



Rencontre européenne Migration & Développement Projet IDEM ! (Informer sur le développement et les migrations)

20 et 21 novembre 2008, Conseil de l'Europe, Strasbourg

L'Institut Panos Paris organisait une rencontre fin novembre au Conseil de l'Europe avec les partenaires du projet européen IDEM !*, en vue de discuter des regards portés sur la question migratoire au-delà des seuls aspects sécuritaires et économiques. Les discours politiques se renouvellent, laissant entrevoir des perceptions variées au sein de l'opinion publique européenne quant aux impacts des migrations internationales sur le développement des pays. Reste qu'une action concertée en direction des professionnels des médias se fait plus que jamais sentir, afin d'encourager le changement des regards portés sur les liens entre migration et développement.



L'intégration des migrants apparaît comme un préalable aux actions de co-développement, a fait valoir en ouverture **Maria Ochoa-Llido**, chef du service des Migrations et des Roms au Conseil de l'Europe. Mais pour qu'il y ait une bonne intégration il faut aussi impérativement un accueil réussi des migrants, ce qui demande de prendre en compte toutes les réalités de la migration. Dès lors, les médias jouent un rôle capital: pour informer correctement les migrants eux-mêmes sur les spécificités de leur pays d'accueil, mais aussi pour sensibiliser les populations locales aux enjeux des phénomènes migratoires. Perçues sous l'angle de la diversité, les migrations deviennent alors aux yeux des autochtones un facteur décisif d'enrichissement social sur le long terme.



Pour **Michel Villan**, membre du Comité Européen des Migrations au Conseil de l'Europe, tout le potentiel socio-économique des migrations dans les pays d'accueil n'est pas mis à profit, notamment en raison d'un manque de volonté politique. Ainsi, « les pays d'origine et de destination sont loin de tirer le meilleur parti des effets positifs des migrations car les politiques migratoires procèdent encore, dans la plupart des cas, d'une démarche morcelée et réactive. Il est urgent de sortir ces politiques des logiques électorales et de les inscrire dans une vision globale et cohérente basée sur le respect des droits de l'Homme et l'identification des intérêts à long terme ».

L'enjeu est d'importance tant « les migrants disposent de connaissances acquises, de compétences pratiques, et d'une expérience professionnelle, d'un réseau social, qui se traduisent par le gain d'un certain capital humain ». Pour que l'apport des migrations puisse pleinement « jouer un rôle dans la transformation de la vie sociale et politique » des pays d'origine, encore faut-il « une meilleure information des opinions publiques ». Pas étonnant donc que les médias aient « un rôle déterminant dans la réussite des politiques d'intégration, mais également sur la réussite des projets de co-développement et du développement des solidarités Nord-Sud ou Est-Ouest ».

Une idée pour avancer

Un bon exemple d'ouverture des médias aux compétences issues de l'immigration a été exposé par David Eloy, rédacteur en chef d'Altermondes. Cette revue trimestrielle française ouvre ses colonnes à des contributeurs du Sud pour qu'ils livrent leur regard sur l'actualité, présentent leurs actions de terrain et offrent un point de vue original. Le projet s'est monté en 2005, suite aux violences urbaines en Seine-Saint-Denis qui ont défrayé la chronique et montré aussi à quel point les journalistes « n'avaient aucun regard distancié sur ce qui se passait, n'allaient pas à la rencontre des habitants ». Avec l'appui de collectivités et d'associations, Altermondes a proposé à une douzaine de jeunes d'écrire en tant que reporters sur leurs lieux de vie. Six médias (La Vie, L'Humanité et Libération, Afrik.Com, Respect Magazine, Saphirnews.com) ont joué le jeu en mandatant des journalistes pour les accompagner pendant trois mois dans cette aventure. Un succès !



Changer les regards sur les migrations

Les rapports entre migration et développement font l'objet de nombreuses analyses depuis plusieurs années en Europe. Chaque partenaire a pourtant pu constater des manques qui sous-tendent des visions souvent peu valorisantes des migrants...



La question du lien entre migration et développement, loin d'être nouvelle, laisse apparaître un traitement à la fois récurrent et partiel dans les productions scientifiques, a souligné Stéphane de Tapia, directeur de recherche au CNRS. Les interrogations aujourd'hui portées semblent toujours frappées d'une véritable « amnésie collective » tant elles laissent de côté les acquis des recherches jusqu'à présent effectuées. Ainsi, chacun réinvente la roue en oubliant les expériences déjà mises en place, les conclusions sur les retombées positives des migrations ou encore les difficultés identifiées pour maximiser les effets vertueux des actions de migrants. Pour Stéphane de Tapia, cette situation est « désespérante » car

la notion de co-développement requiert d'inscrire les réflexions dans la continuité, « sur le long ou moyen terme » pour éviter les approches « contre-productives ».



Un manque important identifié par les partenaires tient à l'absence de travaux de recherche sur le traitement médiatique des migrations et du développement. Au Royaume-Uni par exemple, ces questions ne sont que marginalement traitées par les médias, a souligné Sharif Shahid Latif, directeur du Connection for development (CFD). Le décalage avec la position des experts est flagrant: alors qu'ils « véhiculent une image positive et pointent les actions réussies des migrants au Royaume-Uni et dans leurs pays d'origine sur le plan micro et macro économique », les médias continuent globalement à livrer « un traitement négatif sur les migrants au sein de la société », perçus comme des « charges » pour la société voire comme auteurs de « troubles à l'ordre public ».

Le pouvoir des médias sur la perception qu'a la population des migrants est à ce point fort que toute information tronquée se révèle hautement préjudiciable. Pour contrecarrer cela, les organisations de migrants ne disposent que de peu de moyens d'action et peinent à « s'unir pour apporter des contrepoids aux informations des médias à grands tirages ».



Manque de coordination de la société civile

Le constat n'est guère mieux au Portugal, où l'intérêt manifesté par les médias concerne avant tout l'immigration assimilée à la violence, a témoigné Joana Barros, chargée de mission au CI-DAC. Elle parle d'« absence de connaissance et de données de la part des journalistes sur ces thématiques, ainsi que la quasi impossibilité de trouver actuellement des journalistes travaillant sur la question de migrations et développement ». Si quelques radios locales évoquent les initiatives des migrants, il n'existe pas encore de médias conçus et animés par les migrants eux-mêmes.

Les associations éprouvent d'ailleurs des difficultés à travailler ensemble et les acteurs portugais manquent finalement d'informations précises sur les diasporas, leurs caractéristiques,

Une idée pour avancer

Le lobbying est devenu l'instrument par excellence pour changer les choses. Preuve en est, le club Averroès a largement contribué à l'arrivée, sur TF1, du premier présentateur noir de JT en France, Harry Roselmack. Une force est à constituer en mobilisant les journalistes issus de l'immigration et des minorités. En s'associant à des journalistes européens « conscientisés », la déconstruction des images négatives pourrait enfin s'amorcer pour s'inscrire une vaste action de sensibilisation aux enjeux de la diversité mise au service de la citoyenneté.



leurs motivations et leurs attentes. La méconnaissance des enjeux migratoires invite donc à repenser « une collaboration plus étroite entre les journalistes et les chercheurs ». Du côté des organismes de recherche, le discours scientifique manque de structuration et de position commune pour construire un corps de théorie et de connaissance consensuel.



Faire évoluer les mentalités

Le défaut de concertation entre organisations de migrants pour contrebalancer le discours dominant est également manifeste en Italie. Il y a bien une « urgence » à travailler pour une meilleure communication et pour que soient érigés « des ponts entre les communautés d'autochtones et celles des immigrés ». Dans un pays comme l'Italie, où l'immigration est un phénomène relativement nouveau, « il reste encore beaucoup d'efforts à faire », a noté Jonathan Ferramola, chargé de mission au COSPE. Les mentalités évoluent cependant, peut-être car les chiffres parlent d'eux-mêmes: sur les 55 millions d'habitants, 4 millions sont issus de l'immigration et génèrent 9% de l'économie nationale...

Au final, politiques et médias « semblent avoir compris l'enjeu que représentent les migrants dans le développement économique et social du pays ». Mais le chemin à parcourir semble long pour véritablement prendre en compte toutes les dimensions des migrations. Les médias s'intéressent toujours en priorité aux aspects d'intégration, de clandestinité et plus accessoirement aux vertus des transferts d'argent et de l'entrepreneuriat migrant. L'heure semble au changement de perception, grâce à une couverture importante des questions migratoires en général.

Ainsi, le paysage médiatique italien montre une véritable « omniprésence » de ce thème. Un pas reste pourtant à franchir: davantage parler des structures qui accompagnent les migrants dans leurs actions de co-développement. Un tel effort permettrait de changer le regard que porte encore la grande majorité des Italiens sur les immigrés, largement conditionné par le message véhiculé par les médias, qui n'invite pas au dialogue.

Une idée pour avancer

Le paysage médiatique européen montre aussi des signes encourageants d'évolution sur les questions de migration. Mais pour mieux cibler les pays où le plus gros du travail reste à faire, pourquoi ne pas établir un système international de « carte rouge » afin d'identifier les zones où de mauvaises politiques de communication sont en place, et ainsi concentrer les efforts ? Cela supposerait de reconnaître des objectifs communs et de rédiger un « code de conduite au niveau européen » au service de l'information.

Témoigner de la richesse des migrations

En Espagne aussi les médias jouent un rôle considérable dans la construction et dans la diffusion de la thématique migration et développement. Tous les acteurs de la vie économique se sentent concernés, à l'instar des entreprises et notamment des banques, qui diffusent des publicités valorisant la contribution des migrants au développement. Des initiatives sont encore à encourager, en particulier pour parvenir à davantage de coordination entre les acteurs et à un partage des connaissances, à une articulation et à une interconnexion entre les différentes structures. Plusieurs projets, notamment des documentaires, visent à apporter un regard mélioratif sur les migrations.

Selon les participants Français, parler des liens entre migration et développement dans l'hexagone reste encore l'affaire d'experts. L'immigration n'est véritablement évoquée dans les médias qu'avant tout lors « d'événements tels les émeutes en banlieues ou les élections ». Le grand public se voit alors proposer une grande quantité de reportages audiovisuels, d'articles de presse, de rapports, puis... plus rien. Et pourtant les initiatives de co-développement ne manquent pas !

Le paysage médiatique français, à l'instar de ses voisins européens, manque finalement de « sérénité » vis-à-vis des migrations: au lieu de systématiquement chercher un « rôle » aux migrants, mieux vaudrait « reconnaître que chacun des acteurs a ses spécificités et créer un cadre de concertation afin de renforcer la culture de partenariat ».



Médias et migrations : des images pour quels messages ?

Changer le discours médiatique sur les migrations nécessite au préalable de mieux structurer le message porté par les associations et de clarifier les concepts utilisés. Mieux faire comprendre signifie aussi savoir se faire comprendre correctement.



Bien souvent, les ONG et les médias se parlent sans que les deux mondes ne se comprennent vraiment, ont constaté plusieurs participants. Un effort reste donc à produire du côté des acteurs de la société civile: ils doivent s'attacher à parler d'actions concrètes plutôt que de notions théoriques, à construire des messages clairs. Tout n'est pas négatif, loin de là, et de nouvelles opportunités font jour avec l'émergence de nouveaux médias, en particulier sur internet. Le manque de dialogue entre médias et ONG est criant en Espagne, a témoigné Carmen Corredor, journaliste à la Radio Television Espagnola. L'incompréhension est parfois totale, avec des journalistes qui éprouvent le sentiment de ne pas avoir accès aux véritables informations et d'avoir en face des structures qui souhaitent faire passer leur message coûte que coûte, « même lorsque cela relève de la propagande ». À ces difficultés pour exercer le métier de journaliste, s'ajoutent des contraintes d'audience: montrer un sujet sur les migrants se traduit toujours par une baisse de l'audimat.



« On a coutume de dire que les médias ne répondent qu'aux forces de marchés et aux décideurs politiques », a renchéri Nana Ama Amamoo, directrice de African family foundation, réseau britannique d'organisations de la diaspora africaine. En même temps, « les politiques font confiance aux médias » à tel point que, en Grande-Bretagne, « on ne sait plus qui s'inspire de qui ». Le problème est aussi de parvenir à faire se rencontrer médias spécialistes des questions de migrations et médias généralistes pour éviter la simplification des faits et les présentations trompeuses. Pour faire bouger les choses, il paraît indispensable de développer une véritable « stratégie média » avec un budget quantifié, la mobilisation de ressources humaines adaptées, et un échange d'informations structuré pour susciter le débat public.



Associer chercheurs et journalistes

« Beaucoup pensent que les médias véhiculent des discours bien souvent chargés de l'air du temps », a poursuivi Yvan Gastaut, chercheur à l'université de Nice Sophia Antipolis. Selon lui, « le monde du journalisme se montre plus attentif qu'auparavant sur la façon dont l'information sur les migrations est traitée ». Ainsi, le Figaro magazine publiait en 1985 une couverture qu'il se refuserait certainement à sortir aujourd'hui: le titre, « Serons-nous encore Français dans 30 ans ? », accompagné du buste de Marianne couvert d'un tchador, jouait sur un amalgame entre islam, intégrisme et migrations. Les journaux ont émis des discours particulièrement virulents à l'égard des migrants, qu'ils soient italiens, espagnols, polonais, portugais... Mais les médias sont aussi amenés à réfléchir pour comprendre la complexité des relations interculturelles, ce qui souligne une fois encore l'impérieuse nécessité de mettre en relation journalistes et chercheurs autour de la « déconstruction des préjugés ». Pour Yvan Gastaut, il faut élargir cette ambition à un cadre européen pour mieux appréhender l'interculturel: « des ponts sont jetés, il faut poursuivre dans ce sens ».

Une idée pour avancer

Pour changer durablement l'opinion du grand public sur les migrants, pourquoi ne pas impliquer les structures éducatives au travers d'actions pédagogiques auprès des élèves ? Des participants ont fait valoir qu'une association étroite avec l'Education nationale pourrait porter ses fruits. Une initiative comme EducaSol, plate-forme d'ONG destinée à promouvoir la solidarité et l'action des migrants, montre le chemin à suivre: des témoignages de migrants dans les classes et dans les écoles de journalisme permettraient de mieux exposer la réalité de l'interculturalité et la richesse du co-développement.

Construire l'avenir...

Les travaux du programme IDEM portent d'ores et déjà leurs fruits, en témoignent une série de recommandations émises suite à la rencontre du 20 et 21 novembre 2008 par Thomas Lacroix, chercheur spécialiste des migrations, qui constituent autant de pistes de travail pour une possible stratégie à suivre en vue de promouvoir la relation entre la migration et le développement : **faciliter l'accès des associations de migrants** aux circuits de la coopération internationale passe par la constitution de plateformes associatives pour porter leur voix auprès des partenaires publics et privés ; **répondre aux besoins spécifiques de formation** pour enclencher un processus de professionnalisation entre les acteurs du développement ; **centraliser l'information pour les journalistes** au travers d'un site web sur la migration et le développement ; **exercer une action de lobbying** en direction des médias, des pouvoirs publics et des associations ; **sensibiliser les collectivités territoriales** aux actions de coopération décentralisée incluant les populations migrantes vivant sur leurs territoires.