

ATELIER MÉDIAS ET MIGRATIONS

Pourquoi choisir le prisme des médias pour parler de migrations ? Parce que les médias ont une influence sur les représentations que l'on se fait, notamment des phénomènes qui ne nous concernent pas directement. Parce que les médias peuvent avoir un réel impact sur l'image que l'on se fait des migrations et peuvent ainsi attiser les fantasmes autour des personnes qui migrent. La pertinence de cet atelier est assurée lorsqu'il est précédé d'un autre temps dédié à une sensibilisation sur les questions de migration (cf les autres ateliers de la plateforme). *Cet atelier peut être complété par un temps de travail plus approfondi sur les fake news, les types de médias, etc.*

Temps à prévoir

Entre 1h30 et 2h30 selon le temps dédié à chaque partie de l'atelier. L'atelier peut se découper en deux parties : un premier se focalisant sur les médias en général et un deuxième sur le traitement des migrations par les médias (plus précisément la presse).

Objectifs

- Développer un esprit critique vis-à-vis des médias
- Repérer les différents biais que véhiculent les médias dans la transmission d'information sur les migrations
- Mesurer l'impact des médias dans les représentations liées aux migrations
- Être capable de proposer un autre récit médiatique sur les migrations

ATELIER 1 - COMMENT ABORDER LA QUESTION DES MEDIAS ? (1h)

1. Introduction sur les médias

Qu'est-ce qu'un média ?

Lister avec les jeunes les différents types de médias (télévision, radio, internet, journaux...)

Comment vous informez-vous sur l'actualité ?

Lister les différentes sources d'information des élèves → y a-t-il une pluralité de médias cités ou bien on retrouve les mêmes parmi le groupe ?

Connaissez-vous d'autres médias que vous n'utilisez pas ? L'animateur.ice les ajoute au tableau.

Pouvez-vous identifier leurs différences ?

ACTIVITÉ : UNE MULTITUDE DE TYPES DE MÉDIAS

Avec un code couleur, il.elle propose aux jeunes d'**entourer les différentes sources de médias qui "vont ensemble"**. Ils doivent trouver la typologie qui ressort (par exemple, les chaînes de télévision, les chaînes de radio, les journaux de presse etc. → les modes de diffusion) Le but est de montrer qu'il y a **plein de manières de classer les médias**.

ATELIER MÉDIAS ET MIGRATIONS

Voir avec les jeunes s'ils pensent à d'autres manières d'entourer pour "mettre ensemble" certains médias. On voit alors qu'il peut y avoir différents types de catégorisations :

- moyen de diffusion ?
- fréquence de parution (en continu / hebdomadaire / mensuel...)?
- typologie politique (valeurs libérales / capitalistes / socialistes / communistes...)?
- typologie par public cible (à destination des jeunes ? des classes moyennes ? des prolétaires ? des professionnels ?...)
- traitement des données : journalisme d'investigation / grand reportage / actualité

A votre avis, quelle est la valeur ajoutée de chaque média ? Par exemple, qu'est-ce que va apporter un journal d'investigation par rapport à un journal d'actualité ? Que va permettre la radio que ne permet pas la presse et vice-versa ?

2. Introduction à la critique des médias

DANS L'INFORMATION

Questions à se poser pour une information : QUOI, OÙ, QUAND, POURQUOI, COMMENT
Mais ces questions peuvent différer selon la source interrogée pour relater un événement.

Quelles sont les sources que l'on peut croiser pour une même information ?

- l'acteur (celui qui subit ou fait)
- le témoin (celui qui voit ou entend)
- l'expert (celui qui sait)
- parfois le mandataire ou le responsable (celui qui déclare, *la police* par exemple)

ACTIVITÉ : QUI POUR QUOI ?

Essayer d'**imaginer**, pour un événement précis lié aux migrations (par exemple : le naufrage des 27 personnes dans la Manche, "la migration turque en Allemagne", "l'érection d'un mur à la frontière Etats-Unis - Mexique", "la politique migratoire de la Colombie pour les Vénézuéliens" ou tout autre événement plus local qui semble intéressant), **les différentes sources qui pourraient fournir des informations aux journalistes. L'animateur.rice propose aux jeunes d'y réfléchir en inscrivant les quatre catégories sur le tableau.**

On voit ainsi que rien qu'en favorisant une source plutôt qu'une autre, le message qu'un média fait passer peut avoir un impact différent.

Un média a toujours une orientation politique et n'est jamais complètement neutre.

A votre avis, pour une même information, quels sont les autres paramètres qui peuvent façonner un message ?

ATELIER MÉDIAS ET MIGRATIONS

De la même manière que pour les personnes ressources que l'on interroge pour une information, le choix des mots, le cadrage d'une image, le montage vidéo, le ton... intègrent un point de vue, une opinion, une façon de voir.

DEVANT L'INFORMATION :

→ **Support** : Projeter la carte "A qui appartiennent les médias ?"

Question de la presse libre ? Un média peut-il être complètement libre s'il est financé par des familles politiques, des entreprises... ?

Certains médias appartiennent à des familles politiques, d'autres à des entreprises. Certains, alternatifs, parviennent à s'auto-financer.

Il est toujours intéressant de se demander à quel point un média peut avoir une marge de manœuvre pour diffuser une information.

Il est important toutefois de rappeler que la France fait partie des pays qui défendent une presse globalement libre et protégée, là où dans de nombreux pays, il est extrêmement risqué d'exercer en tant que journaliste, notamment indépendant.

→ **Support** : Projeter la carte "la liberté de la presse dans le monde"

Pourquoi est-il important de multiplier les sources ? Laisser les réponses venir des élèves.

Éléments de réponse : Les médias ne donnent pas à voir le monde de manière objective. Ils donnent des représentations du monde qui sont fabriquées et avec lesquelles nous allons construire nos propres représentations. Chaque média va avoir un point de vue subjectif et avancer des arguments, utiliser des images, des chiffres... qu'un autre média ne reprendra pas, et qui proposera un autre point de vue. Un média n'est jamais neutre. Des outils de décryptages de média existent comme "Les décodeurs" ; "Acrimed - Action Critique Média", "Reporters Sans Frontières" ou "Mediapte" qui permettent de mettre en avant le contexte de production de l'information et la manière dont des biais peuvent être identifiés.

Outils de "fact-checking" : "Arrêt sur images", l'outil decodex du Monde, recherche inversée de Google Image, "desintox" de *Libération*.

DERRIÈRE L'INFORMATION :

Tout message médiatique n'est pas réel mais incarne une représentation du monde. Sa compréhension dépend du contexte culturel de celui qui reçoit le message. Nous-même, lecteurs, auditeurs, téléspectateurs... allons comprendre une information différemment qu'un ou qu'une autre. L'analyse du message médiatique va être influencée par notre expérience, nos autres lectures, nos croyances, nos convictions, nos préjugés...

Nous avons même tendance à privilégier les informations qui vont conforter nos mêmes préjugés, nos idées reçues, nos convictions et nos hypothèses. C'est un biais cognitif que

ATELIER MÉDIAS ET MIGRATIONS

nous avons tous. Nous sommes aussi plus touchés par les informations qui avec lesquelles nous avons plus de proximité (géographique, culturelle, individuelle ou collective).

Même si ces biais sont naturels et répandus, il est important de s'en rendre compte car c'est en se confrontant à différents messages et récits médiatiques que nous pourrions avoir une vision plus large des choses.

ATELIER 2 - COMMENT LES MÉDIAS (OU PLUS PRÉCISÉMENT, LA PRESSE FRANÇAISE) TRAITENT-ILS LES QUESTIONS DE MIGRATION (1h30)

3. Analyse d'un corpus de Unes

Les migrations sont particulièrement impactées par des discours trompeurs et les médias ont leur rôle à jouer dans les représentations qui en découlent dans les différentes sphères de la vie : politiques, opinion publique, citoyens.

« Décrit, justifié, héroïsé ou décrié, l'exil est affaire d'images et de représentations. » (Sylvie Aprile, 2020, 8)

ACTIVITÉ: DÉCRYPTAGE DE UNES

Matériel :

- Les unes de journaux imprimées

Les élèves sont répartis en groupes de quatre ou cinq. On leur distribue plusieurs unes de journaux (entre 3 et 5) (cf corpus en pièce jointe). Dans un premier temps, pendant une ou deux minutes, ils partagent leurs premières impressions et leurs premières interprétations.

→ Est-ce que ce sont des unes que vous avez déjà vues ?

→ Est-ce que vous connaissez ces médias ?

Pendant ce temps, l'animateur.rice prépare un tableau de comparaison.

Les mots pour décrire les personnes en migration et leurs connotations	Les images utilisées	Quel est le point de vue ?	A qui s'adresse le message ?	Impact - message véhiculé

“Les mots pour décrire” : péjoratif ? Neutre ? Compatissant ?

Repérez-vous des similarités entre les Unes ? ...

A votre avis, quel impact ces unes peuvent avoir sur les représentations que vous faites des migrations ?

Explication : Aujourd’hui, le mot *migrant* fait peur. Les réfugiés sont vus comme menaçants, mythe de celui qui veut nous piquer nos sous et notre travail. On parle de “menace”, “crise”, “vague”, “invasion”, “afflux”, “nuée”, toutes ces images qui renvoient à l’idée de masse, de déferlante. Or, ces termes - déshumanisants - sont inappropriés car, dans un premier temps, en termes de chiffres, il ne s’agit pas d’un phénomène nouveau (Seconde Guerre Mondiale, guerre d’Espagne...) et en termes de proportion, la population migrante n’a que très peu augmenté depuis un siècle. En 2021, la France n’accorde l’asile que à 37%¹ des demandes, soit l’un des taux les plus bas d’Europe.

Il convient aussi de réfléchir au terme même de *migrant*. Ce terme est devenu un mot générique pour décrire les déplacements de population du Sud vers le Nord alors qu’il est censé définir toute personne qui traverse une frontière et qui s’installe pour au moins un an dans un autre pays. C’est devenu une notion impersonnelle, qui rend invisible les histoires qu’il y a derrière. L’idée de “vague”, d’”invasion” nourrit les fantasmes autour du “grand remplacement” qui se base sur des peurs irrationnelles.

→ Partager la fiche technique (en PJ) et la lire avec les élèves.

→ Média spécialisé sur les questions de migration : Infomigrants:
<https://www.infomigrants.net/fr/>

4. Détournement de Unes

On va donc vous proposer d’imaginer un autre message à faire passer. **Rappel** : le choix des mots, le cadrage, le ton, l’image ont un impact sur la manière dont le message va être compris.

ACTIVITÉ : SE METTRE DANS LA PEAU DE JOURNALISTES

Matériel :

- les unes de journaux imprimées
- les images du photolangage imprimées
- des marqueurs de différentes couleurs
- des feuilles A3
- de la colle

¹ Dont 25% de l’OFPRA :

<https://www.ofpra.gouv.fr/fr/l-ofpra/actualites/premieres-donnees-de-l-asile-2021-a/>
<http://www.cnda.fr/La-CNDA/Donnees-chiffrees-et-bilans>

ATELIER MÉDIAS ET MIGRATIONS

- des ciseaux

Les élèves sont répartis en groupes de trois à cinq. Chaque groupe représente une équipe de rédaction de journal. Ils doivent détourner les Unes pour créer leur propre Une de journal et proposer un autre message sur les personnes migrantes en France (ou dans les Hauts-de-France), en se basant sur les analyses de la **Fiche Technique - “Les grandes tendances du traitement médiatique des migrations”**.

Chaque groupe (équipe de rédaction) doit se mettre d'accord sur :

- Un nom de journal (inventé ou non)
- Un style (sérieux / satirique / humoristique...)
- Un angle d'approche
- Un titre d'article
- Une ou des images
- Une légende
- Une accroche
- Les chapô des articles qui vont figurer dans le journal

A l'aide de la banque d'images (cf photolangage dans les pièces jointes), et des unes imprimées, les élèves sont invités à reprendre les images, certains mots des unes et de les détourner avec d'autres images, en tentant de faire passer un autre message. Ils peuvent découper, rayer, dessiner, écrire et coller le résultat final sur la feuille A3.

Pour aller plus loin : proposer aux élèves une liste de données (statistiques, factuelles) dans lesquelles ils doivent piocher pour réaliser leur Une.

A la fin de l'activité, chaque groupe présente sa Une et les autres la commentent en essayant de comprendre le message qui a voulu être passé et ce que la Une annonce comme information.

Comment vous êtes-vous organisé le travail ?

Comparer la place de l'image et du texte entre les différentes Unes.

Quels mots avez-vous choisi pour parler des personnes qui migrent ?

Avez-vous choisi de tracer des histoires personnelles ou des informations générales ?

Les unes sont-elles orientées ?

Bilan :

Quel rôle ont les médias dans nos perceptions des migrations ?

Quel rôle peut-on avoir en tant que citoyen.ne pour s'ouvrir à d'autres récits sur les migrations ?

ATELIER MÉDIAS ET MIGRATIONS

Sources :

Mediapte : <https://www.mediapte.fr/sp/?pour-commencer>

Reporters Sans Frontières : <https://rsf.org/>

Arrêt sur image : https://www.arretsurimages.net/recherche?q=&sort=last_version_at

Acrimed : <https://www.acrimed.org/>

Le monde diplomatique : <https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA>

Université Populaire des Images (Upopi) :

<https://upopi.ciclic.fr/analyser/d-un-ecran-l-autre/jt-et-refugies/jt-et-refugies-2-le-choix-des-personnes-filmer>