

Un aperçu de la situation

Est-ce que tout le monde migre ?

Il y a environ 272 millions de migrants internationaux dans le monde, selon les dernières données disponibles. Cela représente 3,5 % de la population mondiale, et bien que ce pourcentage soit en légère augmentation par rapport aux 2,8 % de l'an 2000, le nombre total reste stable. Dans ce nombre, on compte [26 millions de réfugiés et 4,2 millions de demandeurs d'asile](#) – des personnes qui ont été déplacées de force.

Barre latérale

Qui est un migrant ?

Le terme « migrant » n'est pas officiellement défini par le droit international. L'[Organisation internationale pour les migrations \(OIM\)](#), l'agence des Nations Unies pour les migrations, définit le terme migrant comme « une personne qui quitte son lieu de résidence habituel pour s'établir à titre temporaire ou permanent et pour diverses raisons, soit dans une autre région à l'intérieur d'un même pays, soit dans un autre pays, franchissant ainsi une frontière internationale. » Si la personne franchit une frontière internationale, elle devient un migrant international ; sinon elle est un migrant interne.

Qui est un réfugié ?

Le terme « réfugié » est défini et, son statut est protégé, par le droit international. Un réfugié est une personne qui ne peut ou ne veut pas retourner dans son pays d'origine et « craignant avec raison d'être persécutée du fait de sa race, de sa religion, de sa nationalité, de son appartenance à un certain groupe social ou de ses opinions politiques », selon la Convention de 1951 relative au statut des réfugiés, un document juridique essentiel. L'[Haut Commissariat des Nations Unies pour les Réfugiés](#) (HCR) est l'agence des Nations unies responsable des réfugiés dans le monde.

Cependant, le nombre de personnes qui migrent à l'intérieur du pays est beaucoup plus élevé. En 2009, on estime que 740 millions de personnes ont migré à l'intérieur de leur pays (sans franchir de frontière internationale). Les données sur les migrations internes sont beaucoup plus difficiles à obtenir. La catégorie des « migrants internes » comprend les personnes déplacées de force mais qui ne franchissent pas de frontière : environ [45.7 millions](#) de personnes sont déplacées à l'intérieur d'un pays, tel qu'évalué en décembre 2019.

Parmi les 272 millions de migrants internationaux, 48% sont des femmes et 14% ont moins de 20 ans. Certains pays [accueillent des parts plus importantes](#) de la population migrante que d'autres : les États-Unis accueillent le plus grand nombre de migrants internationaux (51 millions), soit environ 19% du total mondial. L'Allemagne et l'Arabie saoudite sont au deuxième rang pour le nombre de migrants qui y arrivent (13 millions chacun), suivis par la

Fédération de Russie (12 millions), le Royaume-Uni (10 millions), les Émirats arabes unis (9 millions), la France, le Canada et l'Australie (environ 8 millions chacun) et l'Italie (6 millions).

Dans quelle mesure la migration est-elle couverte par les médias ?

Ce que nous disent les chiffres ci-dessus est que même si la population migrante représente un pourcentage important de la population mondiale, elle n'est en aucun cas une population écrasante. Cela peut sembler en contradiction avec l'importance perçue et le caractère « inflammable » qu'a parfois le thème de la migration dans l'actualité.

Nous savons que les médias d'information suivent les événements au fur et à mesure qu'ils se déroulent. Nous sommes conscients que le cycle des nouvelles est rapide, que les événements se succèdent rapidement et que, tout aussi rapidement, ils perdent de leur pertinence et disparaissent tout aussi facilement de nos écrans et de nos journaux.

La prétendue « crise des réfugiés » en Europe en 2015 en est un exemple clair. En un laps de temps relativement court, des milliers de réfugiés et de migrants sont allés de Turquie en Grèce puis en direction d'autres pays européens. Les organismes de presse ont rapidement envoyé leurs reporters sur le terrain pour suivre l'évolution de la situation. Cependant, aussi rapidement, l'intérêt s'est estompé, rattrapé par d'autres événements sur le continent.

Une [étude publiée en 2020](#) qui a analysé la couverture médiatique de la migration dans 16 pays européens (et aux États-Unis) entre 2015/2016 et 2017/2018, a noté une différence remarquable entre les deux périodes d'analyse. C'est au cours de la première période que le nombre d'articles sur les migrations est le plus élevé. Au moment de la deuxième période d'observation, l'intérêt s'était émoussé.

Quel est le rôle des médias ?

Le journalisme est [traditionnellement compris](#) comme « la collecte, la présentation et la diffusion de nouvelles et d'informations dans l'intérêt du public ». Le journalisme et les médias ont un rôle et une responsabilité fondamentaux pour aider les gens à comprendre le monde qui les entoure.

L'avènement de l'Internet, et des réseaux sociaux en particulier, a brouillé les frontières du journalisme traditionnel - les gens peuvent désormais participer à la production et au partage de l'information. Cependant, le journalisme joue toujours un rôle majeur en aidant les gens à percevoir le monde qui les entoure, et en façonnant leurs perceptions.

La migration est devenue un sujet très important au cours des 5 à 10 dernières années, et il est probable qu'elle restera un sujet majeur dans les débats sociaux et politiques du monde entier [POURQUOI ?] La façon dont les médias présentent les migrations a une forte influence sur la perception du sujet par le public. En d'autres [termes](#), « la façon dont les médias (et d'autres acteurs tels que les politiciens ou d'autres personnes influentes) encadrent l'information peut fortement influencer et éventuellement changer la façon dont la société perçoit un certain sujet ou une certaine histoire ».

Comme l'a écrit le Réseau du journalisme éthique dans un [rapport de 2017](#), le journalisme peut être autant une lentille déformante qu'une loupe : « Il peut mettre en pleine lumière l'inhumanité et la corruption dans la façon dont les migrants sont traités, [ou bien il peut] suivre un agenda qui inspire la discrimination et la haine qui intensifie la souffrance des victimes de la migration. »

Étant donné le pouvoir de la couverture médiatique sur les idées concernant la migration, il est important d'examiner la façon dont les médias en traitent.

Comment les médias couvrent-ils les migrations ?

L'intérêt pour la couverture médiatique des migrations a connu un pic au cours des dix dernières années, et de nombreuses études ont été réalisées pour analyser la représentation des migrants et des réfugiés. La grande majorité de ces études se concentrent toutefois sur le « Nord global », et notamment sur l'Europe occidentale. Pour les autres régions du monde, les analyses approfondies sont rares.

Le fait que le sujet semble être abordé principalement du point de vue des « pays de destination » peut [suggérer](#) que les migrants et les réfugiés sont moins présents en tant que sujets dans les « pays d'origine », peut-être parce qu'ils ne sont pas perçus comme un sujet d'actualité.

Une étude réalisée en 2017 de WACC Europe et de la Commission des églises pour les migrants en Europe sur la couverture médiatique de la migration dans sept pays européens ([Refugees Reporting](#)) a révélé que moins d'un quart des articles analysés mentionnaient un véritable réfugié, migrant ou demandeur d'asile. L'[étude de 2020](#) réalisée par la Otto Brenner Stiftung en collaboration avec l'Observatoire européen du journalisme, aboutit à une conclusion similaire : moins d'un tiers des articles analysés dans l'échantillon de l'étude portent spécifiquement sur les personnes ayant le statut de réfugié, et encore moins sur les migrants. Elle a également noté que les réfugiés et les migrants sont plus susceptibles d'être dépeints comme un groupe, plutôt que comme des individus.

Une autre [étude](#), réalisée par le Réseau du journalisme éthique en 2017, sur la couverture médiatique dans 17 pays des deux côtés du bassin méditerranéen, a révélé que « dans une majorité des pays couverts par l'étude, les médias ne parviennent pas à donner une voix adéquate aux migrants eux-mêmes et, souvent, les médias s'appuient trop sur des sources d'information uniques et officielles. »

Une [étude de suivi des médias](#) de 2018 au Nigeria a analysé la représentation des personnes déplacées à l'intérieur d'un pays (PDI) dans la presse écrite et en ligne du pays et a constaté des schémas similaires de faible représentation : les articles et vidéos sur les PDI sont peu nombreux, et lorsque les journalistes couvrent la question, ils le font d'un point de vue plutôt superficiel, sans fournir de contexte ou d'informations de base, et en évitant d'expliquer les véritables problèmes qui touchent les PDI dans le pays, comme le manque de services de base, les problèmes d'accès aux centres de santé, le harcèlement sexuel et les violations des droits de l'homme.

« Parfois, les médias présentent les personnes déplacées comme des citoyens sans défense qui n'ont aucun droit et qui sont laissés à la merci des agences humanitaires et de secours. Dans la plupart des rapports, l'accent porte généralement sur les activités des donateurs et des fonctionnaires, en présupposant que tout ce qui est fait est adapté et

répond correctement et adéquatement aux besoins des personnes déplacées », a constaté l'étude.

Lorsqu'on donne la parole aux individus dans la couverture de la migration ou de l'asile, ce sont souvent ceux qui ne sont pas des migrants ou des réfugiés qui s'expriment. Les politiciens (au niveau national, régional ou international) constituent la majorité des sources d'information qui s'expriment, et l'angle est généralement politique. Ce constat est partagé par [Refugees Reporting](#) ainsi que par l'[étude de suivi des déplacés intérieurs](#) du Nigéria, qui a constaté que « l'utilisation d'officiels/portes-paroles du gouvernement comme source principale des histoires était prédominante dans pratiquement tous les rapports des médias observés. Malgré une certaine diversité dans l'utilisation des sources, l'analyse a clairement indiqué que les médias dépendaient largement des sources gouvernementales pour obtenir des informations sur les nouvelles concernant les personnes déplacées. »

Selon une [étude de People in Need](#), « la couverture médiatique de la migration est souvent biaisée, superficielle, simplificatrice, utilisant des sources insuffisantes ou médiocres, et ne suivant que le récit dominant présenté par les élites politiques et attendu par le public. » Les médias, parfois, ne saisissent pas l'occasion de présenter le phénomène de la migration dans sa complexité, et le présentent plutôt comme un problème.

L'[étude de la Otto Brenner Stiftung](#) a révélé que la majorité des articles ne précisent pas le pays d'origine des migrants et des réfugiés. Les migrants et les réfugiés sont souvent identifiés uniquement en fonction de leur mouvement migratoire, comme si c'était tout ce que le public devait savoir sur eux. Les médias omettent souvent de fournir un historique et un contexte à la migration, simplifiant le récit pour créer ou perpétuer des stéréotypes.

Selon l'étude [Refugees Reporting](#), près de deux tiers des nouvelles analysées ne mentionnent pas de profession des migrants et réfugiés, et se contentent de les étiqueter « réfugié » ou « migrant ».

Des deux côtés de la Méditerranée, « une grande partie de la couverture médiatique de la migration reflète un parti pris politique et est superficielle, simpliste et souvent mal informée », écrit le [Réseau du journalisme éthique](#). On retrouve souvent deux grands récits : celui du migrant ou du réfugié « victime », ou celui de la « menace » que représentent les migrants ou les réfugiés pour les pays d'accueil.

L'étude sur l'[Afrique du Sud](#) dresse un tableau similaire, les médias du pays présentant l'immigration « comme une menace pour les moyens de subsistance et le bien-être économique des communautés locales. » Les médias semblent en outre associer fortement la migration à l'« illégalité », au caractère « indésirable », voire à la « criminalité ».

Une analyse portant sur l'[Amérique du Sud](#) a aussi conclu que les médias souvent présentent les migrants comme une « menace », par exemple des articles qui soulignent la nationalité d'un « étranger » qui commet un crime, alors que la couverture médiatique d'un crime similaire commis par un citoyen du pays ne mentionne pas sa nationalité.

Ce type de représentation s'inscrit dans un paradigme sécuritaire, où les migrants sont présentés comme un problème de sécurité nationale, une menace pour la vie culturelle, économique et sociale des pays où ils arrivent.

Parler d'une « crise migratoire » déclenche une sonnette d'alarme - chez les lecteurs et dans la société. D'autre part, les médias pourraient profiter de l'occasion pour présenter la

migration comme un phénomène mondial qui touche tous les pays et qui est un élément indispensable au développement de la vie, de la culture, de la langue et de l'économie.

La section suivante analyse les arguments en faveur d'une représentation médiatique plus équilibrée de la migration.

Pourquoi il est important de donner une image fidèle de la migration dans les médias

Le rôle du journalisme est d'informer les gens sur le monde dans lequel nous vivons, et de fournir des informations exactes qui permettent aux gens de se forger une opinion éclairée sur les événements, les questions, leurs vies et leurs communautés.

Cela signifie que le monde présenté par les médias est important pour la compréhension des sociétés dans lesquelles nous vivons. Un manque de représentation dans les médias peut signifier l'invisibilité. Lorsque les personnes ou les communautés sont invisibles, leurs droits peuvent être beaucoup plus facilement violés.

Les représentations médiatiques n'affectent pas seulement la façon dont la société perçoit les groupes, mais aussi la façon dont les membres des groupes et des communautés se perçoivent eux-mêmes.

Il est donc très important que les médias offrent une couverture réaliste de nos sociétés, qui rende justice à toutes les différentes communautés qui vivent ensemble dans un espace donné, dont bien sûr les migrants et les réfugiés.

Lorsque chacun se sent représenté et inclus, il se sent aussi valorisé. Si les migrants et les réfugiés sont uniquement dépeints comme un « fardeau » ou une « menace », leur vie en sera affectée, ainsi que celle de leurs communautés.

D'autre part, une couverture inclusive et précise de la société aide à créer un sentiment d'appartenance et contribue à un débat moins polarisé. Si toutes les communautés sont représentées de manière adéquate et exacte, il est beaucoup plus difficile d'utiliser et d'abuser des émotions à des fins politiques.

Le journalisme et les médias devraient aider les gens à comprendre le monde qui les entoure et à s'orienter dans les complexités de nos sociétés. Pour que cela se produise vraiment, la représentation dans les actualités devrait être plus inclusive et refléter la société.

Voici quelques points qui expliquent pourquoi une couverture précise et inclusive de la migration est importante pour tous. La liste n'est pas exhaustive.

A – La complexité est une bonne chose

Nous vivons dans un monde complexe. Lorsque les médias simplifient à l'extrême le sujet, la compréhension nuancée d'une question peut disparaître. Toutefois, complexité ne signifie pas complication. Le reportage d'actualité doit viser à donner une vue d'ensemble des différentes facettes d'une question ou d'un événement. Il est important de fournir le contexte et l'historique afin de développer la connaissance et la compréhension d'une question complexe.

Dans le cas de la migration, lorsque les médias se concentrent uniquement sur le moment de la fuite, sur le traumatisme de la fuite, ils laissent de côté tout ce qui fait d'une personne

ce qu'elle est, avec son histoire, ses capacités, les raisons pour lesquelles elle se trouve dans une situation particulière. Plus dommageable encore, elle encourage l'identification des migrants et des réfugiés au seul mouvement de migration ou de fuite. Ce mouvement n'est qu'une toute petite partie de l'expérience de chaque migrant et réfugié.

Une couverture nuancée peut aider les gens à comprendre que la migration est un phénomène naturel, que les gens se déplacent d'un pays à l'autre, d'un endroit à l'autre, depuis que l'humanité existe. Les simplifications et les généralisations outrancières comme « les réfugiés sont bons » ou « les migrants sont mauvais » ne laissent aucune place aux nuances, aux zones grises intermédiaires. Or nos vies comportent beaucoup de zones grises.

La migration est un phénomène complexe et fluide. Il se peut que des personnes qui décident volontairement de quitter leur pays se rendent compte qu'elles ne peuvent pas y retourner. De même, certaines personnes qui seraient « techniquement » des réfugiés peuvent choisir de ne pas être reconnues comme telles.

Les migrants peuvent être « volontaires » à un moment donné et « forcés » le lendemain. Diviser les gens en « migrants volontaires » et « migrants forcés » est un concept artificiel. Les personnes peuvent changer plusieurs fois de catégorie. La responsabilité des médias et des communicants dans la communication de cette complexité est extrêmement élevée.

La chercheuse colombienne Camila Esguerra Muelle [a énoncé](#), dans un livre sur la représentation médiatique de la migration, qu'« il est important de comprendre que les matériaux et le langage que nous utilisons et produisons, en tant que chercheurs et journalistes, ont la capacité de 'créer des réalités' pour ceux qui nous lisent. Nous devons savoir quelles réalités nous produisons, et en devenir responsables. »

Les catégories et les définitions nous aident à comprendre le monde, mais nous devons également être conscients que les catégories et les définitions sont fluides. Les médias peuvent aider à décomposer les contextes et les arrière-plans, pour que nous puissions mieux comprendre des concepts complexes.

Une [étude sur la couverture des migrations](#) en Afrique du Sud fait valoir que « les médias présentent généralement des perspectives limitées sur les migrations transfrontalières, laissant ainsi les Sud-Africains dans l'ignorance de la complexité même de ce phénomène mondial et séculaire. »

Cette simplification excessive peut contribuer à la xénophobie, voire avoir des conséquences néfastes, comme la violence réelle à l'encontre des personnes perçues comme « étrangères ». Selon l'[étude sud-africaine](#), « un rapport de 2009 de la Commission des droits de l'homme a révélé que les auteurs des violences xénophobes de 2008 ont été 'inspirés' par la couverture médiatique des attaques. »

Ces résultats sont cohérents avec un [Rapport de Reuters sur l'actualité numérique](#) selon lequel, dans l'ensemble des pays échantillonnés, « la plupart des gens sont d'accord pour dire que les médias d'information les tiennent au courant de ce qui se passe (62 %), mais seulement la moitié (51 %) disent que les médias d'information les aident à comprendre les nouvelles. » Le manque de complexité des nouvelles peut contribuer à ce résultat.

La seule façon de commencer à comprendre ce que signifie réellement la migration - et tout autre phénomène complexe - est d'introduire davantage de complexité dans le discours.

B – La diversité de la représentation, un facteur de confiance dans les médias

Nos sociétés sont diverses et présentent de multiples facettes. La diversité fait partie de notre identité depuis longtemps : les jeunes et les personnes âgées, les personnes de différentes confessions et croyances, les personnes ayant des orientations sexuelles, des identités et des expressions de genre différentes, les personnes handicapées, les personnes ayant des origines nationales, ethniques ou raciales différentes ont toujours été présentes dans nos sociétés.

Les reportages des médias ne reflètent pas toujours cette diversité. Les médias choisissent régulièrement de se focaliser sur certains groupes. Ces groupes varient d'un pays à l'autre, mais ils sont invariablement une représentation des principaux détenteurs de pouvoir dans la société.

Une [étude de la WACC Amérique latine](#) sur la représentation de la pauvreté dans les zones frontalières entre l'Argentine et le Brésil, et l'Argentine et la Bolivie, a révélé qu'en effet, les personnes les plus pauvres et marginalisées sont à peine représentées dans les médias, même dans les zones où elles sont visiblement présentes dans la société. La question de la pauvreté, lorsqu'elle est présente, n'est pas abordée sous un angle permettant une discussion franche et un engagement constructif, ce qui empêche de trouver des solutions communes.

Les médias ont un rôle important à jouer dans une société démocratique ; il est très problématique qu'ils [utilisent leur pouvoir](#) pour offrir une couverture à des personnes et des sujets spécifiques, en omettant d'en souligner d'autres, ou en se focalisant excessivement sur certains sujets.

L'ancien Secrétaire général des Nations unies Kofi Annan [a déclaré](#) qu' « en donnant une voix et une visibilité à tous - y compris et surtout aux pauvres, aux marginalisés et aux membres des minorités - les médias peuvent contribuer à remédier aux inégalités, à la corruption, aux tensions ethniques et aux violations des droits fondamentaux qui constituent les causes profondes de tant de conflits.» Selon une [étude réalisée par le projet Media4Diversity](#), la diversité dans la façon dont les médias dépeignent les sociétés est essentielle pour favoriser la cohésion sociale et prévenir les conflits.

Dans le contexte de la migration, [une étude](#) portant sur l'Europe a révélé que « la plupart des groupes d'immigrés et des minorités ethniques sont sous-représentés dans les médias par rapport au nombre respectif de personnes vivant réellement dans chaque pays » ; aussi que la couverture des immigrés, par exemple aux Pays-Bas et en Allemagne portait uniquement sur les demandeurs d'asile - un « sous-ensemble » très spécifique de migrants - même avant la « crise » de 2015.

L'étude [Refugees Reporting](#), en 2017, a révélé que la représentation des réfugiés et des migrants ne correspond pas nécessairement à la présence réelle des communautés de migrants dans les différents pays. Alors que durant cette période la majorité des réfugiés en Europe provenaient du Moyen-Orient, une forte population de réfugiés en Italie provenait en fait de pays d'Afrique de l'Ouest, en particulier du Nigeria. Pourtant, cette population était totalement invisible dans l'actualité du pays, et presque jamais mentionnée.

Plus la diversité des personnes est présente dans les informations, plus les gens se sentiront représentés par les médias. La représentation peut aider à (re)construire la confiance dans les médias, ce qui est particulièrement important à la lumière des niveaux de confiance en baisse constante enregistrés par [Reuters](#).

Recommandations pour la diversité des médias

Les recommandations ci-dessous sont tirées d'un [rapport publié par le projet Media4Diversity](#). Elles portent sur l'Europe mais sont facilement transposables à d'autres contextes.

Voir l'opportunité

Une représentation plus équilibrée et plus fidèle de la diversité de l'Europe permettra de tirer parti d'une plus grande cohésion sociale et d'une plus grande sécurité, d'une plus grande confiance du public dans les médias et de nouvelles sources de revenus grâce à un journalisme et une production qui trouvent un plus grand écho auprès de leur public.

Intensifier le dialogue

Encourager et participer à des dialogues nationaux et européens équilibrés et inclusifs, à des plateformes de réflexion, de débat, de coopération et de partenariat entre les décideurs politiques, les organisations de la société civile et les organisations de médias sur le rôle des médias dans la promotion de la diversité et la lutte contre la discrimination, afin d'identifier les nouvelles opportunités et d'échanger les meilleures pratiques.

Tenir compte de tous

Veiller à ce que tous les motifs de discrimination dans le domaine des médias - l'origine nationale, raciale ou ethnique, également liée spécifiquement aux Roms, la religion ou les convictions, le handicap, l'orientation sexuelle et l'identité de genre, la jeunesse et la vieillesse, ainsi que la question de la dimension de genre et de la discrimination multiple - soient également reconnus et inclus dans les initiatives des médias visant à lutter contre la discrimination et à promouvoir la diversité.

Viser... et mesurer

Lors de la conception d'une initiative médiatique visant à promouvoir la diversité et à lutter contre la discrimination au sein d'une organisation ou entre organisations, établissez et communiquez des objectifs clairs et quantifiables (tels que des quotas de diversité dans le recrutement, un nombre minimal d'heures de formation annuelles pour le personnel et des objectifs concrets pour accroître la part d'audience des groupes de la diversité) et veillez à ce que les progrès soient contrôlés en permanence et entièrement évalués une fois l'initiative terminée.

C – Un journalisme éthique, responsable et équilibré

Le journalisme éthique est la base de toute couverture responsable. Un journalisme fondé sur des faits, impartial et responsable, et conscient de son impact sur la vie des autres. Dans de nombreux pays du monde, il est demandé aux journalistes de se conformer à un code d'éthique ou de conduite destiné à réglementer la profession. Dans d'autres pays, il existe des codes spécifiques au sujet de la migration, par exemple la Charte de Rome pour l'Italie.

Charte de Rome

La [Charte de Rome](#) [*Carta di Roma*] est un code de conduite visant à promouvoir une couverture exacte et respectueuse sur le thème de la migration et de l'asile. Il a été élaboré conjointement par des journalistes, des organisations de la société civile et l'Agence des Nations unies pour les réfugiés. Il repose sur quatre principes clés :

1 Adopter une **terminologie appropriée et juridiquement précise**. Lorsque le langage utilisé reflète la réalité, il est beaucoup plus difficile de se laisser aller à la désinformation

2 Utilisez des informations **précises et vérifiées**. Éviter de diffuser des informations inexactes, simplifiées ou déformées concernant les demandeurs d'asile, les réfugiés, les victimes de la traite et les migrants

3 **Protéger les sources**. Adopter des solutions pour garantir que les personnes qui s'adressent aux médias ne soient pas identifiables par leur nom ou leur image

4 **Consulter** des experts. Si possible, faire appel à des personnes et à des organisations expertes en la matière, afin de publier des informations claires et complètes qui analysent les racines du phénomène

Le projet [Refugees Reporting](#), en 2017, a montré que, lorsque les journalistes adhèrent à un code de conduite, les résultats sont visibles. Parmi les sept pays européens étudiés, la Norvège fait souvent figure d'exception.

Cela peut être attribué à l'existence d'un code de déontologie de l'Union norvégienne des journalistes qui existe depuis longtemps et qui est utilisé par la plupart des journalistes du pays. [<https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/vvpl-engelsk/>]

Cela signifie, par exemple, que les principes de l'égalité des sexes et de la citation directe des sources sont désormais ancrés dans les pratiques journalistiques du pays, contribuant ainsi à un journalisme plus éthique et responsable dans son ensemble.

Au niveau international, le [Réseau du journalisme éthique](#) propose cinq principes pour une couverture éthique de la migration.

Barre latérale

Guide en cinq points pour les rapports de migration - de <https://ethicaljournalismnetwork.org/resources/infographics/ethical-guidelines-on-migration-reporting>

1. Les faits, pas les préjugés

- Sommes-nous précis et avons-nous été impartiaux, inclusifs et basés sur des faits dans nos reportages ?
 - Agissons-nous indépendamment des récits qui découlent de la politique et des émotions plutôt que des faits ?
 - Rendons-nous compte de manière équitable et transparente de l'impact de la migration sur les collectivités ?

2. Connaître la loi

- Demandeur d'asile ? Réfugié ? Victime de la traite d'êtres humains ? Travailleur migrant ? Utilisons-nous le terme « migrant irrégulier » ? Comprendons-nous et

utilisons-nous correctement les définitions des migrants et expliquons-nous à notre public les droits auxquels les migrants ont droit en vertu du droit international, régional et national ?

3. Faire preuve d'humanité

- L'humanité est l'essence même du journalisme éthique. Mais nous devons garder nos émotions sous contrôle, éviter la victimisation, la simplification excessive et le cadrage de la couverture dans un contexte humanitaire étroit qui ne tient pas compte de la situation globale.

4. Parler au nom de tous

- Avons-nous dans nos ressources des voix de migrants ? Sommes-nous à l'écoute des communautés qu'ils traversent ou rejoignent ? Remettez en question la représentativité des porte-parole auto-proclamés de la communauté et des migrants.

5. Défier la haine

- Avons-nous évité l'extrémisme ? Avons-nous pris le temps de juger si un contenu incendiaire sur les migrants ou ceux qui cherchent à limiter la migration peut conduire à la haine ? Des mots comme « hordes », « tsunami » et « vagues » doivent être traités avec prudence, tout comme l'utilisation sans discernement des termes « racisme » et « xénophobie »

Il est important que nous comprenions tous que la façon dont nous voyons le monde est le produit de nos nombreuses influences et expériences sociétales et personnelles. C'est un fait tout simple. Mais en en prenant conscience, nous pouvons commencer à comprendre quand nos idées préconçues affectent notre façon de penser ou de parler d'une question. Il s'agit d'une réflexion nécessaire pour tout le monde, mais surtout pour ceux qui rédigent et préparent du contenu au profit d'autres personnes.

Un rapport de [People in Need](#) destiné aux étudiants en journalisme, exhorte les futurs reporters à « prendre conscience de la façon dont nous voyons le monde et pourquoi, de l'impact que cela a sur la façon dont nous abordons les sujets et les événements que nous relatons à notre public. » Nous avons tous nos préjugés, nos antécédents, nos privilèges ou nos revers - il est nécessaire d'en être conscient, et de réaliser quand cela peut faire obstacle à un reportage précis.

Une description neutre, éthique et impartiale est ce à quoi les médias devraient toujours aspirer. Le journalisme doit fournir aux lecteurs, aux auditeurs et aux téléspectateurs des informations précises, factuelles et impartiales, afin qu'ils puissent prendre des décisions en connaissance de cause.

Dans l'étude [Refugees Reporting](#), l'aspect du journalisme neutre est apparu comme un point clé, relevé par les réfugiés et les migrants eux-mêmes. L'empathie doit être encouragée ; ni la franche hostilité, ni la sympathie excessive ne sont utiles. La sympathie peut être une dangereuse pente glissante, avec le risque de tomber dans la victimisation ou l'« assistancialisme ».

Un rapport totalement, ouvertement positif sur la migration n'est pas utile, car il est irréaliste. La migration a ses avantages et ses défis, et les uns comme les autres peuvent figurer dans

la présentation. Il est important de maintenir un équilibre entre les deux et, surtout, de veiller à ce que la couverture des deux aspects soit neutre.

Une couverture ouvertement négative est encore plus dangereuse. « Un résultat négatif ultime de la représentation médiatique est la déshumanisation des groupes sociaux. Ainsi, les individus de ces groupes se voient refuser le statut d'être humain, ce qui justifie leur exclusion, les mauvais traitements et même le soutien à l'expulsion », affirme [cette étude](#).

Par exemple, dans le cas de [l'Afrique du Sud](#), les médias « jouent un rôle actif en diffusant des informations sur ce qu'ils perçoivent comme des activités illégales de migrants, ce qui renforce la pression sur le gouvernement et l'appareil institutionnel pour qu'ils agissent. En dépeignant un lien entre immigration et criminalité, les médias peuvent intensifier l'opinion publique et promouvoir une panique morale. »

La neutralité est une valeur primordiale à laquelle il faut adhérer. Il s'agit aussi, en fin de compte, d'adhérer aux principes fondamentaux de l'éthique journalistique.

D - Créer une discussion plus inclusive

Nous vivons une époque particulièrement polarisée, où les opinions extrêmes occupent le devant de la scène, sans laisser de place au juste milieu. Le sensationnalisme, les reportages inexacts et les campagnes de désinformation peuvent contribuer à la création d'un débat public délétère, où la migration est souvent évoquée comme une question litigieuse. Les médias peuvent toutefois jouer un rôle différent. Il peut ramener l'équilibre dans la discussion, il peut élargir l'espace pour le juste milieu.

[Des études](#) ont observé que la façon dont les médias couvrent la migration a une certaine influence sur les perceptions du public, ainsi que sur l'élaboration des politiques liées à la migration.

L'exposition à certains médias qui considèrent les migrants et la migration sous un angle ouvertement négatif, [influence](#) les attitudes des lecteurs à l'égard des migrants et de la migration au fil du temps. Les reportages incendiaires, visant à faire du sensationnel, attisent les flammes de l'agitation sociale.

Le [Réseau du journalisme éthique](#) a constaté que « les médias ont du mal à assurer une couverture équilibrée lorsque les dirigeants politiques ou communautaires au niveau national ou régional réagissent avec un mélange de panique et de préjugés au mouvement des migrants et des réfugiés à travers les frontières nationales. »

Rendre compte de l'évolution de la situation politique, où les dirigeants utilisent le même langage incendiaire que les journalistes voudraient éviter, est un défi. Respecter les principes éthiques lorsque les dirigeants semblent ne pas le faire est un défi. C'est pourquoi les professionnels des médias doivent réfléchir soigneusement aux événements dont ils rendent compte, aux mots qu'ils utilisent et aux angles qu'ils choisissent.

Il y a dans nos sociétés une place pour une discussion plus nuancée, et les médias peuvent jouer un rôle important pour l'ouvrir. Cela inclut des reportages factuels, qui soulignent la complexité des migrations, tiennent compte des contextes géopolitiques et économiques

plus larges et se concentrent sur des solutions équilibrées. Cela peut être une façon positive et plus constructive d'avancer.

Écrire et rendre compte de la migration de manière responsable et précise, en respectant les principes du journalisme éthique, peut contribuer à changer les perceptions et à remodeler les conversations sur la migration.

Défis

Les défis à relever pour rendre compte des migrations sont multiples et peuvent inclure l'économie des médias, l'insuffisance des ressources, les structures et les pratiques des salles de presse.

Manque de ressources: Le manque de temps et de ressources suffisantes empêche de nombreux journalistes de faire leur travail correctement. L'insuffisance de financement n'est bien sûr pas spécifique à la migration, mais a un impact sur la couverture de questions complexes, à multiples facettes, et qui nécessitent une compréhension approfondie des phénomènes humains.

Manque d'expertise thématique : Très peu de médias ont des journalistes qui se consacrent spécifiquement à la couverture des migrations. Dans certaines salles de rédaction, les journalistes peuvent être affectés à différents domaines d'information et ne pas avoir le temps de développer une compréhension approfondie des différents domaines qu'ils couvrent.

Manque de diversité dans les salles de presse : Une autre question qui influence le comportement des médias est la composition des salles de rédaction. Dans de nombreux pays occidentaux, par exemple, les médias sont dirigés par des hommes blancs. Il n'y a pas non plus beaucoup de diversité au sein du personnel de rédaction et de reportage. Le manque de diversité dans les salles de presse influence la sélection et le traitement des informations.

Langue et terminologie : La langue est un défi majeur, et l'utilisation d'une terminologie appropriée est loin d'être acquise. Si les outils et les portails d'information sont disponibles pour ceux qui souhaitent les utiliser, ils ne sont pas forcément connus de tous. Il est impératif d'utiliser un vocabulaire adapté, d'apprendre les bonnes définitions et d'éviter à tout prix la déshumanisation qui accompagne l'utilisation de termes dévalorisants tels que « illégal ».

Déséquilibres de pouvoir : Le déséquilibre de pouvoir entre les journalistes et les réfugiés et migrants constitue un autre obstacle à un reportage précis sur la migration. Cela se traduit dans l'aspect d'accès : Comment les réfugiés et les migrants peuvent-ils s'adresser aux médias pour raconter les histoires qu'ils veulent raconter ?

Comment les journalistes peuvent-ils accéder aux sources au sein des communautés de réfugiés et de migrants ?

Ces facteurs façonnent collectivement l'image et la représentation des migrants et des réfugiés dans les médias, qui influencent à leur tour le discours public et le traitement de ces communautés.

Les brefs points ci-dessus, et les explications plus longues ci-dessous, illustrent l'ampleur du travail à accomplir pour produire des rapports précis et éthiques sur la migration. Cependant, là où il y a des défis, il y a aussi des opportunités.

Il y a de l'espace pour que de multiples acteurs interviennent et créent — avec les groupes qu'ils cherchent à servir — les outils, la formation et la compréhension qui font défaut. La société civile peut jouer un rôle de premier plan à cet égard et peut contribuer à créer des passerelles entre les personnes qu'elle sert et les médias. Les réfugiés et les migrants peuvent collaborer avec les journalistes pour développer des formations pour les uns et les autres, afin de pouvoir mieux se comprendre, établir les meilleurs moyens de créer des contacts. Les journalistes peuvent s'engager à respecter des normes éthiques dans leurs reportages et contribuer à une représentation plus complexe et plus nuancée de la migration.

TEXT BELOW ON PAGE 2, TEXT BOXES COULD BE VISIBLE ON PAGE 1

Des médias en manque de ressources

Le secteur des médias est confronté à de graves difficultés financières, en raison de l'évolution de la manière dont les gens consomment l'information et du prix qu'ils sont prêts à payer pour l'obtenir. Cela se traduit par des difficultés à financer des reportages d'investigation approfondis, qui pourraient donner une image plus complète de la migration.

Les médias numériques et sociaux ont permis aux gens d'accéder à de multiples sources d'information, dont beaucoup sont gratuites, si bien que les abonnements aux journaux sont en baisse dans le monde entier.

Seul un petit nombre de personnes sont prêtes à payer pour obtenir des informations, selon les dernières données de l'enquête Reuters Digital News. Bien qu'il existe de grandes disparités entre les pays, même dans les pays nordiques européens, où la plupart des gens paient pour obtenir des informations, cela ne représente qu'environ un tiers de la population. Ce taux est parfois très bas : 6 % en Croatie.

Cette situation a eu un impact évident sur les modèles de revenus des entreprises d'information et des sociétés de médias, dont certaines luttent pour maintenir la rentabilité de leurs activités et, par conséquent, pour fournir des informations précises et approfondies, selon [cette étude](#).

Les médias manquant souvent de ressources, les journalistes sont contraints de produire plus de contenu avec moins de moyens, ce qui affecte leur capacité à fournir un contexte, à analyser et à expliquer les problèmes de manière exhaustive. Tous les sujets sont concernés par cette tendance, notamment la migration car c'est un thème très complexe et très propice aux polémiques ardentes.

Les réseaux sociaux sont plus rapides (mais pas nécessairement très exacts) dans la diffusion des nouvelles

La transformation numérique signifie également qu'il existe d'autres nouveaux « concurrents » pour les médias - les blogs et les réseaux sociaux peuvent gagner plus d'audience que les médias traditionnels, et sont souvent plus rapides dans la publication de contenu. Alors que le journalisme était autrefois celui qui énonçait l'actualité, ce rôle est en train de [se déplacer](#) car le journalisme citoyen joue un rôle de plus en plus important.

L'influence des réseaux sociaux ne doit pas être sous-estimée, comme la constate le rapport [Migration Media Coverage](#) (Couverture médiatique des migrations), qui porte sur 17 pays. Le recours aux réseaux sociaux pour obtenir des informations a un impact considérable sur les cycles d'information. À tout moment, des personnes peuvent publier et partager des images d'un événement, d'une manifestation ou d'un fait digne d'intérêt - et peuvent atteindre rapidement un large public.

Cette évolution a un impact considérable sur le travail des journalistes, qui, selon les normes professionnelles, doivent vérifier leurs sources, les faits et les données avant de publier. La collecte traditionnelle d'informations est un processus plus lent. La prévalence des réseaux sociaux en tant que source d'information peut pousser les journalistes à publier rapidement, « et encourager une 'ruée vers la publication' par la diffusion de rumeurs, de spéculations et d'informations alarmistes qui alimentent la peur et l'ignorance du grand public », selon ce rapport.

Titres alléchants et sensationnalistes

Dans un paysage où les médias disposant de peu de ressources doivent rivaliser avec les citoyens qui prennent des photos et partagent les événements sur les réseaux sociaux en quelques clics et souvent directement depuis le lieu de l'événement, le changement de financement a « également accru l'intérêt des rédactions pour compter les clics », comme l'explique [ce rapport](#). Cela est dû « à la logique de la publicité numérique. »

« Dans l'espoir d'obtenir le plus de clics, les nouvelles populistes et choquantes ont remplacé les analyses approfondies et qui prennent le temps. Les nouvelles, et en particulier les titres des journaux, sont devenus plus sensationnalistes », selon la même [source](#).

Toutes ces contraintes, et leurs conséquences, contribuent à rendre difficile la réalisation de reportages approfondis, opportuns et précis sur la migration. Ils contribuent également à la difficulté que peuvent rencontrer certains journalistes à respecter les normes éthiques. Il y a peut-être plus de contenu en ligne, mais il est aussi plus difficile de trouver un contenu équilibré et neutre, qui donne une image plus détaillée d'une situation spécifique.

[unable to edit text in box below]

Un manque d'expertise spécialisée - et de voix

La migration et l'asile sont des questions multidimensionnelles, et lorsque les journalistes doivent couvrir plusieurs missions, ils n'ont souvent pas le temps d'approfondir leurs connaissances sur ces sujets.

« La connaissance et la compréhension technique limitées de la migration chez de nombreux professionnels des médias, les contraintes de ressources dans le secteur ainsi que le manque d'informations et de données sur la migration disponibles pour éclairer le travail des journalistes, même bien intentionnés, aboutissent souvent à des reportages qui réduisent la migration à ses extrêmes », note le rapport [Migration Media Coverage](#).

Le manque d' « experts » en matière de migration dans les salles de presse peut également conduire à une surutilisation des sources officielles, par exemples des déclarations des pouvoirs publics ou des données d'organisations internationales. Il peut y avoir une certaine confusion quant à l'endroit où d'autres informations sont accessibles, ou comment accéder directement aux sources au sein des communautés de réfugiés et de migrants. Cela peut conduire à ce que les voix des réfugiés et des migrants soient largement sous-représentées dans les articles de presse - comme c'est souvent le cas.

L'établissement de relations avec les communautés de réfugiés et de migrants est un processus lent qui exige la confiance des deux parties. Les journalistes qui ont consacré du temps et des efforts à cet objectif [signalent régulièrement](#) qu'ils n'ont aucune difficulté à accéder aux diverses communautés et à faire entendre la voix des migrants et des réfugiés dans leurs reportages.

Toutefois, cet aspect est aussi une question de ressources et de temps disponible pour instaurer la confiance. Comme pour toute autre communauté d'intérêt, il est extrêmement important de créer des sources avec les réfugiés et les migrants, et cela peut contribuer à une meilleure couverture de la migration.

La diversité des informations constitue également un défi important pour les médias. La diversité ne concerne pas seulement la diversité des personnes qui écrivent ou rapportent les informations - ou qui décident des informations à publier. Il s'agit également des sources utilisées dans les informations. Nous savons, grâce à plusieurs études, que les voix des migrants et des réfugiés sont souvent négligées, au profit des représentants des gouvernements, des politiciens ou des responsables d'organisations internationales ou nationales.

La diversité des voix dans les fils d'actualités contribue largement à assurer une représentation des communautés plus pertinente pour toutes les personnes qui en font partie, et qui reflète la diversité déjà présente dans la société.

La diversification des sources, et donc des voix présentes dans les médias, est une recommandation fréquemment avancée par de nombreux [rapports](#), notamment le rapport de la WACC sur la représentation des médias en [Amérique latine](#) et au [Nigeria](#).

La recherche de sources d'information diverses est un principe de base pour les médias, également énoncé dans les [Principes de Camden sur la liberté d'expression et l'égalité](#):
« Rechercher une multiplicité de sources et de voix au sein des différentes communautés, plutôt que de représenter les communautés comme des blocs monolithiques. »

La diversité dans la salle de presse

De nombreuses salles de presse sont encore très majoritairement masculines et, dans le monde occidental, blanches. Cela entrave l'établissement de la confiance et de la crédibilité en termes de représentation de la communauté. Idéalement, les salles de rédaction devraient être aussi diverses que les communautés qu'elles cherchent à servir.

En Europe, le [Projet REMINDER](#) a constaté que « la composition des salles de rédaction semble être un problème dans les quatre pays d'Europe occidentale [analysés], dans la mesure où l'opinion générale des journalistes est qu'elle ne reflète pas la diversité politique, culturelle et ethnique de leurs sociétés. »

En ce qui concerne la migration, le fait d'avoir non seulement des journalistes et des reporters, mais aussi des rédacteurs en chef, qui sont eux-mêmes des réfugiés ou des migrants ou qui ont une expérience en la matière, contribuerait grandement à une couverture plus équilibrée et plus précise. Il existe également de nombreux arguments selon lesquels la diversité dans la salle de rédaction peut contribuer à accroître l'audience et à générer de nouveaux revenus. L'embauche de journalistes et de rédacteurs ayant une expérience de la migration ou des réfugiés dans les salles de presse a souvent été recommandée par les études qui analysent la couverture médiatique de la migration.

Le [Refugee Journalism Project](#) au Royaume-Uni vise à aider les journalistes réfugiés dans le pays à relancer leur carrière, en leur offrant une formation et l'accès à un réseau de contacts dans le domaine des médias. Les projets de ce type sont très utiles pour apporter une autre perspective, directement touchée par les événements dont ils cherchent à rendre compte.

Toutefois, bien qu'il s'agisse d'un objectif à long terme, il est important que des mesures soient prises à court et moyen terme pour améliorer la diversité au sein des salles de rédaction. Il en existe de nombreuses initiatives, qui en montrent la faisabilité.

Un [programme de la BBC](#) a fait en sorte que 50 % de ses sources d'expertise soient des femmes, en suivant leurs statistiques par sexe et en imposant cet objectif. On peut très bien appliquer la même approche pour l'inclusion de sources expertes ayant un passé « divers » par migration, ethnicité ou origine.

Pour plus de ressources sur la diversité, consultez [cette page](#) et lisez [cet article](#). Les deux, dans le contexte des États-Unis, traitent principalement de la diversité des races et des sexes, mais ils peuvent facilement être appliqués à des contextes liés à la migration. L'attention portée à la diversité exige une approche intersectionnelle tenant compte des identités multiples présentes dans la société ; dans le cas des communautés de migrants et de réfugiés, l'expérience de la migration ou de l'asile sera influencée par divers marqueurs, notamment le sexe, la race, l'ethnicité, la classe et la sexualité. Il est important d'intégrer ces voix dans la conversation et de leur laisser l'espace nécessaire pour façonner le récit.

Les mots ont un sens

Le langage que les médias utilisent pour parler de la migration peut faire toute la différence. Il a une forte influence sur la façon dont le public comprend, perçoit et réagit à un sujet. Les mots encadrent la compréhension d'une situation. C'est pourquoi il est si important d'utiliser une terminologie appropriée et précise dans les rapports.

Le manque de ressources dans les médias et le manque de connaissances spécialisées peuvent expliquer pourquoi il y a souvent confusion dans les termes utilisés pour désigner les migrants, les réfugiés, les demandeurs d'asile, etc.

Barre latérale

Aucun être humain n'est illégal

Le terme « illégal » mérite une remarque. Dans de nombreux pays, les migrants sont qualifiés d' « illégaux », un terme à la connotation péjorative quasi universelle. Elle présente les gens comme des criminels, ce qui implique qu'ils ne devraient pas être là où ils sont.

Ce terme ne devrait jamais être utilisé pour désigner un être humain. Elle est discriminatoire et prive les autres êtres humains de leur humanité. Le concept d'être humain « illégal » n'existe pas.

Une personne peut se trouver en situation irrégulière dans un pays (par exemple, lorsqu'elle n'a pas de titre de séjour), mais elle ne peut jamais être illégale. Les médias ont une responsabilité particulière à cet égard, et ne devraient jamais utiliser ce terme.

L'initiative [Words Matter](#) de la Plate-forme pour les sans-papiers, propose des alternatives utiles. Vous trouverez des dépliants contenant des mots plus appropriés et non discriminatoires dans plusieurs langues.

Au-delà des étiquettes utilisées pour décrire les immigrants, un autre défi dans la couverture médiatique est la façon dont on parle des personnes dans un article ou un reportage.

L'utilisation de mots tels que « *raz de marée* » pour décrire les immigrants donne l'impression de quelque chose de dangereux et d'imparable.

Ou pire, des mots qui sont utilisés pour décrire négativement des groupes indistincts, comme des *hordes*. Tous ces mots gomment l'individualité des réfugiés et des migrants et objectivent les réalités vécues par des personnes qui se déplacent d'un endroit à un autre, chacune d'entre elles ayant son histoire et son individualité.

« Cette question de terminologie (et le fait que la migration dans son ensemble soit principalement rapportée comme, et devienne ainsi, presque un synonyme de migration/immigration irrégulière) est peut-être le plus grand défi pour assurer une couverture plus équilibrée de la migration : privilégier à 'migrants' l'expression 'personnes bénéficiant d'une mobilité facilitée', et à 'diaspora' l'expression 'communautés d'expatriés' ne sont que deux exemples parmi d'autres du défi terminologique. L'élaboration de terminologies distinctes crée une séparation et creuse le fossé entre 'nous' et 'eux' ; elle empêche une meilleure compréhension et entrave la perception de points communs », explique [cette étude du Réseau du journalisme éthique](#).

Barre latérale

Aller au-delà de l'étiquette

Même lorsque les médias utilisent la bonne terminologie, les termes « réfugié » ou « migrant » ne sont souvent que des étiquettes attachées à des personnes, et par lesquelles on suppose que ces personnes sont connues et comprises.

Dans l'étude [Refugees Reporting](#) (2017), près de la moitié (43 %) de l'échantillon analysé ne précisait pas de profession pour les réfugiés et les migrants identifiés dans les reportages, tandis que plus d'un quart (27 %) les identifiait uniquement comme « réfugiés » ou « migrants » - comme si cet aspect était une profession. Il est intéressant de comparer ce résultat avec les personnes de l'échantillon qui n'ont pas été identifiées comme réfugiés ou migrants : dans seulement 12% des cas, leur profession n'était pas indiquée.

Chaque « réfugié », chaque « migrant » est, avant tout, un être humain. Aller au-delà de l'étiquette, montrer la personne qui est derrière, permet de créer des liens entre différentes personnes et d'avoir une compréhension commune de l'humanité.

La langue est un élément clé de la représentation des réfugiés et des migrants dans les médias. Elle peut créer un climat d'acceptation et de compréhension, ou un climat de peur et de haine. « Tous ceux qui s'intéressent à cette question, et pas seulement les journalistes, ont la responsabilité d'éviter de jouer sur les peurs et les incertitudes des gens, d'éliminer le langage de la confrontation et de l'hostilité et d'encourager les dialogues nationaux sur la manière de relever les défis de la migration », affirme [ce rapport](#).

Déséquilibres de pouvoir

Même lorsque le journalisme est précis, éthique et neutre, il est important de reconnaître qu'il existe un déséquilibre de pouvoir entre le journaliste et les personnes qui font l'actualité. C'est particulièrement le cas lorsque les médias parlent de personnes en situation de vulnérabilité.

Il faut y réfléchir. Les journalistes ont le pouvoir d'influencer les opinions, de faire la lumière et de sensibiliser à une situation spécifique, mais ils peuvent aussi aggraver les conditions de vie d'une personne, ou mettre en danger son bien-être, s'ils ne font pas attention.

L'autre aspect où est visible le déséquilibre de pouvoir est l'accès. Il n'est peut-être pas difficile pour les journalistes d'avoir accès à un camp de réfugiés, de trouver des réfugiés prêts à parler, mais l'inverse ? Dans quelle mesure est-il facile, ou difficile, pour les réfugiés et les migrants eux-mêmes de s'adresser aux médias pour que leur histoire soit racontée ?

Au cours du projet Refugees Reporting, les représentants des groupes de réfugiés et de migrants ont été très clairs quant aux limites de leurs engagements. Si les médias les contactaient occasionnellement pour leur demander une citation ou un commentaire, il leur était beaucoup plus difficile d'attirer l'attention des médias, de faire couvrir une histoire spécifique ou un événement, par exemple.

Il se peut aussi que les réfugiés et les migrants manquent d'expertise pour entrer en contact avec les médias et leur parler. Il peut y avoir un manque de compréhension des besoins des médias. Quelles sont les histoires qui fonctionnent le mieux ? Quel angle dois-je suivre ? À qui puis-je m'adresser ? Ce sont des questions pertinentes, dont les réponses ne sont peut-être pas faciles à trouver.

Barre latérale

Suggestions pour que les réfugiés et les migrants racontent leur histoire - extraites de <https://eavi.eu/wp-content/uploads/2017/12/DODONTS-GUIDEcompressed.pdf>

Racontez votre story

Apprenez les techniques de storytelling. Si possible, suivez une formation en ligne ou en personne.

Trouvez votre objectif et définissez votre but (Quoi et Pourquoi)

De quoi parle votre histoire ? Cet élément est lié à l'objectif de votre article et est similaire à un titre d'article. Équilibrez la négativité par des messages positifs.

Choisir des histoires/sujets qui concernent et touchent émotionnellement (Comment)

Choisir et définir le sujet de votre histoire est un défi. Si votre histoire vous émeut vous-même, c'est bon signe. Utiliser le point de vue de la première personne donne parfois plus d'authenticité à votre narration.

Dans tous les cas, soyez bref (Comment)

Considérez que la durée d'attention habituelle des internautes n'est pas très longue. Vous n'avez que quelques instants pour capter l'attention d'un spectateur et l'intéresser ; efforcez-vous d'être bref (2-7 min).

Trouvez votre propre style (Comment)

Les réseaux sociaux et la narration numérique offrent la possibilité de raconter des histoires sans utiliser de mots. Dans tous les cas, tenez compte des éventuelles barrières linguistiques – l'utilisation d'un langage simple peut aider à surmonter les barrières culturelles – pensez à ceux que vous voulez atteindre. Utilisez des ressources en ligne gratuites.

Faites connaître votre histoire (Où)

Par exemple, en créant un blog ou en établissant des relations personnelles avec les journalistes et les éditeurs concernés. On peut faire jouer son réseau de connaissances.

Développez également des relations avec les organisations de la société civile et les agences de presse locales pour obtenir un soutien.

Cela ouvre des possibilités pour ceux qui sont prêts à s'engager. Il existe un espace de formation – formation conjointe – pour les professionnels des médias et les réfugiés et migrants. Il y a un espace pour la société civile pour faciliter les contacts, pour élaborer ces formations avec les migrants et les réfugiés.