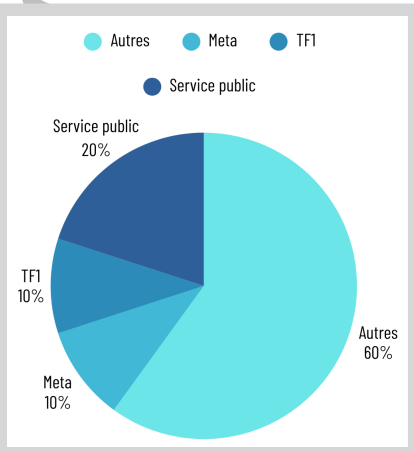


# LES MÉDIAS ORIENTENT-ILS NOS JUGEMENTS SUR LES MIGRATIONS ?

## EN RÉSUMÉ

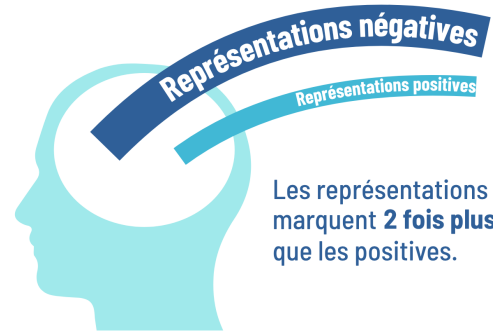
Où trouvons-nous l'information ? En France, le paysage est dominé par un trio : le service public (20 %), Meta (Facebook/Instagram - 10 %) et le groupe TF1 (10 %)<sup>1</sup>. Mais dans ce flux continu, une question dérange : comment ces sources façonnent-elles notre regard sur l'immigration et les autres minorités ethniques ? Entre l'émergence des robots conversationnels et la persistance des vieux clichés, la science nous livre trois clés pour comprendre ce qu'il se joue dans notre cerveau.



## 1. LE TON DES MESSAGES COMPTE PLUS QUE TOUT LE RESTE

- Le ton du message influence l'opinion publique dans le même sens :** les représentations négatives des minorités conduisent systématiquement à des évaluations plus défavorables, et inversement.<sup>2</sup>
- Les contenus négatifs marquent beaucoup plus que les positifs :** les représentations négatives impactent deux fois plus l'opinion que les représentations positives.<sup>3</sup>
- L'insécurité augmente l'interaction en ligne :** sur les réseaux sociaux, les messages qui font un lien entre l'insécurité et l'immigration génèrent bien plus d'interactions que les messages rassurants.<sup>4</sup>

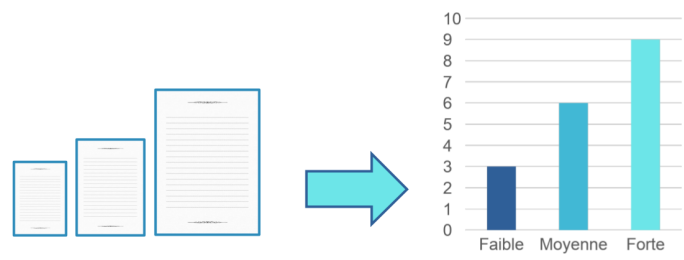
**Les médias traditionnels restent les plus influents :** ce sont eux – télévision, radio, et presse écrite – qui façonnent le plus les opinions, bien davantage que les réseaux sociaux.<sup>3</sup>



Les représentations négatives marquent **2 fois plus** l'esprit que les positives.

## 2. PLUS UN SUJET EST MÉDIATISÉ, PLUS LE PUBLIC LE JUGE IMPORTANT – MAIS PAS FORCÉMENT PLUS MENAÇANT

- Les médias déterminent ce que le public considère comme prioritaire :** la couverture médiatique de l'immigration augmente la probabilité que les citoyens la désignent comme étant un enjeu majeur.<sup>5</sup>
- L'effet sur l'opinion dépend du climat politique :** dans un pays où l'immigration est un sujet conflictuel, cette visibilité peut renforcer l'hostilité. Dans un pays où le sujet est moins politisé, elle augmente surtout l'attention et non le rejet.<sup>6</sup>
- Tous les indicateurs ne réagissent pas pareil :** les recherches Google suivent la tendance médiatique, mais avec un décalage ; les dons aux associations, eux, ne semblent pas influencés par la visibilité médiatique de l'immigration.<sup>5</sup>



Plus l'immigration est couverte médiatiquement, plus elle est perçue comme un enjeu majeur.



**DÉSINFOX VOUS RECOMMANDE DE CONSULTER...**

Coordonnées disponibles sur demande  
[contact@desinfoxmigrations.fr](mailto:contact@desinfoxmigrations.fr)

**Marie MONCADA**  
Science politique

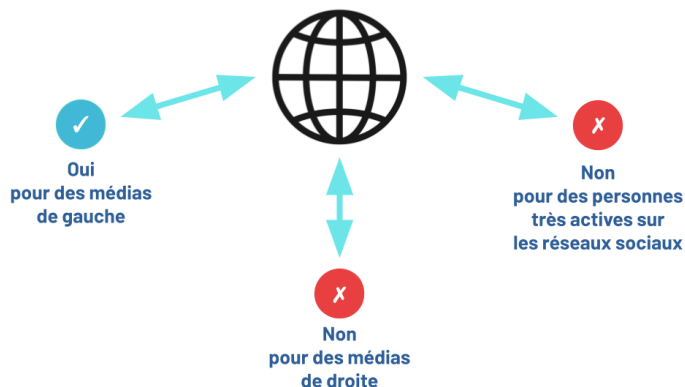
**Katharina TITTEL**  
Sociologie

**María Ignacia ALCALÁ SUCRE**

Information et communication  
*Les spécialistes mentionné-e-s ci-dessus sont indépendant-e-s de Désinfox Migrations.*

### 3. LES ENVIRONNEMENTS NUMÉRIQUES PEUVENT AMPLIFIER... OU ATTÉNUER LES PERCEPTIONS NÉGATIVES

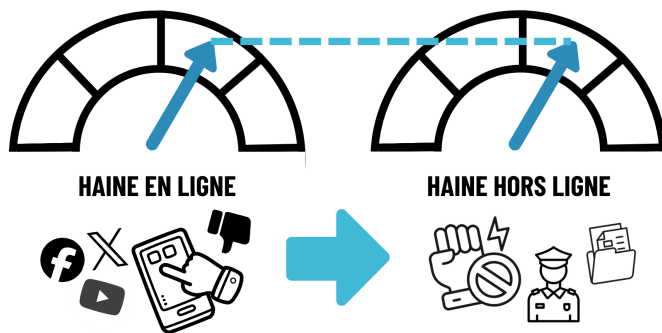
L'usage intensif d'Internet a-t-il un effet sur la perception d'une menace culturelle ?



Internet peut réduire la perception de menace culturelle, mais seulement pour certains publics : l'usage intensif d'Internet diminue les inquiétudes culturelles chez les consommateurs de médias numériques de gauche, mais pas chez ceux exposés à des contenus de droite ou très actifs sur les réseaux sociaux.<sup>7</sup>

Les discours de haine en ligne reflètent et anticipent un climat propice aux violences physiques : des chercheurs ont réussi à prédire jusqu'à 64 % des crimes de haine réels en analysant la toxicité des messages sur X (Twitter) et Facebook les jours précédents.<sup>8</sup>

Les IA comme ChatGPT peuvent adoucir le ton : elles reformulent les contenus sensationnalistes, rappellent d'éviter les stéréotypes et adoptent un ton plus neutre.<sup>9</sup>



L'analyse de la toxicité des messages sur les réseaux sociaux permet de prédire jusqu'à 64 % des crimes de haine réels

[1] Marianne Lumeau, Stéphanie Peltier et Sylvain Dejean, « Télé, radio, presse, réseaux sociaux : quels médias captent vraiment l'attention des Français ? », The Conversation, 8 septembre 2025. URL : <https://theconversation.com/tele-radio-presse-reseaux-sociaux-quels-medias-captent-vraiment-lattention-des-francais-262261> (Consultation : 9 janvier 2026).

[2] Synthèse de la littérature scientifique sur la manière dont les portraits médiatiques des minorités ethniques modifient l'opinion des citoyens à leur égard : M. Saleem, I. Hawkins, S. A. Rains, D. Mastro et S. Coles, « Media Depictions of Minority Groups », Media Psychology, 2025, p. 1-31. <https://doi.org/10.1080/15213269.2025.2498374>

[3] Autre synthèse de la littérature scientifique sur la manière dont les portraits médiatiques des minorités ethniques modifient l'opinion des citoyens à leur égard : J.-W. Simons, E. Jaspers et F. van Tubergen, « Media Influences on Ethnic Majority Attitudes Toward Ethnic Minorities », International Journal of Intercultural Relations, vol. 110, 2026, 102320. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2025.102320>

[4] Étude expérimentale sur l'engagement en ligne des Européens avec les discours sur l'immigration : T. Heidenreich, J.-M. Eberl, F. Lind et H. G. Boomgaarden, « Discontentment Trumps Euphoria », New Media & Society, vol. 26, n° 3, 2024, p. 1544-1565. <https://doi.org/10.1177/14614448221074648>

[5] Étude comparant dans quelle mesure la couverture médiatique de la migration influence la perception publique de celle-ci comme problème prioritaire : M. Maurer et P. Jost, « Comparing Agenda-Setting Effects for the Issue of Migration », International Journal of Public Opinion Research, vol. 36, n° 3, 2024, edae037. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edae037>

[6] Étude sur les raisons pour lesquelles les citoyens accordent de l'importance à la migration : S. Jin, « Why Is Immigration Important to You? », European Journal of Political Research, vol. 64, 2025, p. 671-696. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12708>

[7] Étude sur la relation entre l'usage d'Internet et la perception de l'immigration comme menace culturelle, dans 17 pays : S. Xia, « Knowing More, Worrying Less? », Technology in Society, vol. 77, 2024. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2024.102591>

[8] Étude prédictive sur le lien entre discours haineux sur X et Facebook et crimes de haine contre les migrants et les communautés LGBT en Espagne : C. Arcila Calderón, P. Sánchez Holgado, J. Gómez et al., « From Online Hate Speech to Offline Hate Crime », Humanities and Social Sciences Communications, vol. 11, 2024, 1369. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03899-1>