.

La communication sur les thèmes sociaux est soumise à de nombreux aléas tels que des budgets de plus en plus serrés, des attitudes qui sont parfois superficielles ou des taux d'audience qui ne dépendent pas toujours du thème mais de la manière dont celui-ci est traité. Il faut rendre ces émissions intéressantes de la même manière que l'ont fait des films tels que Rain Man ou Blade Runner.

Il faut un 'langage communicant' pour les opérateurs et un public averti, qui soit soutenu par des thèmes particuliers tel le handicap. A titre d'exemple, un atelier a été organisé avec succès, avec les meilleurs modèles de TV européenne sur le handicap. L'échange d'expériences est crucial et très fructueux.

Il faut s'assurer que le fait qu'une personne soit handicapée ne soit plus un élément déterminant concernant son emploi ou non-emploi, notamment dans les médias ; en d'autres mots, une personne handicapée ne doit pas exclusivement traiter de thèmes liés au handicap mais au contraire, il faut qu'elle traite de tout les thèmes généraux. Et il faut plus de professionnels handicapés dans tous les secteurs des médias. Pour parvenir à une réelle intégration, nous devons nous libérer de nos idées préconçues et créer des passerelles qui permettront un échange continu de valeurs et de langages.

M. Roméo conclut par une citation tirée de l'annonce publicitaire de la RAI pour l'Année européenne des personnes handicapées; elle illustre un nouveau langage pour parler des personnes handicapées; un message universel : “ *Notre plus grave erreur est de tenter d'éveiller en un individu des qualités qu'il ne possède pas, plutôt que de cultiver celles qu'il possède* ”.

PLÉNIÈRE II :

LA REPRÉSENTATION DES PERSONNES HANDICAPÉES DANS LES INFORMATIONS/NOUVELLES

“Une nouvelle approche du handicap est nécessaire afin que les journalistes ne dramatisent pas ce sujet et aient une bonne connaissance et compréhension de la question pour la traiter. Il y a des journalistes handicapés qui savent comment traiter ce sujet et qui peuvent ouvrir des portes en exposant le type de situations auxquelles ce groupe de personnes est confronté”. Anna Diamantopoulou, Commissaire européen chargée de l’Emploi et des affaires sociales

Points clé de discussion :

Comment le handicap doit-il être traité dans les nouvelles/informations ? Comment se débarrasser de l’approche fondée sur la charité et sur l’aspect médical ?

Bien que le handicap concerne plus de 10 % de la population, la présence de thèmes liés au handicap dans les informations/nouvelles est très faible. Pourquoi ?

Actuellement, les personnes handicapées ne sont pas ciblées en tant que public potentiel. Pourquoi ? Comment changer cet état de fait ?

De bonnes expériences de collaboration entre médias et personnes handicapées ont été développées dans certains pays. Quels en ont été les résultats ? De quelle manière avancer dans cette voie ?

Comment développer un réseau de collaboration permanent entre les médias et les organisations de personnes handicapées – ce qui garantirait une couverture des questions du handicap, pertinente et exacte ?

Modérateur : Periklis Smerlas – Analyste politique – Consultant auprès du Ministère grec de la presse et des médias

Mme Elspeth Morrison - formatrice aux questions du handicap à la BBC – Royaume-Uni

Mme Morrison forme le personnel de la radio et la télévision en vue d’améliorer la représentation qu’ils font des personnes handicapées. Elle fait un exposé de l’utilisation du ‘drame’ dans la présentation des questions liées au handicap en illustrant son propos d’exemples d’émissions télévisées de la BBC.

Formatrice indépendante, sa mission est de convaincre de l'importance de traiter plus souvent du handicap, tant à la radio qu'à la télévision. Mission dont elle a été chargée après qu'une enquête ait révélée que les personnes handicapées n'étaient présentes que dans moins d'un pour cent des programmes d'information. L'une des principales plaintes des personnes handicapées est qu'elles ne sont ni vues ni entendues à l'écran, ni sur les ondes ou dans les journaux – ou bien elles sont sollicitées, mais pour les mauvaises raisons.

Traiter du handicap ne vient tout simplement pas à l'esprit des journalistes. De manière un peu stéréotypée la représentation du handicap dans les médias se résume aux catégories suivantes : le sujet "à sensation" où une personne –pourtant handicapée – accomplit un exploit sportif ou autre. Puis viennent les sujets qui cherchent à jouer sur notre corde sensible et où on nous apitoie sur la situation d'une personne arrimée à son fauteuil. Ensuite viennent les émissions charitables où l'on cherche à récolter des fonds pour améliorer la situation des personnes handicapées. Enfin la dernière est nettement plus porteuse d'espoir et de plus en plus fréquente. Il s'agit de reportages sur des personnes handicapées faisant campagne pour leurs droits, pour l'accessibilité ; des reportages où les personnes handicapées parlent elles-mêmes de ce qui les intéresse, bien souvent d'autre chose que du handicap.

Suivent deux clips vidéo à travers lesquels Mme Morrison montre que la manière dont sont perçus les reportages sur les personnes handicapées varient en fonction de notre expérience et du ton utilisé par le narrateur.

Actuellement les médias ont encore vraiment besoin d'une formation en matière de handicap, qui soit dispensée par des personnes handicapées elles-mêmes et qui ait reçu l'aval de la direction. Mais il est à espérer que bientôt la participation de personnes handicapées aux différentes émissions sera tellement "normale" et banalisée que les journalistes n'auront plus besoin de formation.

Peter White – Correspondant sur les questions du handicap à la BBC – Royaume-Uni

Travaillant à la BBC depuis 1974, M. White a une longue expérience des questions liées au handicap tant à la télévision qu'à la radio. Etant la première personne aveugle à avoir réalisé des reportages pour les journaux télévisés, M. White fait part de son expérience en tant que journaliste handicapé et analyse comment cette expérience a généré un changement radical au sein de la BBC.

Revenant rapidement sur les vidéo-clips précédents, M. White estime que le problème vient du fait que le fossé de connaissance et de compréhension sur ce qu'est le handicap est extrêmement important. Pour lui, il ne faut pas que tout reportage sur le handicap soit fait par une personne handicapée (sinon cela devrait être le cas des reportages dans tous les domaines). Mais il est certain qu'il faudrait plus de personnes handicapées travaillant dans le secteur des médias, tant devant que derrière les caméras. Tant que ce ne sera pas le cas, ce genre de reportages négatifs, décrits par Mme Morrison, continueront.

Très tôt, M. White a voulu devenir reporter radio. Médium avec lequel il a grandi et qui a été pour lui source de connaissances, de distractions et salle de concerts depuis son enfance. Fortement dissuadé de le faire, il a dû se battre pour contrecarrer toutes les raisons qui lui étaient opposées. Au début de sa carrière il ne voulait pas faire de sujets sur le handicap car il n'entrevoit pas la manière de ne pas tomber dans les stéréotypes misérabilistes et offensants. Il ne voulait pas non plus faire d'émission sur les personnes handicapées qui soient réalisées uniquement par des non handicapés.

Mais sa position a changé, convaincu qu'il lui revenait à lui, personne handicapée travaillant dans le secteur des médias, de réaliser les émissions sur le handicap. Les émissions sur le handicap faites par des personnes handicapées sont d'ailleurs aujourd'hui de plus en plus nombreuses.

Son passage de la radio à la télévision est à l'initiative courageuse de la BBC. Son premier reportage a eu lieu le jour de l'adoption du Disability Discrimination Act, ce qui lui a permis de traiter le sujet en toute impartialité car parlant en connaissance de cause. Le seul personne non handicapée présentée fut le Ministre, les autres personnes présentes sur le plateau étant des personnes handicapées, parlant pour elles-mêmes. Depuis, c'est ce modèle qu'il a adopté : " ce qui importe c'est de ne pas transformer et présenter le handicap comme une sorte de cirque mais de le décrire comme un élément ordinaire de la vie ". L'important étant aussi de ne jamais se départir de son objectivité. Une autre catégorie d'émissions sur le handicap devrait montrer que les personnes handicapées constituent un groupe de personnes extrêmement varié, qui ne sont pas d'accord sur tout entre elles : éducation, avantages sociaux, écoles etc. Montrer leurs désaccords les ferait apparaître comme n'importe quelles autres personnes.

A l'heure actuelle d'autres personnes handicapées ont suivi sa voie. Mais il persiste à dire qu'elles ne reçoivent pas suffisamment de soutien à leurs débuts et que les politiques de recrutement ne sont pas assez ambitieuses. Malgré les avancées notables à saluer, à la BBC plus de personnes handicapées devraient être recrutées que ce soit en tant que réalisateurs, reporters, administratifs ou dans des postes de direction. Ce n'est qu'à cette condition que la couverture des sujets pourra vraiment refléter la réalité.

Fernando Mendia – Directeur de la communication de l'Organisation espagnole des aveugles (ONCE) - Espagne

M. Mendia explique dans quelle mesure le handicap dans les nouvelles/informations peut être bénéfique pour les médias et comment l'approche des questions liées au handicap peut être améliorée grâce à une étroite collaboration avec les organisations de personnes handicapées.

Jusqu'à l'instauration par ONCE il y a une quinzaine d'années, d'une agence de presse, les personnes handicapées en Espagne, n'avaient aucune visibilité que ce soit dans l'opinion publique ou dans les sphères sociales et politiques. Depuis, l'agence Servimedia est devenue le principal spécialiste en matière d'informations sociales et politiques, et elle dissémine une infor-

mation complète sur le handicap : les besoins, problèmes, revendications des personnes handicapées et de leurs organisations. Elle distribue quelques 150 dépêches par jour dont 30 concernent le mouvement du handicap.

L'agence est un exemple d'intégration sociale des personnes handicapées et de leurs capacités professionnelles, puisque 40% de ses employés sont des personnes handicapées, ayant souvent des postes clés tels qu'au sénat et au parlement. Servimedia a signé des accords avec des universités pour dispenser une formation et des possibilités d'emploi. Elle a étendu son activité à un service de publications pour disséminer les bulletins d'informations des organisations de personnes handicapées qui rencontraient des difficultés pour relayer leurs messages et campagnes auprès des décideurs politiques et de l'opinion publique. Elle est l'éditeur de quelques 30 magazines publiés par ces organisations, notamment du mensuel du Conseil national espagnol des personnes handicapées (CERMI), seul journal spécialisé sur la question du handicap, tiré à 50000 numéros.

Mais ces activités n'atteignant pas suffisamment le grand public, Servimédia a créé un service de communication dont l'objet est d'aider les organisations à relayer leurs messages au travers d'autres médiums. Ce service a permis d'assurer la couverture du premier Congrès européen sur le handicap qui s'est tenu à Madrid en février 2003, et qui a ainsi fait l'objet de très nombreuses références à la radio, télévision et dans les journaux. Pour un coût extrêmement raisonnable, l'impact a été important et surtout beaucoup plus crédible puisque l'information était relayée par des professionnels objectifs des médias généraux. Le service de communication apporte aussi son soutien aux organisations dans leurs relations avec des interlocuteurs clés des secteurs politiques, économiques et sociaux.

Les nouvelles TIC, ont révolutionné la communication des organisations de personnes handicapées. Servimedia leur apporte son soutien pour qu'elles profitent au maximum de ces opportunités, les aidant à mettre à jour leurs sites Internet comme outil de communication interne. Avec le soutien du Fonds social européen, Servimedia publie également un journal électronique quotidien, 'Solidaridadigital.com', avec toutes les sections d'un quotidien normal et une gamme importante de nouvelles sur le mouvement du handicap. Son succès est énorme et le nombre de visiteurs ne cesse d'augmenter.

Point important : d'autres médias, suivant l'exemple de Servimedia, ont commencé à inclure de plus en plus souvent des sujets sur le handicap, et ouvrent leurs émissions aux organisations de personnes handicapées : 3 radios privées leur consacrent des émissions, la radio nationale a chaque semaine une émission de 5 minutes sur le CERMI et le principal journal électronique accorde une attention très particulière à l'Année européenne. Enfin des chaînes de télévision, privées et publiques font régulièrement des sujets sur les personnes handicapées.

Quel est le résultat de ces efforts ? Il n'y a pas de réponse quantitative, mais il est certain que l'image des personnes handicapées s'est fortement améliorée : il faut compter désormais, socialement et politiquement avec le mouvement de personnes handicapées en Espagne. Certains indicateurs significatifs le prouvent: l'enquête d'Eurobaromètre de mai 2001 qui montre que l'Espagne est un des pays où le grand public n'a ni des attitudes, ni des sentiments négatifs à l'égard des personnes handicapées; donnée qui a été confirmée par une étude menée par le Centre espagnol de recherche sociologique. Autre signe de l'impact d'une bonne com-

munication : la volonté des employeurs à employer des personnes handicapées. La collaboration de ONCE avec les entreprises a permis que soient créés 2000 emplois au cours des 4 dernières années.

M. Mendia a conclu en insistant sur le fait que beaucoup restait à faire, bien que l'Espagne ait déjà bien progressé dans la voie de l'intégration des personnes handicapées : "Nous savons bien que si la communication a été l'instrument de cette première partie du voyage, elle est indispensable pour que nous atteignons notre destination, parce qu'il nous faut vraiment atteindre l'opinion publique".

PLÉNIÈRE III :

LA REPRÉSENTATION DES PERSONNES HANDICAPÉES DANS LA PUBLICITÉ ET LES FICTIONS

“En incluant le handicap dans ses productions et ses réalisations créatives, la publicité aidera petit à petit la société à reconnaître que le handicap n’est pas une question qui ne touche que quelques personnes d’une minorité non substantielle mais qu’il est l’un des éléments normal et substantiel de la société dans laquelle nous vivons. ” Images du Handicap - Ministère du RU pour les personnes handicapées et les communications

Points clé de discussion :

Qu’est-ce qui fait qu’une représentation du handicap est “bonne” ou “mauvaise” ?

Dans quelle mesure la présence de personnes handicapées dans les publicités et les œuvres de fiction peut-elle contribuer à appréhender le handicap comme l’un des éléments de la diversité humaine ?

Le handicap peut-il être un élément stimulant et porteur d’une potentialité créative dans la publicité et les œuvres de fiction ?

Pourquoi les rôles de personnages handicapés sont-ils la plupart du temps tenus par des acteurs non handicapés ?

La publicité et les œuvres de fiction risquent-elles d’avoir moins de succès si on y intègre des personnes handicapées ?

Modérateur : Enrique Tufet-Opi – Directeur de la communication-Europe – Weber Shandwick

Dominic Lyle – Directeur de l’Association européenne des agences de communication

Fort de son expérience en la matière, M. Lyle présente l’image des personnes handicapées dans la publicité. Il compare notamment les publicités à vocation “charitable” et les autres.

M. Lyle s’étonne qu’au XXI ème siècle, les médias n’accordent encore que si peu d’attention aux personnes handicapées et que dans les pays où les droits des personnes handicapées sont protégés par des actes législatifs, ces lois ne protègent pas l’image des personnes handicapées dans les médias – alors qu’il est bien connu que la manière dont les médias présentent les personnes handicapées a un impact important sur la perception qu’ont d’elles, dans la vie réelle, les personnes non handicapées.

C'est un fait que la publicité qui prône la perfection des corps a mené à exclure les personnes handicapées des images publicitaires. La crainte de gêner le public fait hésiter à prendre des personnes handicapées comme modèles. Les rares images du handicap concernent surtout les personnes en fauteuil roulant : la publicité est un médium visuel qui a besoin de clé de compréhension tels que les fauteuils pour caractériser le handicap comme une partie de la diversité.

M. Lyle pense que l'industrie publicitaire contribue à la discrimination d'au moins deux manières : au-delà de cacher le handicap au grand public, on note parfois son refus délibéré de prendre en compte le rôle de consommateurs des personnes handicapées. Deuxièmement, certaines publicités, notamment pour des œuvres caritatives, donnent une image très erronée des personnes handicapées en vue d'obtenir des fonds financiers. La représentation du handicap dans les publicités caritatives peut constituer un problème important. Il note que malgré les protestations des organisations, des images pathétiques, se focalisant sur les "super handicapés", continuent à être exploitées. Cette approche ne fait qu'accentuer " l'incapacité " des autres personnes handicapées.

Depuis quelque temps, la publicité caritative tend à insister sur les "capacités" plutôt que les "incapacités" de la personne handicapée. Un pas dans la bonne direction, mais qui porte le risque de masquer la nécessité d'un changement et de perpétuer l'idée que ces personnes ont besoin du soutien d'œuvres caritatives. " L'accent est clairement mis sur les personnes handicapées et non pas sur la société handicapante dans laquelle nous vivons : exactement le contraire de ce qu'il faudrait faire ". C'est un mauvais marketing des œuvres caritatives, qui participent ainsi elles-mêmes à ce que M. Lyle appelle " le processus handicapant ".

Le problème de ces images "handicapantes" est qu'elles ont été conçues par des personnes non handicapées. Jusqu'il y a très peu de temps, les personnes handicapées n'avaient que peu à dire sur la manière dont elles étaient présentées dans les médias et la publicité. A la décharge des publicistes, M. Lyle reconnaît que ceux-ci ne savent pas ce que les personnes handicapées attendent d'eux. Certaines critiques adressées par les consommateurs handicapés sur leur représentation par les médias pourraient être prises en compte par les diffuseurs.

Ce que veulent les personnes handicapées, c'est que les médias tiennent compte de la notion de " respect " : respecter la diversité du handicap, respecter leurs points de vue et surtout les consulter, respecter leurs capacités et surtout impliquer des professionnels handicapés du secteur des médias. Les publicitaires doivent donc inclure plus souvent des personnes handicapées dans leurs productions car cela aidera la société à reconnaître que le handicap est un aspect normal et substantiel de notre société. Mais hormis quelques très bons exemples, très forts, la majorité des publicitaires ne le font pas. Pourquoi ? De peur que l'efficacité de leur publicité en soit amoindrie, que la marque qu'ils promeuvent soit systématiquement associée au handicap mais surtout parce qu'ils ne se sentent pas concernés par la place des personnes handicapées dans la société : ce qui les intéresse, c'est de faire les meilleurs films possibles.

Une bonne publicité a pour but de fidéliser les consommateurs. Or certaines entreprises commencent à comprendre le potentiel que représentent des images publicitaires exactes qui ne stigmatisent pas les choses – la recherche a montré que les consommateurs handicapés sont généralement plus fidèles à une marque que les autres consommateurs. Les publicitaires com-

mentent à réaliser que les personnes handicapées sont des consommateurs au même titre que n'importe qui.

Autres critiques, celles de personnes conservatrices qui estiment que toute publicité montrant une personne handicapée – si elle n'a pas pour objectif de récolter des fonds financiers – constitue une exploitation de l'image de la personne handicapée ; critiques aussi des personnes qui estiment que l'on tente d'utiliser leur pitié afin de les forcer à acheter ou préférer tel produit. Les personnes handicapées, répondent qu'il ne s'agit pas d'exploitation si elles ont donné leur autorisation à la publicité et ont été correctement payées.

En ce qui concerne la généralisation du handicap, inclure plus systématiquement des personnes handicapées dans la publicité est-il utile ? Oui, si les publicités se focalisent sur les capacités et les talents des personnes. Elles peuvent dès lors accroître la visibilité des personnes handicapées et familiariser le grand public avec les différentes catégories de handicap ; elles peuvent aider les personnes handicapées à surmonter leur sentiment d'isolement en montrant les interactions possibles entre personnes handicapées et non handicapées ; elles peuvent montrer au grand public des personnes handicapées occupant des postes de haut niveau.

Pour se faire, agences et clients doivent rechercher des nouvelles voies ensemble : chercher l'originalité, ne pas présenter une personne handicapées dans une publicité si cela risque de créer un paradoxe avec le message à faire passer.

En conclusion, M. Lyle réaffirme que le secteur des médias doit être mieux informé sur le handicap et estime que si ce secteur se rendait compte du potentiel que représente ce marché, il y aurait beaucoup plus de personnes handicapées – consommatrices - dans les publicités. Et cela profiterait à tous: publicistes, organisations charitables, agences et surtout personnes handicapées.

Carlos Biern - Directeur des coproductions à BRB Internacional – Espagne

M. Biern présente un dessin animé espagnol très populaire, dans lequel le rôle principal est tenu par un jeune garçon aveugle. C'est un bon exemple d'une représentation positive qui constitue en même temps, une affaire de toute évidence rentable.

M. Biern est un professionnel de la production commerciale de dessins animés : il réalise des films et court-métrages, distribués au niveau international. "Nicolas", coproduit avec la BRB, a été réalisé il y a deux ans et a connu un grand succès. 26 épisodes d'une demi-heure ont été diffusés pour un groupe cible d'enfants de 6 à 10 ans.

C'est l'histoire d'un jeune garçon aveugle de naissance qui arrive dans un nouveau quartier et est confronté à certains défis : nouveaux amis, nouvelle école, nouveau chien guide. C'est la première série au monde dont le héros est un jeune garçon aveugle, et qui ne soit pas présentée comme un super héros. L'idée de cette série est venue d'une association de personnes aveugles (ONCE) et de la télévision nationale espagnole qui voulaient corriger la première impression qu'ont les enfants du handicap : étrangeté, peur parfois, ne sachant pas comment se comporter.

C'est donc la vie de tous les jours de Nicolas -10 ans – un garçon astucieux, drôle et toujours de bonne humeur, qui est présentée. On le voit surfant sur Internet, faisant la cuisine, participant à la vie du groupe, à son rythme avec ses difficultés et ses réussites : être aveugle est un problème mais n'est pas une incapacité pour vivre comme une personne normale. Les connaissances, impressions et habitudes sociétales s'acquièrent pendant l'enfance. Chacun connaît par ailleurs l'impact de la télévision sur les jeunes. Il est donc primordial que ce médium présente la vie telle qu'elle est en réalité et qu'elle remplisse son rôle éducatif et pédagogique. C'est un excellent outil pour apprendre et abattre les stéréotypes au moyen de séries positives. Lorsqu'il s'agit d'atteindre un public d'enfants, l'aspect éducatif doit être impérativement assorti d'un aspect distrayant si l'on veut qu'il soit efficace. Et bien que le script et le montage ait requis un travail considérable (principalement durant la phase de recherche, grandement facilité par la collaboration avec ONCE), afin de rester au plus près de la vie réelle d'une personne aveugle, l'objectif recherché par la série a été atteint. En effet, " Nicolas " traduit, tout en distrayant, les valeurs de la normalité pour l'intégration d'une personne handicapée dans la vie quotidienne. Les jeunes téléspectateurs ont découvert qu'une personne aveugle pouvait mener une vie semblable à la leur et même pratiquer les mêmes sports. Ils ont découvert ce qu'était le Braille, l'utilité des chiens guide et ont compris les besoins spécifiques de ces personnes.

Cette série a connu un succès immense, a été rediffusé deux fois, et son taux d'audience a été très important. Elle a fait l'objet d'une couverture importante dans les autres médias qui ont salué son caractère à la fois éducatif et distrayant. Elle a été diffusée dans près de quarante pays étrangers, mais dans seulement deux pays en Europe. Et là réside le problème : il semble que la plupart des chaînes de télévision nationales préfèrent acheter des émissions américaines et japonaises sans beaucoup de contenu, sinon la violence.

M. Biern indique enfin que cette série est disponible sous forme de vidéo cassettes, adaptées pour des enfants handicapés : sous-titrage et doublage et description audio.

Alison Wilde – Université de Leeds

Auteur d'un projet de recherche empirique sur la représentation du handicap dans les médias, Mme Wilde axe principalement son intervention sur la représentation du handicap dans les œuvres de fiction. Elle donne des exemples de bonne et de mauvaise représentation du handicap dans les fictions britanniques et américaines, permettant d'analyser leur impact sur les audiences des médias.

Mme Wilde s'interroge également sur l'utilisation des théories du modèle social du handicap, qui pose le handicap comme étant un problème social, par les auteurs américains et britanniques. Elle pense que cette application facilite la représentation du handicap dans les fictions. Pour parler du handicap, Mme Wilde préfère utiliser le mot " incapacités ".

PLÉNIÈRE IV :

L'EMPLOI ET LE RECRUTEMENT DES PERSONNES HANDICAPÉES DANS LES MÉDIAS

Pour parvenir à une meilleure image des personnes handicapées il est nécessaire que ces dernières aient un meilleur accès aux médias et plus d'opportunités d'emplois au sein de ce secteur. Les médias devraient chercher à augmenter le nombre de professionnels handicapés parmi leur force de travail et être plus disposées à offrir des possibilités d'expérience de travail aux jeunes professionnels handicapés. Souvent cela exigera de le part des médias qu'elles éliminent des barrières physiques et aient la volonté d'entreprendre un aménagement des lieux de travail.

Points clé de discussion :

Les médias et les organisations de personnes handicapées devraient-ils organiser conjointement, une formation en matière de sensibilisation aux questions du handicap, afin d'éviter les stéréotypes et la stigmatisation ?

Faut-il inclure dans les études de journalisme et autres professions des médias, des modules en sensibilisation aux questions du handicap

Comment les médias peuvent-ils augmenter le nombre d'opportunités d'emplois pour les employés handicapés ? Quelles mesures faut-il développer pour apporter soutien aux membres handicapés du personnel ?

Modérateur : Patrick Worms - vice-président de Ogilvy Public Relations Worldwide - Belgique

Wendy Harpe - Senior Diversity Manager à la BBC – Unité “Diversity”

Mme Harpe dispose d'une grande expérience sur la question de la “diversité” et occupe un poste de responsabilité stratégique au sein de la BBC dans le domaine du handicap. Elle présentera la politique et les initiatives concrètes menées en faveur de l'emploi des personnes handicapées par la BBC, l'un des médias les plus proactifs dans le domaine.

Mme Harpe commence par dresser un tableau de la situation au Royaume-Uni : 11,7 millions de personnes handicapées ; une législation depuis 1995 qui couvre l'emploi, l'accès aux bâtiments, aux biens et services et bientôt aux transports ; un mouvement de personnes handicapées très actif ; enfin un soutien financier du gouvernement. Elle estime qu'employer des personnes handicapées ne représente donc pas forcément une charge financière supplémentaire pour les employeurs. La législation qui n'est pas parfaite car elle ne se fonde pas sur les

droits humains, est néanmoins puissante puisqu'elle garantit l'égalité des droits en matière d'emploi et impose toute une série d'obligations aux employeurs tels que des ajustements physiques, réallocation des tâches, ajustement des heures de travail, etc.

Sur les 5,5 millions de personnes handicapées en âge de travailler, 2,3 millions ont un emploi. 18 % des personnes au travail sont handicapées, dont 0,8 % sont employés dans le secteur de la diffusion. Elle expose ensuite les raisons qui ont poussé la BBC à opérer un changement : observer les obligations législatives, être à la hauteur de sa réputation de "bon employeur", enfin assurer la cohérence de sa politique d'emploi avec ce que la BBC présente à son public et dans ses programmes.

Avant de s'engager dans un changement, il faut définir une stratégie et identifier les objectifs, qui pour la BBC étaient d'augmenter le nombre d'employés handicapés, de réaliser les "meilleures pratiques" et de répondre aux obligations légales. Puis vint l'élaboration de la politique : la BBC a rédigé des lignes directrices sur l'emploi des personnes handicapées. Cela a requis un long et intense travail de recherche et de consultation avec le personnel de la BBC, l'équipe dirigeante et des personnes handicapées. Obtenir l'aval de la direction était aussi fondamental. Les lignes directrices couvrent tous les domaines : celui du recrutement, de la formation, de la promotion de la redondance des emplois et de la conservation de son emploi.

Une fois la politique définie, les trois outils nécessaires à sa mise en œuvre ont été mis en place : formation, agence de placement et suivi. La formation est spécifique à chaque emploi et répond aux besoins réels. "Extend" est un programme de placement destiné aux personnes handicapées et qui vise à leur trouver un emploi à long terme. Dirigé par le "Diversity Center", il a contribué au changement au sein de la BBC en faisant rentrer un grand nombre de personnes handicapées d'un seul coup; son utilité a été prouvée. Pour le suivi, la BBC a mené un audit qui a mis en lumière les besoins, notamment d'accessibilité, qui ont pu ainsi être satisfaits. Le suivi s'est aussi intéressé au recrutement. Enfin, a été mis en place le très utile Système central de soutien.

La BBC réserve des fonds financiers pour le soutien en accessibilité afin de compléter les fonds gouvernementaux insuffisants. Ainsi, aucun service de la BBC ne peut arguer du fait que les soutiens aux employés handicapés sont trop onéreux. Ce système central coordonne les technologies d'aide et comprend une unité en ergonomie et un conseiller en handicap. Maintenant que les infrastructures sont en place, la BBC se tourne vers l'avenir : être attentif et respecter les différentes communautés de personnes handicapées et leurs expériences; tenter grâce à l'importance de son marché, de convaincre les fabricants de rendre les technologies de communication accessibles ; garantir que la voix des personnes handicapées est entendue grâce à nos émissions.

Juan M^a Casado Salinas – Chef des relations institutionnelles – Radio télévision andalouse (RTVA) – Espagne

La radio et télévision d'Andalousie est fortement engagée dans le combat contre la stigmatisation et la discrimination à l'encontre des personnes handicapées. M. Casado explique comment, grâce à un dialogue permanent avec les organisations de personnes handicapées et par

l'emploi de personnes handicapées, la RTVA a amélioré l'image du handicap auprès de son public.

La RTVA est un important service public de communication qui, dans son combat en faveur de l'intégration des personnes handicapées tient compte de l'opinion des organisations de personnes handicapées, des obligations légales, et naturellement de ses limitations économiques. Son objectif est double : faciliter l'accès des personnes ayant un handicap sensoriel au monde de l'image et du son et améliorer, de manière engagée, l'image des personnes handicapées. Pour ce faire, la RTVA a jugé nécessaire de rendre visibles les personnes handicapées, tant de manière active dans ses programmes qu'en tant que public.

M. Casado a mené pendant 13 ans une étude qui a démontré l'évolution significative de l'image des personnes trisomiques. Pour preuve, l'exemple d'une personne trisomique, dont les premiers reportages présentaient les progrès initiaux. Par la suite, cette personne participait à des débats télévisés. Enfin, licence universitaire en poche, elle a intégré le marché du travail de l'audiovisuel et d'ici quelques mois, elle participera régulièrement à un programme populaire de radio où elle exprimera ses points de vue au même titre que d'autres invités. Cette expérience est pour M. Casado, une reconnaissance publique des progrès réalisés par les personnes handicapées.

La RTVA émet par ailleurs, chaque semaine depuis une dizaine d'années, un programme d'information destiné spécialement aux personnes mal entendant grâce à la combinaison de l'image et de la voix avec des sous-titres et l'interprétation en langue des signes. L'originalité de ce programme réside dans le fait qu'il est produit en collaboration avec la Fédération andalouse des sourds, qui a créé une société de production et forme des personnes sourdes aux différentes spécialités de l'audiovisuel. Les personnes sourdes souhaitent que la langue des signes soit plus systématiquement présente. M. Casado pense que le sous-titrage est plus approprié car la présence trop fréquente d'un interprète risque de susciter un rejet social généralisé des personnes mal entendant. Il s'élève contre le prix du sous-titrage, trop élevé pour nombre de TV régionales. Il en appelle à une initiative pour que le sous-titrage soit subventionné et les différentes chaînes de télévision coopèrent dans ce domaine. Il espère également que le développement de la télévision numérique facilitera l'utilisation de la description audio.

En 2001, la RTVA a également signé un accord de collaboration avec la Confédération des personnes ayant un handicap physique en vue de normaliser leur présence dans les programmes et de contribuer à l'élimination de barrières architectoniques. Mais les difficultés d'accès à l'éducation rencontrées par ces personnes, fait qu'elles ne comptent encore que peu d'experts dans les domaines traités par les émissions. De nombreuses mesures légales d'incitations favorisent l'emploi de personnes handicapées mais l'efficacité de ce système n'est possible dans les grandes entreprises ou celles du secteur public. La RTVA réserve 3% de ses offres d'emploi aux personnes handicapées. Mais le manque d'accès à l'éducation et à une formation appropriée freinent considérablement leur emploi dans l'audiovisuel qui requiert une haute qualification.

Pour la RTVA, rendre plus visibles les journalistes handicapés est essentiel pour accélérer leur intégration aux médias. C'est dans cette optique qu'une journaliste aveugle a été recrutée pour présenter le journal télévisé. Avant de lui passer la parole, M. Casado conclut en saluant le pro-

fessionnalisme des techniciens et journalistes handicapés et en encourageant les entreprises à embaucher d'avantage de personnes handicapées, leur visibilité étant essentielle à une complète normalisation de tous les aspects de la vie de ces personnes.

Nuria del Saiz Gaitan fait part de son expérience en tant que journaliste aveugle à la RTVA où elle présente le journal télévisé – émission phare de cette chaîne. Elle explique comment avec l'aide de technologies d'assistance, et grâce à la collaboration et la collaboration de l'ensemble de l'équipe de production, elle présente depuis 5 ans, tous les jours, pendant 15 minutes le journal avec succès.

Hiltrud Fischer-Taubert – rédacteur à la Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF)

- Allemagne

Mme Fischer-Taubert présente le point de vue de ce diffuseur public allemand et décrit l'influence du gouvernement allemand dans la politique de recrutement actuellement en vigueur à la ZDF.

Pour comprendre la situation des personnes handicapées au sein de la ZDF, il faut connaître quelques données sur les conditions générales d'emploi en Allemagne. Selon la législation sociale allemande, au moins 5% de la force de travail d'une entreprise doit être composée par des personnes handicapées. Si ce taux d'emploi tombe en dessous des 5% , l'employeur est tenu de verser une taxe compensatoire dont la somme est réinvestie dans des mesures d'intégration en faveur des personnes handicapées.

Actuellement, la ZDF n'atteint pas le quota de 5%. 180 employés sur les 3600 que compte la ZDF sont handicapés, ce qui représente un quota de 4,7 %. Il y a quelques années, ce quota atteignait les 6 %. Cela est dû au fait que l'an dernier, les employés handicapés de ZDF ont eu la possibilité de prendre leur retraite avant 60 ans, pour des questions de réajustements de chômage. De plus, les critères ont changé et il est plus difficile d'être considéré comme une personne handicapée à 50 % et donc de compter parmi la catégorie de travailleur handicapé.

La plupart des employés handicapés chez ZDF sont devenus handicapés au cours de leur vie suite à un accident ou à une maladie : c'est surtout le cas d'employés plus âgés, qui généralement peuvent conserver leur emploi grâce à des soutiens humains et techniques appropriés. Bien sûr il y également des employés jeunes qui sont devenus handicapés au cours de leur vie professionnelle à ZDF ; ce sont le plus souvent des rédacteurs, reporters sportifs, monteurs ou des employés des services administratifs et de production.

Sur base de la loi sur le handicap, un accord de prestations sociales en faveur des travailleurs handicapés a été adopté en 1979 par ZDF. Il garantit un niveau de protection et de soutien élevé : lieu de travail adapté, heures de travail flexibles, assistance si nécessaire, attention préférentielle pour des postes à des emplois plus élevés, mesures de formation de base et formation avancée, et nomination d'un médiateur pour protéger leurs intérêts. Cet accord a permis que plus de personnes handicapées soient embauchées l'an dernier par ZDF.

Bien que le Ministère fédéral du travail ait consenti des efforts particuliers pour la création

de 50 000 nouveaux emplois pour les personnes handicapées, le taux de chômage de ces personnes reste supérieur à la moyenne. La ZDF a elle aussi fait des efforts particuliers pour inclure des travailleurs handicapés : elle a insisté sur la formation qui est à la base de l'égalité des chances. Des cours pratiques et des stages de formation ont été dispensés et une personne sur 15 en formation est une personne handicapée. Mais surtout elle a collaboré étroitement avec l'Agence en information et conseils "RH-Integra", où elle est représentée au Conseil d'administration par son médiateur en handicap.

RH-Integra conseille les personnes handicapées sur les opportunités d'emplois et les entreprises sur toutes les questions relatives à l'emploi des personnes handicapées et c'est donc une passerelle entre les employés et les entrepreneurs. Ce système s'est avéré peu coûteux et très efficace.

Deux courtes vidéos sont présentées à titre d'exemples, l'une présentant le travail d'une personne handicapée à un poste de responsabilité et l'autre RH-Integra.

Pour conclure son exposé, Mme Fischer-Taubert présente son équipe composée de deux rédacteurs et un assistant. L'un des rédacteurs est handicapé visuel et les collaborateurs free lance comptent des journalistes handicapés. Si aujourd'hui son émission est présentée par une personne non handicapée ce qui peut être critiqué, c'est que, à ce jour, un présentateur handicapé approprié n'a pas été trouvé. ZDF reste fidèle à son principe, celui d'imposer les mêmes normes professionnelles à tout le monde, que le candidat soit handicapé ou non handicapé. Agir différemment serait de la discrimination.

Olivier Harland – France Télévisions – Unité “ Différences ” - France

Chargé de l'harmonisation des programmes auprès des chaînes de la Radio télévision française, M. Harland présente son travail au sein de l'unité "Différences", notamment au regard de l'échange de programmes sur le handicap; il présente également le fonctionnement de son unité en tant que "observatoire des médias et du handicap".

M. Harland et son assistant, M. Laplace, rappellent comment, à partir de 1997, la télévision publique française a développé l'image des personnes handicapées, au travers de plusieurs émissions et programmes (magazine d'information sur des campagnes en faveur de l'accessibilité des villes ; reportages au sein des journaux télévisés, documentaires sur les Jeux Paralympiques, émission annuelle de 30 heures en direct – le Téléthon - en vue de récolter des fonds pour la recherche et pour améliorer la vie quotidienne des personnes lourdement handicapées).

En 2001, France Télévisions crée une cellule chargée des programmes sur "les différences". L'objectif est de promouvoir les différences dans des émissions pour la jeunesse, des fictions et des magazines, et tenter de les harmoniser dans les programmes courants. Ces différences concernent toutes les personnes, hommes, femmes, jeunes qui rencontrent des difficultés d'insertion ou de participation à la vie collective, y compris les personnes handicapées. Plusieurs directions sont suivies par France Télévisions pour atteindre cet objectif. D'abord sa participation au Marché international des programmes, où sont repérés les programmes diffusés par les chaînes

européennes sur les différences et où est disséminé un catalogue reprenant toutes des émissions sur les différences qui ont été diffusées par les chaînes françaises. Ensuite a été constituée une banque de données européenne qui recense les diverses manières dont les chaînes européennes abordent le handicap et qui comprend des copies de ce genre d'émissions qui peuvent ainsi être mises à disposition des unités de programmes intéressées. Les autres chaînes de TV européennes, séduites par l'initiative, alimentent régulièrement la banque de données.

La cellule "Différences" sert aussi de lien entre producteurs et réalisateurs de projets audiovisuels et les différentes chaînes de France Télévisions ; elle a pour ce faire, un correspondant dans chaque direction de programme. Par ailleurs, en mettant en relation avec les professionnels appropriés, les non professionnels de l'audiovisuel, la cellule "Différences" leur permet de faire passer à l'antenne leurs messages en les intégrant à des programmes. Autre activité de la cellule, elle sert de relais d'informations en provenance du secteur des ONG vis-à-vis des programmes et des journaux télévisés. Enfin, la cellule travaille pour la Direction Sports de France Télévisions afin, notamment de préparer la couverture des Jeux Paralympiques de l'été 2004 à Athènes.

Ayant présenté les différentes actions de la cellule "Différences", M. Harland dresse une liste détaillée des émissions des trois chaînes publiques françaises qui intègrent la dimension personnes handicapées à l'antenne : reportages réguliers dans les journaux télévisés nationaux et régionaux ; une rubrique hebdomadaire consacrée aux personnes handicapées ; des téléfilms ; des documentaires ; des magazines.

Avant de conclure, M. Harland apporte une précision quant à l'accès des personnes sourdes et malentendantes. Actuellement, seuls 16% des programmes de France Télévisions sont sous-titrés, mais ce pourcentage sera porté à 50 % d'ici fin 2006.

PLÉNIÈRE V :

L'ACCÈS AUX MÉDIAS ET À LEURS NOUVELLES TECHNOLOGIES

Les personnes handicapées, y compris les personnes ayant un handicap sensoriel, regardent régulièrement la télévision pour se distraire, suivre les nouvelles et les journaux télévisés, s'informer socialement et pour avoir une forme de compagnie. La télévision numérique dispose du potentiel pour rendre la télédiffusion plus accessible aux personnes handicapées. Mais actuellement, en l'absence d'une intervention politique, ce marché répond-il bien au potentiel qu'il représente ?

Points clé de discussion :

Est-il possible que les décideurs politiques, diffuseurs et fabricants veuillent exclure les personnes handicapées de la possibilité de jouir des mêmes droits que les autres citoyens pour accéder aux services de diffusion radio télévisés ?

Le fait de séparer strictement les services de diffusion et l'équipement de réception, est-il le moyen de trouver une solution ou au contraire ?

En ce qui concerne l'accessibilité : l'approche volontaire est-elle suffisante ou faut-il une obligation contraignante ?

La normalisation peut-elle apporter certaines réponses ?

Existe-t-il un cadre qui permette de partager entre pays européens les différentes approches adoptées et les bonnes pratiques ?

Les diffuseurs ont-ils un rôle à jouer pour rendre la télévision numérique plus accessible ?

Quel doit être le rôle des gouvernements nationaux et de l'Union européenne pour rendre la télévision numérique plus accessible aux personnes handicapées ?

Modérateur : Gerry Stallard – Cenelec – Stallards Consultancy Services LTD/Media Access

Leen Petré – Responsable des campagnes européennes – Royal National Institut of the Blind (RNIB) – Royaume-Uni

Mme Petré met en exergue l'importance des équipements de réception pour les personnes aveugles et mal voyantes, et soulève différentes questions relatives à l'auto description et à la narration supplémentaire.

L'objectif de Mme Petré est de rendre la télévision accessible aux 7,4 millions de personnes aveugles et mal voyantes en Europe, pour qui ce médium, est source de distractions, d'informations et moyen de participer à la vie sociale. Une enquête menée par le RNBI montre qu'au Royaume Uni, pour 94 % des personnes aveugles, la télévision est la principale source d'information. Or beaucoup d'entre elles ont des difficultés spécifiques pour regarder la télévision et souhaitent que les ajustements appropriés soient apportés pour qu'ils puissent en faire meilleur usage. Ces ajustements sont à explorer au regard du développement de la télévision numérique qui sera bientôt généralisée en Europe. De nombreux pays ont déjà annoncé ce changement entre 2006 et 2010.

Pour Mme Petré, l'avènement de la télévision numérique est porteuse d'un potentiel important pour améliorer l'accessibilité des personnes aveugles à la télévision. Mais à la condition indispensable de garantir un accès total et égal des services aux personnes malvoyantes. Trois domaines intéressent particulièrement les personnes malvoyantes : la description audio, la navigation à l'écran et les interfaces. La description audio complète le sous-titrage, et consiste en une narration supplémentaire, entre les dialogues, qui décrit la scène, l'action, les costumes les expressions des acteurs : elle aide fortement à suivre l'action.

Un extrait du film Harry Potter - équipé de description audio - est visionné pour montrer l'intérêt de cet équipement et son fonctionnement. Mais cet équipement n'est pas encore disponible partout. Seuls quelques pays – utilisant différentes techniques - en font usage. La diffusion par télévision numérique pourra faciliter son développement. Autre possibilité apportée par la TV numérique : la navigation à l'écran ; mais qui requiert que l'utilisateur sélectionne la chaîne puis navigue vers les programmes et services recherchés, ce qui n'est pas possible pour les personnes aveugles. Techniquement cependant, des méthodes alternatives d'accès et de navigation existent, telles que des sorties voix, techniques qu'il faut rendre plus largement disponibles. Enfin, les interfaces accessibles. Pour utiliser la télévision il faut une télécommande. Mme Petré souhaite que les fabricants intègrent directement un interface d'accessibilité dans les télécommandes, dès leur conception, en vertu du principe du design pour tous. Elle ajoute que les fabricants doivent prendre en compte le principe du design pour tous, dans tous leurs produits afin qu'ils puissent être facilement équipés de moyens d'accessibilité supplémentaires.

Les organisations de personnes malentendantes et malvoyantes ont dressé une liste de tous leurs besoins en matière d'équipement, à l'intention des fabricants – qui ne semblent pas vraiment intéressés. Au niveau européen, des efforts sont déployés en vue d'une normalisation européenne et d'une coordination entre fabricants et diffuseurs (projet "TV pour Tous" du Cenelec). Les organisations en appellent à ce que, dans le cadre de la lutte contre l'exclusion, un rapport européen d'évaluation soit produit sur les actions menées pour rendre la télévision numérique accessible : ce rapport se fonderait sur des Plans d'action nationaux et permettraient l'échange d'expériences et de bonnes pratiques entre Etats membres. Les Plans d'action devront indiquer : le niveau existant de sous-titrage, signalétique et sous-titrage audio; les méthodes de production et de fourniture ; des cibles à atteindre, identifiées avec des personnes handicapées ; les mesures envisagées pour atteindre ces cibles assorties d'exigences vis-à-vis des fournisseurs de services et des diffuseurs ; enfin, des mesures contraignantes pour garantir le respect de ces exigences.

En conclusion, Mme Petré émet le vœu que 2003, Année européenne des personnes handicapées, soit aussi l'année où les fabricants, diffuseurs et décideurs politiques feront preuve de leur volonté politique à s'engager vers ces changements.

Marcel Bobeldijk – Président de Fédération européenne des personnes malentendants (EFHOF)

M. Bobeldijk présente le point de vue des personnes malentendantes et de celui de leurs familles quant à l'accessibilité aux médias ; il se focalise sur les problèmes relatifs au manque de sous-titrage, et autres équipements de soutien.

M. Bobeldijk part du constat que d'ici 2005, près de 82 millions de personnes en Europe souffriront de troubles auditifs. Elles seront 91 millions en 2015, dont 174 000 enfants. Soit une personne sur sept. Un nombre donc très important de téléspectateurs qui ne sauraient être exclues de l'accès à ce média. La langue des signes pour les enfants qui ne savent pas lire et le sous-titrage pour tous sont donc cruciaux. Or ils font cruellement défaut dans plusieurs pays européens. Pourquoi ?

En dehors du Royaume-Uni aucune législation – nationale ou européenne – n'existe dans ce domaine. Aucune obligation en la matière n'est requise de la part des Etats membres pour la fourniture de services en faveur des personnes ayant un handicap sensoriel. On entend souvent dire que le sous-titrage est difficile à produire, qu'il est onéreux ou qu'il n'est utile que pour une frange de la population. Pourtant, le sous-titrage ne coûte que 1% du coût de production total d'une émission télévisée et des économies d'échelles pourraient être faites. Les diffuseurs des différents pays devraient collaborer davantage et mieux se coordonner. A titre d'exemple : une émission sous-titrée de la télévision flamande est diffusée avec sous-titrage en Belgique, puis diffusée aux Pays-Bas ..mais sans sous-titrage !

Le Royaume-Uni est le pays européen qui a le plus grand pourcentage de sous-titrage. Une loi oblige d'ailleurs le sous-titrage, y compris pour les chaînes commerciales. Même les publicités sont souvent sous-titrées. Une campagne en faveur du sous-titrage a été menée dans ce pays en 2002 et a connu en retour une grande réussite. De même en Suède. Aux Pays-Bas, 75% des émissions des chaînes publiques sont sous-titrées mais aucune des 7 chaînes privées.

La TV numérique apportera une grande amélioration du sous-titrage : polices des caractères plus lisibles, couleurs améliorées et possibilités de graphiques, comme il a été reconnu lors des conclusions du Congrès de Séville en 2002 : la télévision numérique serait un vecteur important de la société de l'information.

Le rapport présenté en 2003 par Cenelec sur l'accord de normalisation pour l'accès à la télévision numérique contient de nombreuses références aux possibilités de services interactifs pour les personnes handicapées. Les problèmes actuels demeurent l'utilisation tout à fait insuffisante du sous-titrage, de l'audio-description et de la signalétique, la complexité des symboles et de la terminologie, enfin la navigation d'un menu à l'autre qui prête à confusion.

Les personnes malentendantes doivent avoir accès aux nouvelles technologies de la télévision numérique telles que le choix de la taille et de la couleur des caractères, le téléchargement de films sous-titrés, la télévision interactive avec sous-titres, la commande orale etc. et surtout un sous-titrage adapté. L'importance du sous-titrage est fondamentale. Sans lui la télévision perd une bonne partie de son utilité. Or la télévision est le médium le plus important à l'égard des nouvelles, de l'éducation, le sport, et la politique. Un exemple concret concerne la plupart des débats politiques et des campagnes électorales télévisés, bien souvent sans sous-titrage. Ce n'est pas étonnant que le taux d'abstention aux élections soit si important parmi les personnes malentendantes.

M. Bobeldijk rappelle en conclusion que le sous-titrage n'est pas seulement indispensable pour les 81 millions de personnes malentendantes mais il est un atout pour les enfants handicapés, les enfants qui apprennent à lire, les personnes qui apprennent une seconde langue, les personnes âgées et d'autres"Nous avons un but précis : atteindre 100% de sous-titrage en 2010".

Paul Gardiner – Chef de la Commission des normes techniques et de l'information à la télévision indépendante – Royaume-Uni

Expert en matière de recherche en management d'ingénierie, M. Gardiner apporte le point de vue du diffuseur au débat sur l'accessibilité et les nouvelles technologies des médias. Il présente l'état de la recherche passée et en cours pour la fourniture de ces nouvelles technologies.

M. Gardiner travaille dans le domaine de la régulation de la télévision commerciale, au sein d'un organisme qui, s'il n'est pas gouvernemental, se doit de respecter les réglementations législatives. Son organisme sera prochainement, comme les autres organismes de régulation, intégré au sein d'une seule organisation chargée de la régulation de l'ensemble du domaine des télécommunications. Son rôle est de veiller aux intérêts des consommateurs alors que le secteur des communications entre dans l'ère numérique, y compris aux intérêts des personnes handicapées. D'où l'importance pour lui des technologies d'accès aux médias.

Avant de développer l'aspect technique, M. Gardiner mentionne une étude récente relative à l'attitude générale vis-à-vis du handicap dans les médias, d'où il ressort que la majorité des téléspectateurs est favorable à une plus grande présence des personnes handicapées à l'écran, notamment pour combattre les stéréotypes négatifs et promouvoir une image positive. Revenant aux aspects techniques de l'accès aux médias, il note que le sous-titrage - au travers du télétexte - est en progression constante tant dans les chaînes publiques que privées et qu'en 2010, la majorité des programmes seront sous-titrés. Les améliorations qu'apportera la TV digitale au sous-titrage - intégré dans le système digital - sont évidentes et l'objectif est de réaliser 80% des émissions sous-titrées, soit par le câble soit par satellite. Tant le coût que le temps (encore long) pour la production de sous-titrages seront considérablement réduits.

La TV digitale est aussi porteuse de grands progrès pour la description audio, équipement indispensable pour les personnes aveugles. Les techniques requises sont encore compliquées et nécessitent une standardisation, en cours de discussions actuellement. L'objectif requis est que

10% des programmes bénéficient de l'audio-description dans les 10 prochaines années - contre 4 % aujourd'hui.

Enfin la signalétique sur laquelle s'appuient de nombreuses personnes sourdes profondes. Elle devra être présente dans 5% des programmes dans les 10 prochaines années. Des recherches sont en cours actuellement pour améliorer cet équipement qui pourrait être laissé au libre usage des personnes qui le souhaitent par un système de 'signalétique fermée'. Mais ce système se heurte à quelques difficultés : manque de professionnels de la signalétique, solutions pour transmettre l'information supplémentaire, coût. Des recherches approfondies sont en bonne voie.

M. Gardiner évoque aussi des nouvelles possibilités d'accès tels que le EPG (Electronic Programme Guide), un outil de navigation rapide et facile à utiliser, qui ne requiert qu'une mémoire minimal et qui permet de programmer rapidement les services et informations recherchées. Il insiste enfin sur le fait que la télévision digitale ne sera à la hauteur de toutes les potentialités qu'elle recèle qu'à la condition qu'elle soit aussi facile à utiliser que la télévision analogue. C'est en ce sens que les efforts doivent porter, menés en collaboration avec les chercheurs, les régulateurs et les fabricants.

PLÉNIÈRE VI :

“LE RÔLE DES DECIDEURS POLITIQUES DANS LE SOUTIEN À L’ACTION POSITIVE ”

“ Les technologies émergentes recèlent un immense potentiel en matière d’amélioration de l’accessibilité. Le développement et l’exploitation de ce potentiel doivent être soutenus par un cadre réglementaire solide. Nous devons mettre en place les ressources et les infrastructures nécessaires pour assurer le développement de solutions applicables dans tous les Etats membres de l’UE...” *Neil Kinnock , Commissaire européen*

Quelle est la situation dans les différents pays d’Europe ? Comment ces cadres politiques ont-ils contribué à l’amélioration de la participation et de la présence des personnes handicapées dans les médias ? Dans quelle mesure un cadre politique peut-il bénéficier au média le plus proactif ?

Points clé de discussion :

Comment les personnes handicapées peuvent-elles participer dans le domaine publique et politique?

Comment les droits des personnes handicapées peuvent-ils être protégés dans les médias, afin d’éviter la discrimination ?

Quels mécanismes faudrait-il mettre en place pour garantir la représentation adéquate des personnes handicapées dans les médias ? Des observatoires des médias ? Un médiateur des médias ? Est-ce le rôle des médias ou le rôle des gouvernements de s’assurer de la présence de personnes handicapées dans les médias?

La collaboration permanente entre les médias et les organisations de personnes handicapées doit-elle faire l’objet d’une réglementation ?

Un cadre législatif devrait-il venir protéger et défendre les droits des personnes handicapées dans les médias?

Modérateur : Stefan Trömel, Directeur du Forum européen des personnes handicapées.

Maria Eagle - Ministre des personnes handicapées – Royaume-Uni

Mme Eagle présente les initiatives gouvernementales menées au Royaume-Uni, le pays le plus en avancé de l’Union européenne en matière de réglementation sur l’accessibilité.

Pour Mme Eagle, l'importance de ce congrès est évidente. Les personnes handicapées contribuent grandement à enrichir la société, de par leurs talents et leurs dons - ce qu'elles ont été empêchées de faire pendant si longtemps. Mais aujourd'hui les personnes handicapées ne sont plus considérées comme des malades mais comme des personnes, qui, grâce au développement de leur autonomie, peuvent être des citoyens à part entière. L'approche vis-à-vis du handicap s'élargit : le paternalisme disparaît pour faire place au combat pour abattre les barrières auxquelles elles sont confrontées. Les stéréotypes négatifs doivent disparaître et la culture européenne fondée sur la peur et l'ignorance doit changer. C'est en ce sens que le rôle des médias est primordial, eux qui nous bombardent quotidiennement avec les images d'un monde tel qu'ils veulent le voir et tel qu'ils pensent qu'il est réellement. Un monde qui bien souvent, n'inclut pas les personnes handicapées.

Pour Mme Eagle, les décideurs politiques peuvent faire changer cet état de fait de trois manières différentes. D'abord en établissant un cadre réglementaire solide, ensuite en démontrant à la société les avantages pour tous de la pleine participation des personnes handicapées; enfin en étant les champions de la défense des droits des personnes handicapées. Le domaine d'activités de Mme Eagle, de par ses responsabilités, est transversal et touche aux domaines des autres ministères ; elle s'attache donc à influencer les différents ministères et à les convaincre de l'importance de questions relatives au handicap, dont elle tente de faire une question centrale au gouvernement. Elle s'emploie à s'assurer que les droits des personnes handicapées soient correctement pris en compte dans tous les ministères.

Confortée en ce sens par les organisations qu'elle rencontre quotidiennement, Mme Eagle pense que la plus grande barrière est l'ignorance. Pour y remédier, l'initiative "Images du handicap" a été lancée, avec pour objectif d'encourager les publicistes à améliorer l'image des personnes handicapées en incluant des images du handicap dans leur production. L'initiative, bien que non obligatoire, a connu un grand succès. Groupes de travail, incitations, guide des meilleures pratiques, prix de la meilleure publicité ont contribué à ce succès.

Autre priorité pour Mme Eagle, celle de convaincre que les attitudes doivent changer et que ce n'est pas seulement l'accès à l'emploi des personnes handicapées qui doit être amélioré, mais l'accès à toute une série de services. Légiférer en la matière ne suffit pas ; il faut convaincre les employeurs de l'importance d'une main d'œuvre diversifiée. Il faut aussi convaincre les employeurs qui agissent dans un environnement très compétitif, de l'importance que constitue le marché des personnes handicapées, et donc de l'intérêt pour eux aussi, à rendre, biens et services, plus accessibles. Les personnes handicapées disposent d'un pouvoir d'achat de 60 milliards d'Euros par an – et sont comme tout un chacun, des consommateurs. Aux décideurs politiques de persuader les fournisseurs économiques de l'intérêt de ce marché. Incitations là aussi du gouvernement, tel le prix venant récompenser le fournisseur de services ayant les services les plus accessibles.

Dernier rôle des décideurs politiques : établir un cadre législatif efficace et solide, condition indispensable à l'autonomie des personnes handicapées, et réévaluer régulièrement ce cadre législatif pour en combler les lacunes. Ainsi depuis que Mme Eagle occupe son poste, elle a mis en place une Commission des droits des personnes handicapées dont la "task force", à laquelle participent des personnes handicapées, émet des recommandations en vue de nouvelles législations – et a fait renforcer les outils pour veiller à la mise en vigueur de la législation.

S'adressant aux médias présentes, Mme Eagle les exhorte, eux qui ont le pouvoir de changer les cœurs et les idées, d'influencer le public à l'aide de mots et d'images. " Les médias sont le miroir d'une société. Aucun pays ne peut atteindre son potentiel économique et social complet, s'il ignore l'immense potentiel des personnes handicapées ".

Marlies Ypma, - Ministère de la santé, des prestations sociales et des sports – Pays-Bas

Mme Ypma fait part de l'expérience de la construction de l'image des personnes handicapées aux Pays-Bas, et de l'implication du gouvernement et du contexte de la campagne qu'il a financé.

Les Pays-Bas ont voté cette année un Acte anti-discriminatoire qui entrera en vigueur en décembre 2003. Son champ d'action comprend la formation professionnelle et les transports publics et sera sans doute étendu aux biens et services et à l'éducation primaire et secondaire. Les Pays-Bas ont complété cette législation par un Plan d'action pour accroître la sensibilisation aux questions du handicap.

Profitant de l'élan suscité par les nombreuses activités menées dans le cadre de l'Année européenne, les Pays-Bas financent plusieurs campagnes, dont une - d'une durée de 4 ans - en faveur de l'accessibilité d'Internet. Des " ambassadeurs " se rendent dans les entreprises pour les sensibiliser à l'importance de la prise en compte des besoins des personnes handicapées. L'exposition vis-à-vis des médias est un des facteurs de succès.

Une autre campagne, coordonnée par un comité mis en place par le gouvernement ("La perspective du travail"), sensibilise aux questions du handicap sur les lieux de travail : des organisations d'employeurs, du travail et de personnes handicapées s'efforcent ensemble, en allant sur les lieux de travail, à promouvoir une image positive et réaliste des personnes handicapées. L'approche du gouvernement consiste à parler, discuter et convaincre d'abord et seulement après d'établir des normes.

Mme Ypma décrit ensuite le rôle du gouvernement dans la campagne " Construction de l'image ", - campagne qui sera présentée plus en détails par M. Besemer. Cette campagne de sensibilisation a été possible grâce à la disponibilité de fonds, aux idées et surtout à l'engagement fort de plusieurs personnes au sein du gouvernement, convaincus de l'intérêt de développer une image adéquate des personnes handicapées. Le budget étant élevé, le risque était important. Il a fallu d'abord convaincre et associer des ONG puis des entreprises, chacune réticentes de prime abord. L'idée de départ fut que le message relayé ne devait pas venir du gouvernement mais des personnes handicapées elles-mêmes. Le gouvernement, bien que chargé de gérer le budget et participant à l'action, se devait de rester au second plan. Son rôle était de stimuler l'action mais ne pas en prendre l'initiative. D'être également le relais entre les entreprises et les ONG qui n'avaient pas l'habitude de travailler ensemble et dont les cultures et objectifs sont éloignés. Cette campagne a nécessité, tout au long de son déroulement, beaucoup de recherche, une réflexion approfondie et de longues discussions entre tous les acteurs impliqués.

En conclusion, Mme Ypma souligne que le gouvernement souhaiterait mener d'autres campagnes de ce type et insiste sur une des leçons à tirer de cette expérience : il est indispensable d'impliquer les médias mais il faut les convaincre et surtout ne pas les obliger à s'impliquer.

Ronald Besemer - Conseil néerlandais de "Chronical Ill & the Disabled" – Pays-Bas

M. Besemer présente un exemple concret de la collaboration fructueuse entre le gouvernement, les médias et les organisations de personnes handicapées au Pays-Bas pour améliorer l'image des personnes handicapées dans la société en développant une campagne de sensibilisation réussie.

"Un défi pour les Pays-Bas" est une campagne nationale sur l'image des personnes handicapées, initiée et lancée par le gouvernement en 2001.

Les premières impliquées par le gouvernement ont été les organisations de personnes handicapées, (le Conseil néerlandais " Chronical Ill & les personnes handicapées " et la Fédération des organisations de parents). Le budget alloué par le gouvernement leur a permis de travailler avec des professionnels et des médias et de réaliser une campagne fondée sur un marketing en communication très professionnel.

L'objectif était d'initier un élan aux Pays-Bas pour stimuler les contacts entre personnes handicapées et non handicapées, et leur permettre d'adapter ou de corriger l'image qu'elles ont les unes des autres, en se fondant sur leurs passions et intérêts communs. Le thème de la première année s'est articulé autour d'une réflexion sur le comportement à avoir avec des personnes handicapées et le sentiment de gêne qui existe parfois. L'implication des médias a été très importante : télévisions, radios, publicités qui ont lié la campagne à des programmes existants, montrant des contacts et relations entre personnes handicapées et non handicapées, dans la vie de tous les jours. Chacune des actions de la campagne se focalisait sur un thème particulier et montrait tous les aspects négatifs et positifs des relations entre personnes handicapées et non handicapées. Trois outils ont été utilisés pour relayer les messages : les publicités, une campagne dans la rue et un site Internet. Les messages ont d'abord été relayés par des publicités, payantes ou gratuites, à la télévision, à la radio et dans les journaux. Puis les messages ont été relayés par une campagne menée dans les rues, avec un matériel important qui était mis à la disposition de toute personne souhaitant participer dans son quartier ou sa ville à cette campagne. D'où un effet multiplicateur important. Enfin des messages relayés par Internet grâce à la création d'un site spécifique, qui comprend tous les événements liés à la campagne, une information détaillée sur la campagne et une fonction "chat" afin de permettre aux personnes cibles de communiquer entre elles.

Un chercheur impliqué de manière permanente dans le projet a permis de réorienter au fur et à mesure, les activités en fonction des objectifs et d'en évaluer les résultats qui se sont avérés très positifs. A titre d'exemple très positif, M. Besemer explique qu'un réalisateur de télévision, inspiré par cette campagne, va produire plusieurs épisodes d'une série télévisée, qui passeront prochainement à l'écran. Elles seront sous-titrées, et les acteurs seront des personnes handicapées. Bien entendu, les organisations de personnes handicapées travaillent avec lui sur ce projet : preuve qu'une activité conjointe, médias et personnes handicapées peut être le début d'une longue collaboration.

Séance de clôture

Maria Beldekou – Secrétaire général de l'aide sociale – Grèce

Après avoir remercié l'assistance pour son active participation au congrès, Mme Beldekou remarque que tout le monde est d'accord sur le fait que les médias ont un impact sur la société et sur la manière dont le handicap est présenté. A ce jour, on n'est pas encore parvenu à donner une image exacte des personnes handicapées et des stéréotypes négatifs sont encore relayés par les médias. Il est temps que de tels préjugés soient abandonnés ainsi que toute forme de discrimination.

Les médias ont le pouvoir de changer la perception du public vis-à-vis du handicap en mettant plus en avant les personnes handicapées et en contribuant à ce qu'elles soient comprises par le grand public. Si les personnes ne naissent pas égales, elles ont toutes les mêmes droits. La société dans son ensemble doit prendre conscience que les personnes handicapées représentent une force de travail de qualité ; nos sociétés démocratiques doivent garantir leurs droits à l'emploi, aux loisirs, aux activités sociales et politiques et leur garantir la mise en place, dans tous les domaines, de politiques qui faciliteront leur participation active à la société. Malgré les progrès réalisés, les personnes handicapées sont encore trop souvent confrontées à la discrimination. Il est temps de mettre en place une structure qui s'attaque à l'attitude négative, ancrée dans la société depuis si longtemps, qui garantisse et protège la notion de dignité et de l'estime de soi-même. Ce congrès a été l'occasion de relayer les concepts d'égalité d'accès et d'action positive. Il faut que les partenaires sociaux, les gouvernements, le monde des affaires, les organisations de personnes handicapées s'engagent ensemble à créer une société sans barrières dans tous les secteurs. Le rôle des médias est aussi primordial. Ils peuvent aider la société à avoir une image plus réelle et plus humaine du handicap. Notamment parce qu'ils nous présentent les événements alors même qu'ils ont lieu ; ils peuvent présenter les personnes handicapées dans leur vie quotidienne, loin des images paternalistes. Mme Beldekou remercie les participants grâce aux interventions desquels, “ nous nous sentons plus sages à l'issue de ce congrès ”.

Donald Tait – Commission européenne – Direction générale Emploi et affaires sociales – Unité “Intégration des personnes handicapées”

Pour M. Tait, ce congrès, organisé dans le cadre de l'Année européenne des personnes handicapées, constitue une occasion unique pour les personnes handicapées de mettre le handicap en tête des priorités de l'agenda, de défier les stéréotypes négatifs, et d'accroître la sensibilisation aux questions du handicap.

M. Tait fait ensuite une synthèse générale de ce qui a été dit au cours du congrès. Oui, les différents secteurs des médias ont un rôle important à jouer, car ils façonnent chacun, la vision que nous avons de la société. Il est évident qu'un groupe important de la société demeure ignoré, oublié ; un groupe qui constitue pourtant un potentiel public énorme que les médias,

télévisions, radios, journaux, n'ont pas encore suffisamment inclut dans leur audience. Une inclusion plus efficace des personnes handicapées aux médias est de toute évidence un gain certain des deux côtés - médias et personnes handicapées. Que ce soit parce que cela renforce l'intérêt des médias, parce que cela améliore leur image, parce qu'il est légitime de prendre en compte le marché économique qu'elles représentent, une chose est certaine, les personnes handicapées doivent être présentes, vues et intégrées dans tous les aspects courants et généraux de la vie quotidienne comme n'importe quels citoyens. Ni comme des objets de charité, ni comme des super héros. Il faut également élargir l'image du handicap et en montrer toute la diversité. Il faut aussi plus de personnes handicapées, employées dans le secteur des médias.

Tout cela n'arrivera pas tout seul ; il faut une stratégie et une politique ; il faut que des décisions soient prises à haut niveau. Il faut encourager les publicitaires qui choisissent de présenter des personnes handicapées dans des situations normales ainsi que les vidéos et émissions de télévisions. Il faut améliorer l'accessibilité des lieux de travail. En ce qui concerne les nouvelles technologies, il faut tirer le maximum de ce qu'elles peuvent offrir et éviter qu'elles ne soient source de discrimination en prenant en compte le concept du design pour tous.

Enfin les décideurs politiques doivent légiférer, encourager et persuader. Tous les acteurs clés doivent donc conjuguer leurs efforts pour abattre les barrières auxquelles sont confrontées les personnes handicapées vis à vis des médias et s'assurer que ce sont les personnes handicapées, elles-mêmes qui sont au cœur de ce changement, afin que soient relayés les messages corrects.

Beaucoup de progrès ont été réalisés. Si ce congrès avait eu lieu il y a une dizaine d'années, le ton aurait été très différent. Il reste beaucoup à faire, tant au niveau des Etats membres qu'au niveau européen, mais l'Année européenne des personnes handicapées, très certainement, a donnée un nouvel élan dans toute l'Union européenne, dans la bonne voie.

Yannis Vardakastanis – Président du Forum européen des personnes handicapées

Alors que s'achève ce congrès, M. Vardakastanis dit sa certitude que ce congrès fera date dans l'histoire. Les fondations d'une collaboration plus étroite entre médias et organisations de personnes handicapées ont été jetées, tant au niveau européen que dans chaque Etat membre. Il a été dit et redit à quel point il était important que les médias donnent une image appropriée et correcte des personnes handicapées.

En tant que le dernier intervenant au congrès, M. Vardakastanis généralise son propos. Lorsqu'en 1999, le FEPH a proposé à la Commission européenne que 2003 soit déclarée Année européenne des personnes handicapées, cette initiative était porteuse d'un rêve. Celui de créer, au sein de l'Union européenne, un modèle progressiste sur l'approche des questions du handicap – un modèle fondé sur l'héritage culturel européen. Un modèle qui prônerait des législations et des politiques anti-discriminatoires et le respect des droits des personnes handicapées.

Arrivés au milieu de l'année, à des degrés différents bien sûr et de manière différente d'un Etat membre à l'autre, il est évident que les choses bougent et qu'un vent nouveau souffle sur

l'Union européenne vis-à-vis des questions du handicap. M. Vardakastanis remercie tous les acteurs dont la contribution a été décisive : Union européenne, institutions européennes et organisations de personnes handicapées.

Pour M. Vardakastanis, en reconnaissance de cette contribution positive, chacun d'entre nous doit prendre plus à cœur ses responsabilités et se battre pour l'avènement d'une Europe pour tous, qui promouvra les droits des personnes handicapées au travers de la Constitution européenne, des directives, spéciale au handicap ou plus générales. L'époque dans laquelle nous vivons est étrange, à la fois innovatrice et conservatrice, marquée par la globalisation et les forces des marchés qui défient le modèle social européen. Il est de notre devoir de garantir que l'Année 2003 soit la pierre d'angle pour élaborer une nouvelle politique progressiste en Europe vis-à-vis du handicap, politique qui ne laissera pas les personnes handicapées en marge de la société et qui ne créera pas une politique du handicap à deux ou trois vitesses. Nous devons nous assurer des soutiens financiers et sociaux nécessaires. Enfin nous devons nous assurer que l'avènement de notre nouveau modèle culturel, induit par la profusion de nouvelles technologies, serve les besoins de tous et ne soit pas l'occasion de nouvelles discriminations et exclusions.

Aujourd'hui, une nouvelle idéologie fondée sur les personnes, semble voir le jour et est porteuse d'espoir. Souhaitons que le message de ce congrès soit le suivant : nous partageons la même idée, celle que les droits des personnes handicapées sont à portée de leurs mains : " elles peuvent le faire elles-mêmes ; elle ne doivent pas dépendre de l'environnement social " .

Remerciant les organisateurs et les participants au congrès, M. Vardakastanis conclut en souhaitant que si tous ont fait l'effort de venir jusqu'ici, alors tous sont prêts à combiner leurs efforts pour se lancer dans un nouveau voyage vers une Europe pour les personnes handicapées.

LA DECLARATION

“ MEDIAS ET HANDICAP ”

Après avoir discuté et s'être mis d'accord sur sa formulation finale, les 300 personnes présentes au congrès ont approuvé la déclaration suivante. Ils ont exprimé ainsi leur engagement à l'action et à la diffusion de la déclaration, notamment auprès de leurs organisations

Pourquoi une Déclaration Médias et handicap ?

- parce que aujourd'hui, jusqu'à 10 % du public des médias est handicapé ;
- parce que les médias ont le rôle de refléter la diversité sociale de leur public ;
- parce que une représentation plus positive du handicap dans les médias attirerait un plus grand public, en améliorant la qualité globale du contenu des programmes et articles ;
- parce que une représentation plus réaliste du handicap pourrait changer l'image des personnes handicapées dans la société ;
- parce que les personnes handicapées sont actuellement sous-représentées dans le secteur des médias ;
- parce que des professionnels handicapés employés dans les médias améliorerait la qualité des médias en tant qu'employeurs ;
- parce que des médias accessibles, dotés des dispositifs technologiques qui assurent l'accès de tous, attireraient également une plus large audience.

Texte de la Déclaration

Introduction

Les personnes handicapées sont insuffisamment représentées dans les produits délivrés par les médias et le nombre de personnes handicapées employées dans le secteur des médias est, de manière générale, très faible. Il ne fait aucun doute que les mass médias ont un impact significatif auprès de la société et un rôle majeur à jouer pour promouvoir un changement radical dans les attitudes et la manière dont la société voit les personnes handicapées. Les personnes handicapées constituent une audience importante à laquelle actuellement, on n'accorde pas une attention adéquate c'est pourquoi l'industrie des médias obtiendra un bénéfice certain en s'intéressant à cette question de manière plus efficace.

Cette déclaration a été élaborée et adoptée lors du Congrès européen “Médias et handicap” qui s’est tenu à Athènes du 13 au 14 juin 2003, et auquel ont participé plus de 300 personnes de tous les secteurs des médias, réseaux de médias, sociétés de publicité et agences de communication, organisations de personnes handicapées, représentants des Etats membres de l’UE. L’adoption de cette déclaration s’inscrit dans le cadre de l’Année européenne des personnes handicapées de 2003 et suit la vision commune définie dans la Déclaration de Madrid.

Les représentants au Congrès Européen Médias et handicap déclarent qu’ils s’engagent à :

- promouvoir un changement dans le secteur des médias généraux pour améliorer l’image et l’inclusion des personnes handicapées;
- accroître la visibilité des personnes handicapées dans tous les domaines;
- augmenter la couverture médiatique des différents domaines qui concernent particulièrement les personnes handicapées et leurs familles;
- promouvoir une image positive des personnes handicapées qui ne soit pas fondée sur la charité ou sur une approche médicale et qui évite les stéréotypes négatifs;
- encourager une collaboration étroite entre les personnes handicapées et leurs organisations représentatives, les médias spécialisés en questions de handicap et le secteur des médias généraux;
- augmenter le nombre de personnes handicapées employées dans tout le secteur des médias, notamment au niveau des professionnels;
- garantir l’accessibilité des personnes handicapées aux services des médias;
- garantir l’accessibilité physique des personnes handicapées à l’environnement de travail du secteur des médias; et qu’ils rendront compte de cette déclaration à leurs organisations respectives afin de la discuter et pour qu’elle soit avalisée.

Et qu’ils rendront compte de cette déclaration à leurs organisations respectives afin de la discuter et d’y adhérer.

Suggestions sur la manière dont ces objectifs pourraient être atteints :

- élaboration de plans d’action et développement de stratégies visant à promouvoir l’inclusion des personnes handicapées au sein des organisations de médias;
- développement d’unités “différences” au sein des organisations de médias et inclusion des questions liées au handicap dans leurs productions habituelles;
- délivrance d’une formation en matière d’égalité des personnes handicapées au sein des organisations;
- encouragement aux établissements d’éducation post secondaires à inclure le handicap comme matière de cours dans les études en médias et communication;
- échange de meilleures pratiques au sein du secteur et encouragement à évaluer les avancées;

- quand approprié, développement de programmes de formation et d'emplois afin d'accroître la participation des personnes handicapées à ce secteur;
- audits sur l'accès aux lieux de travail de l'industrie des médias;
- développement et utilisation des technologies appropriées pour promouvoir l'accès et l'inclusion des personnes handicapées aux services des médias;
- participation au nouveau réseau "médias et handicap" du FEPH qui sera mis sur pied suite à cette Déclaration.

A la suite de ce congrès et afin de faire avancer cette déclaration, un réseau sera mis en place par le Forum européen des personnes handicapées, en collaboration avec des organisations européennes et nationales de médias et de publicité. Le partenariat de ce réseau sera établi en octobre 2003 au plus tard.

Les organisations sont vivement encouragées à adhérer à cette Déclaration.

Pour plus d'informations, veuillez contacter au FEPH
Helena González-Sancho
Responsable de la Communication
Tél: 00 32 2 282 46 04
Fax: 00 32 2 282 46 09
e-mail: communication@edf-feph.org