



Organisation internationale pour les migrations (OIM)  
L'organisme des Nations Unies chargé des migrations

## Fiche d'information n° 8

### Couverture médiatique des migrants et de la migration



Les médias peuvent largement contribuer à la façon dont l'opinion, les décideurs et les migrants perçoivent la migration et réagissent face à ce phénomène. Le chapitre 8 analyse la couverture médiatique des migrants et de la migration. S'appuyant sur les travaux de recherche menés à ce jour dans différents pays, il tente de répondre à quatre questions clés : 1) Quel est le discours des médias du monde entier sur la migration et les migrants ? 2) Quels sont les effets de ce discours sur ce que pensent et font la population, les décideurs et les migrants ? 3) Comment le journalisme contribue-t-il à ces informations ? 4) Quelles sont les conséquences, pour les travaux de recherche et la

pratique futurs, des expériences récentes concernant les médias et la migration ? Les auteurs font valoir que les variations constatées en matière de couverture médiatique de la migration reflètent en partie les profondes différences existant dans le fonctionnement des systèmes nationaux des médias.

#### POINTS SAILLANTS

- Les faits observés font apparaître que la couverture médiatique de la migration est plutôt négative, surtout lorsqu'il s'agit de la migration irrégulière. Cependant, cette négativité ne concerne pas seulement la migration car, d'une manière générale, les journalistes ont tendance à gonfler les problèmes sur la plupart des sujets. Cette propension aux « mauvaises nouvelles » comporte toutefois des exceptions puisque, dans plusieurs pays de destination et d'origine, il arrive que le traitement des questions de migration soit plus positif – ou, du moins, plus neutre.
- Les mutations que subissent les médias traditionnels et la prolifération des médias sociaux créent des possibilités de journalisme et de médias placés sous la houlette de migrants, qui peuvent ainsi produire et promouvoir leur propre contenu et mettre en relief les aspects positifs de la migration.
- Les médias sont d'importantes et d'influents sources d'information sur la taille et la nature des populations de migrants. Les décalages entre les perceptions et la réalité façonnent dans une large mesure l'opinion. Outre qu'ils influent sur ce que pense le grand public de la migration, les médias peuvent aussi peser sur les programmes d'action des responsables politiques.

- La couverture médiatique peut avoir un impact sur l'image que les migrants ont d'eux-mêmes et sur la façon dont ils se perçoivent, établissent des liens avec le pays d'accueil et envisagent leur pays d'origine. Elle peut aussi peser sur des réalités médiatisées et la décision de migrer.
- Les pratiques journalistiques influent sur les informations que diffusent les médias au sujet de la migration, selon le contexte économique et social dans lequel s'inscrivent les médias, ainsi que les décisions quotidiennes des différents rédacteurs et praticiens.

#### Changer le discours sur la migration : une perspective commerciale ?

Une campagne intitulée Stop au financement de la haine (Stop Funding Hate) a été lancée en réaction aux articles anti-migrants parus dans la presse britannique. En ciblant des sociétés qui, pour leur publicité, ont recours à des médias dont on estime qu'ils contribuent délibérément à une image négative des migrants, cette campagne vise à faire évoluer les choses par le canal économique. Par exemple, elle dit avoir persuadé Lego® de mettre un terme à son partenariat avec le Daily Mail. Cependant, les opposants à cette façon de procéder estiment qu'en encourageant de grandes sociétés à utiliser leur budget publicitaire pour faire pression sur la ligne éditoriale d'organismes d'information, on crée un précédent préoccupant pour une démocratie libérale<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Ponsford, D. 2016, Seeking an advertising boycott of newspapers you disagree with is an illiberal way to promote liberal values, The Press Gazette, 11 novembre. Disponible à l'adresse <http://www.pressegazette.co.uk/seeking-an-advertising-boycott-of-newspapers-you-disagree-with-is-an-illiberal-way-to-promote-liberal-values>.

## CONSEQUENCES

- Il est impératif de mieux comprendre :
  - Le rôle des médias dans les pays de transit et d'origine, et notamment l'utilisation que font les migrants des différents types de médias et leurs préférences en la matière. Ce point est particulièrement important pour savoir comment et dans quelle mesure les sources d'information façonnent les représentations.
  - Si et comment les différents types de messages et d'émotions façonnent les représentations du public et la formulation des politiques. Des études appliquées peuvent permettre à divers groupes de mettre au point des interventions de communication plus efficaces à l'intention du public et en ce qui concerne les questions à traiter.
  - Les différents systèmes de médias et la façon dont ils produisent (ou non) différents types de contenu sur la migration.

#### Que font les Nations Unies sur la question des migrations et des médias ?

L'initiative ENSEMBLE ([www.together.un.org/fr](http://www.together.un.org/fr)) est une tentative d'envergure mondiale pour associer les Nations Unies, leurs Etats Membres, la société civile, le secteur privé et les chercheurs à des activités à base communautaire qui promeuvent la solidarité à l'égard des migrants et des réfugiés. Elle recourt à un large éventail de médias pour faire connaître les avantages communs de la migration et prendre acte des préoccupations légitimes des communautés d'accueil. Ses messages, qui revêtent notamment la forme de témoignages de migrants, s'adressent aux communautés du monde entier. Lancée en 2016, elle a organisé et appuyé de nombreuses manifestations dans le monde, y compris des festivals de films, des ateliers et des forums de discussion.

Le rapport est disponible à l'adresse <https://www.iom.int/world-migration-report-2018>

