

Funded by the European Union



EUROMED
MIGRATION
هجرة

Implemented by



ICMPD

International Centre for
Migration Policy Development

Communication stratégique à destination des décideurs de politiques migratoires

Leçons à tirer de l'état actuel des connaissances scientifiques

Auteur: Dr. James Dennison





© Union européenne, 2021

Les informations et points exprimés dans cette étude sont celles de leur(s) auteur(s) et ne reflètent pas nécessairement la position officielle de l'Union européenne.

Les institutions et organes de l'Union européenne, ou toute personne agissant en leur nom, ne peuvent être tenus responsables de l'utilisation qui pourra être faite des informations contenues dans cette étude.

Index

Synthèse	4
Tableau 1. Vue d'ensemble des résultats expérimentaux à propos des stratégies de communication sur les migrations	5
Introduction	6
Méthodologie	7
1. Informer, corriger les perceptions erronées et utiliser la « démystification »	9
2. Susciter des émotions	12
3. Faire appel à l'intérêt personnel et à l'intérêt général	13
4. Privilégier la conformité ou la diversité	15
5. Mettre l'accent sur différents types de migrants	16
6. Privilégier le consensus	17
7. Susciter l'empathie	18
8. Effets des messagers	19
9. Faire appel à l'identité	20
Conclusion et recommandations	22
Bibliographie	24
Annexes	31

Synthèse

- Le besoin en communication stratégique dans l'élaboration des politiques migratoires est de plus en plus largement reconnu.
- Alors qu'il y a peu, les preuves académiques de l'efficacité de certaines formes de communication sur les migrations étaient relativement peu nombreuses, ces dernières années ont vu apparaître une grande quantité de nouvelles preuves expérimentales de plusieurs stratégies de communication sur la question migratoire.
- Le présent rapport passe en revue 68 études expérimentales récentes sur la manière dont les interventions de communication affectent les comportements à l'égard de l'immigration, dont la grande majorité a été publiée depuis 2015 et une proportion importante depuis 2020. Il classe leurs résultats en neuf stratégies.
- En faisant cela, il se place dans la continuité du précédent rapport de l'ICMPD « Discours narratifs sur l'immigration dans la région euro-méditerranéenne : ce que les gens croient et pourquoi » (Dennison, 2021)
- Invariablement, les stratégies efficaces sont celles qui consistent à : faire appel à l'intérêt général plutôt qu'à l'intérêt personnel, louer le conformisme plutôt que la diversité, privilégier le consensus, et susciter l'empathie.
- La vérification des faits sur les effets des migrations et le déclenchement des émotions s'avère le plus souvent efficace, même s'il existe des preuves contraires, tout comme l'attrait pour l'identité, bien que cela ne s'applique pas toujours.
- À l'inverse, insister sur la diversité s'avère invariablement inefficace, tandis que corriger les informations sur les flux de migrants et l'attrait de l'intérêt personnel dans la migration s'avère la plupart du temps inefficace.
- Ces résultats — de même que d'autres résultats plus spécifiques concernant le moment où ces effets peuvent survenir ou être les plus puissants, la manière dont ils tempèrent d'autres effets, etc. — sont résumés dans le Tableau 1 à page suivante.
- Les effets de certains types de messagers et le déclenchement de l'empathie ont été relativement sous-étudiés, malgré l'attention dont ils font l'objet en dehors du monde universitaire. Parmi les autres stratégies prisées en dehors du monde universitaire mais relativement sous-étudiées, on compte : mettre l'accent sur les valeurs, se concentrer sur l'espoir, les choses positives, et les solutions ; éviter de répéter des idées contraires ; l'utilisation du récit personnel (bien que certaines études énumérées ci-dessus se soient plus ou moins penchées sur la question). Les recherches futures devraient mettre ces théories à l'épreuve tout en tenant compte de la façon dont ces effets varient selon le type de médias, comme par exemple les réseaux sociaux.

Tableau 1. Vue d'ensemble des résultats expérimentaux à propos des stratégies de communication sur les migrations

Stratégie	Mesure de l'efficacité	Événements divers, médiations, spécificités
1a. Corriger les informations sur les stocks/flux	souvent inefficace (4 études sur 8 montrent des effets statistiquement importants)	<ul style="list-style-type: none"> • Plus efficace quand l'exposition a été plus longue. • Les informations sur les flux entraînent des impressions plus négatives que les stocks.
1b. Vérifier les faits sur les effets des migrations	le plus souvent efficace (9/11)	<ul style="list-style-type: none"> • Plus efficace quand l'exposition aux informations a été plus longue.
2. Susciter des émotions	le plus souvent efficace (4/5)	<ul style="list-style-type: none"> • Plus efficace quand l'exposition a été plus longue. • Corriger les informations fonctionne moins quand il y a eu un déclenchement d'émotions • S'avère plus puissant que les informations • L'anxiété accentue les effets de récits d'actualité négatifs • Effets prouvés du langage émotionnel
3a. Faire appel à l'intérêt personnel	le plus souvent inefficace (3/7)	<ul style="list-style-type: none"> • Les préoccupations économiques d'intérêt personnel sont principalement liées aux charges fiscales plus qu'à la concurrence pour un travail, et peuvent aussi être considérées comme une préoccupation d'intérêt général. • Quelques signes de dépoliarisation au lieu d'effets uniformes
3b. Faire appel à l'intérêt général	efficace (4/4)	<ul style="list-style-type: none"> • Les préoccupations économiques et autres s'avèrent toutes deux efficaces, si elles sont censées être bonnes pour le pays et les concitoyens
4. Privilégier la conformité ou la diversité (pour des effets respectivement positifs et négatifs)	efficace (7/7)	<ul style="list-style-type: none"> • L'image de migrants essayant de s'intégrer s'avère plus puissante que celle de migrants déjà intégrés. • L'intégration sociale, la langue et l'alimentation comptent.
5. Types de migrants	efficace (11/12)	<ul style="list-style-type: none"> • Les attributs comptent moins que le respect des règles (régularité) ou le sens de l'équité
6. Privilégier le consensus	efficace (2/2)	<ul style="list-style-type: none"> • Le rapprochement se révèle plus efficace que l'appel aux valeurs ou aux informations politiques
7. Susciter l'empathie	efficace (4/4)	<ul style="list-style-type: none"> • Les messages humanitaires s'avèrent efficaces pour susciter l'empathie • La communication basée sur les individus s'avère plus efficace que les groupes ou les statistiques
8. Effets des messagers	la plupart du temps inefficace (1/3)	
9. Faire appel à l'identité	La plupart du temps inefficace (4/5)	<ul style="list-style-type: none"> • En fonction (1) des hypothèses qui sous-tendent l'identité et (2) des migrants détenteurs de cette identité



Introduction

Les décideurs politiques comme les chercheurs en sciences sociales reconnaissent de plus en plus le besoin de comprendre ce qui fait qu'une communication stratégique sur les questions migratoires est efficace. Pour les décideurs politiques, cette communication peut avoir différents buts tels qu'informer, diffuser, rassembler l'information, etc. Néanmoins, l'un des principaux impératifs contemporains pour de nombreuses organisations internationales, ONG, etc. est d'utiliser la communication stratégique pour réduire la diffusion et la croyance dans les discours polarisants, incendiaires et de désinformation qui peuvent menacer les décrets de gouvernance migratoires fondés sur la loi et les droits et donc saper les bénéfices potentiels et amplifier les coûts potentiels de la question migratoire, au sens large. La communication stratégique sur la question migratoire partageant ces objectifs est donc de plus en plus recherchée par de nombreuses organisations) (HCDH, 2020; HCR, 2020 : 1; Dennison, 2020 ; Sharif, 2019 ; Bamberg, 2019 ; Ahad et Banulescu-Bogdan, 2018). À ce titre, il est important de comprendre quelles formes de communication stratégique sont efficaces pour améliorer l'intégration des migrations dans les communautés d'accueil, récolter les avantages économiques potentiels des migrations, défendre la sécurité et les droits des migrants tels que définis dans le droit national et les traités internationaux, réduire la désinformation trompeuse et contribuer aux objectifs éponymes du Pacte mondial pour des migrations sûres, ordonnées et régulières (PMM). Comprendre ce qui fonctionne en matière de communication peut également servir de guide pour concevoir les interventions futures, ce qui en fait un outil très important en termes de gain économique.

Scientifiquement, comprendre quelle communication stratégique fonctionne pour changer les opinions, les perceptions, et la popularité des discours sur la migration fait immédiatement naître des questions de causalité et apporte un soutien ou met à bas, parfois, des théories sociales scientifiques concurrentes sur la manière dont les attitudes se forment et, de façon plus générale, sur les raisons pour lesquelles les humains diffèrent dans leur façon de penser et de croire. Cependant, jusqu'à récemment, la plupart des études sur les attitudes à l'égard de l'immigration se focalisaient sur les corrélats, avec des résultats impressionnants et cohérents sur les déterminants sociodémographiques, psychologiques et contextuels des attitudes à l'égard de l'immigration. (voir Berg, 2015 ; Dennison et Dražanová, 2018 ; Hainmueller et Hopkins, 2014), avec une petite minorité de tests expérimentaux sur les effets des stratégies de communication, des interventions, etc. Au cours des dernières années, cela a changé rapidement, un grand nombre de nouvelles études depuis 2019 offrant des perspectives théoriques sur la façon dont les attitudes sont formées et modifiées et une plus grande certitude que les corrélations observées reflètent la causalité.

Étant donnée l'importance de comprendre quelle communication stratégique est susceptible de fonctionner pour les décideurs politiques en matière de migration, ce rapport passe en revue 68 études récentes et expérimentales de sciences sociales qui testent les effets de différentes interventions de communication sur diverses formes de comportements du public envers l'immigration. En faisant cela, il se place dans la continuité du précédent rapport de l'ICMPD « Discours narratifs sur l'immigration dans la région euro-méditerranéenne : ce que les gens croient et pourquoi » (Dennison, 2021). Il fournit plusieurs recommandations basées sur l'efficacité des neuf stratégies identifiées.

Méthodologie

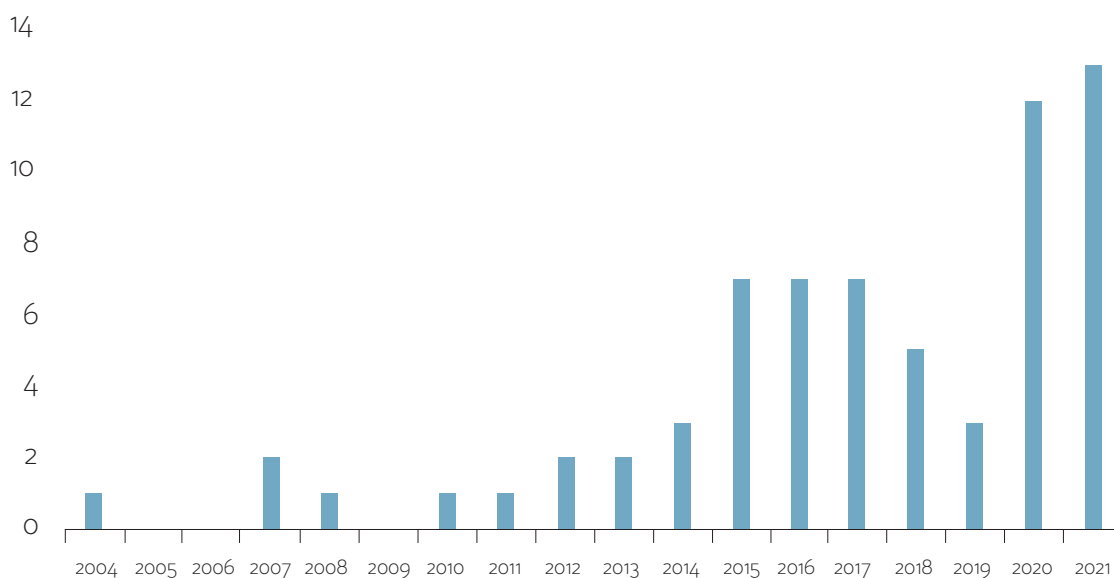
L'efficacité est définie comme ce qui a des effets observables sur les attitudes à l'égard de l'immigration, que ce soit des préférences pour des politiques, des perceptions sur les effets de l'immigration, la croyance dans des discours, ou des préjugés. Cette efficacité est mesurée dans chaque étude selon l'une des méthodes *expérimentales*, ce qui signifie que, dans chaque cas, la stratégie de communication constitue un « traitement » auquel une partie d'un échantillon représentatif de la population cible est exposée. Dans le même temps, l'autre partie de l'échantillon sélectionnée au hasard — le groupe témoin — ne reçoit pas le traitement, mais pour le reste elle est équivalente. Cette répartition aléatoire signifie que les différences observées dans les attitudes à l'égard de l'immigration entre les groupes de traitement et de contrôle après l'exposition à la stratégie de communication peuvent être attribuées aux effets de la stratégie de communication. Une stratégie efficace est donc celle qui produit une différence observable dans les groupes de traitement et de contrôle, autrement équivalents, alors qu'une stratégie inefficace ne produit pas une telle différence.

Étant donné la nature potentiellement vaste d'un tel exercice, il convient d'observer certains paramètres. Tout d'abord, le présent rapport ne tient compte que des expériences pertinentes pour les communicants des questions migratoires ; par conséquent, d'importants travaux expérimentaux sur les attitudes à l'égard de l'immigration qui sont susceptibles d'être moins directement utiles pour les communicants (par exemple, les effets de la proximité, du contact, des tendances économiques ou de l'exposition tels que testés à l'aide d'expériences naturelles) ne sont pas inclus dans le rapport et ne font pas partie des recommandations.¹ Deuxièmement, le rapport adopte une vision restreinte des communications stratégiques, ne tenant compte que des communications *externes* et non *internes* et, plus significativement, des formes de *transmission* (dans lesquelles un acteur cherche à influencer un autre) plutôt que des formes alternatives et collectives, moins intéressées par un état final particulier (parfois appelé *sensemaking* ou *communication rituelle*) (Falkheimer et Heide, 2018). Troisièmement, le présent rapport prend uniquement en considération la communication stratégique destinée à avoir un effet sur les attitudes, les opinions et les perceptions du public au regard de l'immigration, plutôt que de l'émigration. Enfin, il est à noter que, malgré ces contraintes, le présent rapport ne prétend pas fournir une liste exhaustive des études expérimentales de l'effet des interventions de communication sur les attitudes au regard de la question migratoire, mais plutôt de fournir une vue d'ensemble représentative.

Dans le cadre de ces contraintes théoriques, ce passage en revue vise à fournir une liste complète d'études expérimentales sur l'effet que peuvent avoir les interventions de communication sur les attitudes envers l'immigration. Selon la méthodologie utilisée pour sélectionner les articles, qui constituait un autre ensemble de contraintes, l'article devait avoir été trouvé dans les 150 premiers résultats d'articles de l'une des trois recherches sur Google Scholar, respectivement, « expérience sur les attitudes à l'égard de l'immigration » ou « expérience sur l'immigration dans l'opinion publique » « expérience sur les préférences politiques en matière d'immigration ». Il y avait naturellement un très grand nombre de chevauchements entre ces trois recherches et les trois comprenaient un grand nombre de résultats qui ne répondaient pas aux critères d'être soit (1) une expérience; (2) visant à changer les attitudes à l'égard de l'immigration (plutôt que, par exemple, des attitudes plus larges telles que les groupes en général ou les tests de biais de désirabilité sociale); ou (3) endogènes aux capacités des communicants (c.-à-d. ne pas traiter de macroéconomie, d'attaques terroristes, de flux migratoires, etc., ni tester les effets des délibérations ou des forums de citoyens, etc.). Toutes les études énumérées dans la section des références ci-dessous constituent les 68 études expérimentales, sauf celles indiquées avec un symbole « † ». Il en résulte un ensemble d'articles dont les éléments descriptifs — en termes d'année de publication, de méthode, de pays, de revue et de type d'attitude en matière d'immigration — sont décrits en annexe 1. Sur le plan méthodologique, les études sont en très grande majorité des enquêtes (définies de façon générale), mais elles comprennent également certaines expériences conjointes, de laboratoire, naturelles et quasi naturelles pertinentes. Près de la moitié des études sont basées aux États-Unis, et le reste pour la plupart en Europe et quelques-unes en Australie, au Canada, au Japon, en Israël ou en

Corée du Sud. En ce qui concerne les revues, nous constatons une plus grande variation, la plupart se rapportant à trois disciplines respectives : les sciences politiques, les études migratoires et les sciences de la communication. En ce qui concerne le type d'attitudes, une faible majorité a examiné ce qui a une influence sur les préférences en matière de politiques (soit le nombre d'immigrants ou, dans une moindre mesure, qui peut entrer) et une grande minorité a étudié les perceptions (en grande majorité l'effet de l'immigration, mais parfois l'échelle), tandis que deux ont étudié les préjugés personnels contre les immigrants. Les théories testées variaient considérablement et étaient en même temps souvent multiples, ou trop idiosyncrasiques pour être facilement catégorisées. Néanmoins, pour nos besoins, elles s'inscrivent à peu près dans les neuf sections ci-dessous, et même dans chacune de ces sections elles se concentrent souvent sur la « concurrence économique » et/ou la « menace culturelle » (voir Dennison et Geddes, 2021, pour examen).

Graphique 1. Année de publication des études expérimentales sur l'effet des interventions de communication sur les attitudes à l'égard de l'immigration



Le rapport procède comme suit. La littérature expérimentale est divisée en neuf sections, chacune constituant dans l'ensemble une stratégie de communication sur les migrations et, d'ailleurs, beaucoup d'entre elles ont déjà été citées par des ONG pour décrire comment communiquer sur les migrations (voir Dennison, 2020, pour un aperçu). Les voici : (1) informer, corriger les perceptions erronées et utiliser la « démystification » ; (2) faire appel aux émotions plutôt qu'aux faits ; (3) faire appel à l'intérêt personnel plutôt qu'à l'intérêt général ; (4) faire appel à la diversité plutôt qu'à la conformité ; (5) mettre l'accent sur divers types de migrants ; (6) faire appel au consensus ; (7) faire appel à l'empathie ; (8) avoir recours à certains messagers ; (9) faire appel à l'identité. Enfin, des conclusions et des recommandations sont proposées. Les résultats d'ensemble sont résumés dans le Tableau 1.

1. Informer, corriger les perceptions erronées et utiliser la «démystification»

Les formes les plus courantes de communication stratégique utilisées par les décideurs des politiques migratoires et testées par les chercheurs universitaires sont celles qui cherchent à modifier diverses formes d'attitudes à l'égard de l'immigration en fournissant de nouvelles informations, cherchant généralement de manière explicite ou implicite à corriger les « perceptions erronées », soit au sujet des chiffres des migrations ou de leurs effets.

Corriger/fournir des informations sur les stocks et les flux de migrants

Il a été démontré à plusieurs reprises que les citoyens surestiment la proportion d'immigrants présents dans leur pays, les différences culturelles et religieuses et la faiblesse économique des migrants (Alesina et coll., 2021). Bien que de telles perceptions erronées ne soient en aucun cas propres au domaine des migrations – les citoyens sont également susceptibles de percevoir à tort les taux d'inégalité (p. ex., Hauser et Norton, 2017) – il a été démontré qu'elles sont corrélées aux points de vue anti-immigration (Sides et Citrin, 2007a ; Nadeau et coll., 1993). Des études réalisées aux États-Unis montrent que les corrections apportées à propos de la taille des populations minoritaires ou renseignant sur le niveau annuel de l'immigration ne réussissent pas à modifier les opinions des citoyens en matière d'immigration (Lawrence et Sides, 2014 ; Hopkins et coll., 2019 ; Sides et Citrin, 2007a). Au Danemark, Jørgensen et Osmundsen (2020) montrent que donner des informations correctes sur l'utilisation de l'aide sociale, les taux de criminalité et la proportion de migrants dans la population n'a aucun effet sur les préférences politiques, même si les individus mettent à jour leurs croyances factuelles après avoir examiné les informations correctes.

De même, une expérience utilisant l'information sous forme narrative — une courte vidéo sur une immigrée travaillant dur décrite dans un texte prosaïque² — n'a pas non plus réussi à changer les attitudes en matière d'immigration (Alesina et coll., 2021). Ces résultats suggèrent que les individus rejettent les informations sur les attitudes opposées et réinterprètent les nouvelles informations de manières sélectives pour défendre leurs vues préexistantes sur le monde et les récits qui s'y appliquent, par exemple en concluant de façon normative que le taux d'immigration réelle est « encore trop élevé ». Cela s'avère « particulièrement gênant pour la démocratie : si les gens peuvent interpréter l'information comme ils le souhaitent, ils peuvent toujours déformer la chaîne causale de la réalité factuelle en faveur des jugements politiques » (Jørgensen et Osmundsen, 2020 : 2). De plus, cela suggère, comme l'expliquent Hopkins et coll. (2019), que : « Les perceptions erronées à propos de la taille des groupes minoritaires sont peut-être une conséquence, plutôt qu'une cause, de l'attitude envers ces groupes. »

Cependant, Grigorieff et coll. (2016) montrent à travers une expérience aux États-Unis que fournir des informations aux individus sur le nombre d'immigrés présents dans leur pays diminue leur propension à considérer qu'ils sont trop nombreux. Ils montrent également que le fait de fournir aux individus des informations complètes³ sur l'immigration améliore les attitudes à l'égard des immigrés existants et convainc les conservateurs de favoriser l'accroissement de l'immigration légale, mais ne modifie pas les préférences en matière de politique d'immigration sur les sujets de la légalisation et de l'expulsion. Il a été démontré que les effets persistaient quatre semaines plus tard. En outre, Bareinz et Uebelmesser (2020) montrent qu'un ensemble d'informations sur la part et le taux de chômage des étrangers diminue fortement les préoccupations de l'État providence en matière d'immigration en Allemagne, et que la quantité d'informations a un impact positif sur son effet alors que fournir des informations uniquement sur la part des étrangers n'a pas d'effet. À l'inverse, Wiig (2017) a également montré que l'information sur le taux d'emploi



des immigrants en Norvège (60 %) amène les individus à évaluer plus strictement leurs préférences en matière de politique d'immigration.

Florio (2020) a mené une expérience dans des écoles de Rome (sur les 13-17 ans) où la moitié des classes ont été exposées à des informations —un expert informant les élèves sur les statistiques de l'immigration en Italie et dans le monde, ainsi que les principaux pays d'origine et de destination et les dépenses et revenus générés en Italie pendant deux heures — et l'autre moitié a été exposée au contact — rencontrer un réfugié mauritanien dans leur classe pendant plus de deux heures et lire un livre sur son périple trois semaines avant. Cette initiative s'inscrit dans le cadre plus large de la *Coopérative Sophia* qui a mis en œuvre le projet Confini visant à éduquer les enfants sur le sujet des migrations.⁴ Dans l'ensemble, il a été démontré que le traitement avec informations augmentait plus positivement que le traitement avec contact, en termes de préférences politiques et de chiffres perçus, bien qu'aucun n'ait affecté les attitudes envers les immigrés.

À l'inverse, Blinder et Schaffner (2020) montrent que fournir aux personnes des renseignements sur les flux d'immigration — « Environ 1,2 million d'immigrés légaux sont venus aux États-Unis en 2016 » — a des impacts négatifs sur les préférences en matière d'immigration légale, en particulier pour les électeurs démocrates, tandis que des informations sur les propositions politiques de Donald Trump — « Le président Trump a approuvé un plan qui fixerait les niveaux d'immigration légale à 540 000 par an » — a des impacts négatifs sur préférences en matière d'immigration légale, en particulier pour les électeurs républicains.

En particulier, Margalit et Solodoch (2021) montrent que présenter des informations sur l'immigration en termes de stocks plutôt que de flux a des impacts plus positifs sur les préférences en matière de politique d'immigration, dont ils soutiennent qu'elles sont le résultat du sens de l'obligation morale suscité envers ceux déjà présents dans le pays.

Vérifier les faits sur les effets des migrations

En termes de choix de vote, Barrera et coll. (2020) montrent de façon alarmante que l'exposition à la désinformation par la chef de file de la droite radicale populiste Marine Le Pen a eu pour effet de modifier les intentions de vote en France, sur lesquelles la vérification des faits n'a eu aucun effet contraire. Swire et coll. (2017) et Nyhan et coll. (2017) ont tiré des conclusions semblables au sujet de la désinformation de la part de Donald Trump, concluant que les électeurs considèrent la vérification des faits « de manière littérale mais ne la prennent pas au sérieux ».

Toutefois, en termes d'attitudes, Facchini et coll. (2016) ont mené une expérience à grande échelle au Japon, montrant que l'exposition des individus à de nouvelles informations sur les avantages sociaux et économiques potentiels réduisait l'opposition à l'immigration, augmentait le soutien aux visas temporaires et augmentait même la volonté de présenter des pétitions aux politiciens. Quatre nouveaux éléments d'information étaient proposés : (1) les tendances à la baisse de la population chez les Japonais d'origine ; 2) les pénuries de main-d'œuvre ; 3) des niveaux d'immigration relativement faibles au Japon par rapport aux autres pays de l'OCDE et 4) les conséquences du vieillissement de la société pour (a) la soutenabilité du système de retraites ; b) le besoin en personnel aidant ; et (c) le financement du système de santé. Les auteurs ont montré que seulement la moitié environ des répondants avaient déjà connaissance de ces problèmes. Il apparaissait que le fait de présenter les informations sous forme statistique ou sous forme d'histoire personnelle faisait peu de différence. Les effets persistaient jusqu'à 10-12 jours après, bien que diminués entre un tiers et deux tiers. Nakata (2017) a également montré que les effets ne variaient pas selon l'âge, le sexe ou la formation.

Aux États-Unis, Haaland et Roth (2020) montrent que la présentation de recherches⁵ sur l'impact de l'exode de Mariel sur le marché du travail a des effets sur les préférences en matière de politique d'immigration et la volonté de signer des pétitions, ainsi que des effets sur l'estimation des salaires et de l'emploi dans ce cas particulier (mais pas des éléments fiscaux ou culturels). Les effets sur les préférences en matière de politiques à l'égard des immigrés peu ou très qualifiés étaient encore visibles une semaine plus tard. Ils (2020 : 2) en concluent que, contrairement aux études précédentes qui suggèrent que le biais de confirmation empêche les gens de revoir leurs convictions

politiques lorsqu'ils sont confrontés à des informations contraires, « Nos résultats remettent en question cette affirmation en démontrant qu'un traitement de l'information fondé sur des données de recherche peut être efficace pour changer les croyances et les opinions politiques des républicains et des démocrates, même sur une question hautement contestée comme l'immigration ».

De même, Igarashi et Ono (2020) montrent que les sentiments d'hostilité envers les immigrants diminuent lorsque les personnes reçoivent des informations positives sur l'immigration, tandis que l'exposition à des informations négatives ne change pas nécessairement leur attitude. Ces effets sont observés lorsque l'information concerne les emplois⁶, le poids financier⁷, la culture⁸ et la sécurité physique⁹, avec une cohérence impressionnante.

De plus, Hameleers et coll. (2020) montrent qu'être exposé à la vérification des faits réduit l'attitude de polarisation et la croyance en la désinformation au sujet de l'immigration. Carnahan et coll. (2020, voir aussi Grigorieff et coll., 2016) montrent que l'exposition répétée à des articles de 500 à 600 mots des sites internet de vérification des faits sur l'immigration a eu des effets plus intenses et plus longs, observables quatre semaines après le test initial. Keita et coll. (2021) montrent à travers une expérience naturelle en Allemagne, dans laquelle certains journaux divulguent la nationalité d'origine des criminels, et d'autres non, pour montrer que faire cela régulièrement réduit les préoccupations autodéclarées au sujet de l'immigration, en fournissant un aperçu réaliste du nombre de délits perpétrés respectivement par les Allemands et les non-Allemands. Theorin et coll. (2021) exposent les participants à une variété de tweets fictifs — certains avec un message négatif sur l'immigration, d'autres avec un message positif, d'autres en format « épisodique » (ou narratif) et d'autres sous forme thématique (ou informative) — montrant qu'aucun des quatre types n'a d'effet statistiquement significatif sur les attitudes à l'égard de la libre circulation.

2. Susciter des émotions

L'une des recommandations les plus courantes des spécialistes de la communication sur les migrations a été de mettre l'accent sur les « émotions » plutôt que sur les « faits » afin d'être persuasif (Dennison, 2020). Lecheler et coll. (2015 : 819) testent la réaction émotionnelle des participants à quatre types de cadres d'immigration, à la fois négatifs et positifs : l'émancipation (« les obstacles à la participation doivent être résolus par des politiques et des soutiens de l'État favorisant l'intégration et l'émancipation des migrants ») ; multiculturelle (« la diversité en tant qu'atout qui améliore la qualité de la société ») ; l'assimilation (« comment les minorités (ethniques) adoptent la société autochtone »), ou le cadre de victimisation (« une technique dramaturgique que les médias utilisent pour dépeindre les minorités dans une situation qui est due à une force qui dépasse leurs propres actions et responsabilités »). Chacune a été exprimée dans un article d'actualité sur un événement lié à la carrière des femmes immigrées à Amsterdam : « Le cadre multiculturel a été rendu opérationnel par des arguments portant sur la société multiculturelle, la diversité, le respect, le dialogue ou la participation. Le cadre émancipation a principalement mis l'accent sur la participation, l'intégration et l'émancipation. Le cadre victimisation décrit les minorités ethniques en utilisant des arguments liés aux inégalités, aux situations de désavantage, aux étrangers et aux victimes. Le cadre assimilation se concentre sur les notions d'adaptation (à la culture dominante), d'intégration, de cohésion sociale, d'unité et de naturalisation. Dans l'ensemble, tous les cadres ont provoqué des réactions émotives chez les participants — contentement, compassion, enthousiasme, espoir, colère, peur et tristesse —, mais seules certaines émotions ont influé sur les attitudes à l'égard de l'immigration, notamment l'enthousiasme et la colère. Theorin (2021 ; comparer à Theorin et coll., 2021, ci-dessus, sur les effets nuls de l'information et de l'émotion) montre que la lecture d'articles d'actualité plus longs provoque un effet, les émotions ayant un impact plus grand que les perceptions.

D'autres études ont montré que les émotions agissent comme une variable intermédiaire sur l'effet fourni par les informations. Morisi et Wagner (2020) montrent que les informations positives sur la politique et les politiciens réduit les attitudes populistes (plutôt que les attitudes envers l'immigration) mais que l'effet disparaît lorsque les électeurs sont dans un état de colère¹⁰ et qu'il est plus faible lorsqu'ils sont dans un état de peur.¹¹ Brader et coll. (2008) montrent que les citoyens touchés par les reportages négatifs sur l'immigration mettant en scène d'autres groupes ethniques sont ceux qui ont déclaré être très anxieux émotionnellement. Chkhaidze et coll. (2021) ont exposé les participants à l'une des quatre versions d'un passage sur l'augmentation du nombre d'immigrés dans une ville. Tous les faits et chiffres de chaque version étaient identiques, seul différait un seul mot au début du passage, décrivant l'augmentation de la main-d'œuvre immigrée comme une « augmentation », une « amélioration », une « invasion » ou un « raz-de-marée ». Ce changement a eu un effet important sur l'attitude des participants à l'égard de l'augmentation de l'immigration et sur les prévisions de ses effets sur l'économie.

3. Faire appel à l'intérêt personnel et à l'intérêt général

La plupart des études montrent que faire appel à l'intérêt personnel, qu'il soit économique ou autre, est inefficace. Hainmueller et Hiscox (2010) montrent à travers une enquête que les natifs peu qualifiés et hautement qualifiés préfèrent largement les immigrés hautement qualifiés aux immigrés peu qualifiés et que les natifs riches et pauvres s'opposent de manière égale à l'immigration peu qualifiée en général, ce qui met à bas les théories de la concurrence sur le marché du travail opposées à l'immigration et suggère plutôt l'existence de considérations sociotropiques. De même, Schaub et coll. (2021) montrent que, dans l'ensemble, le sentiment anti-immigration n'est pas affecté par la présence de réfugiés dans les villes d'origine des répondants : en moyenne, ils enregistrent des effets nuls pour tous les résultats, qu'ils interprètent comme un soutien à la perspective sociotropique concernant les attitudes en matière d'immigration. Néanmoins, ce manque d'effet global s'explique en partie par le fait que les personnes tendant à être de droite et de gauche sont attirées par le centre à la suite d'une présence locale accrue d'immigrés. Harell et coll. (2012) démontrent qu'au Canada et aux États-Unis, le niveau de revenu n'a aucune incidence sur le niveau de préférence des citoyens pour des immigrés hautement qualifiés. Ces résultats sont conformes aux études macro-économiques de plus grande envergure qui suggèrent que ce qui inquiète les citoyens, ce sont les coûts économiques du chômage et la dépendance à l'égard de l'État providence, plus que les coûts directs. Dans les deux pays, le niveau de compétence de l'immigré était beaucoup plus important que l'origine ethnique pour déterminer si les personnes pensaient qu'elles devraient être admises.

Présentant une analyse plus nuancée, Dancyfier et Donnelly (2013) montrent que les personnes employées dans des secteurs industriels en croissance sont plus susceptibles de soutenir l'immigration que celles employées dans des secteurs en déclin, ce qui conforte la thèse de la concurrence sur le marché du travail. Naumann et coll. (2018 : 1009) utilisent les données européennes pour montrer que « les riches natifs d'un pays préfèrent les personnes hautement qualifiées aux personnes peu qualifiées, plus que ne le font les personnes à faible revenu », ce qui, selon eux, suggère une préoccupation économique concernant le poids fiscal des immigrés parce que « ces préoccupations fiscales chez les riches sont plus fortes si l'exposition fiscale à la migration est élevée. » De plus, Hix et coll. (2021) montrent que les individus sont plus disposés à admettre des immigrés lorsqu'il est démontré que la restriction entraîne des coûts, et que les considérations égocentriques sont plus puissantes que les considérations sociotropiques. Jeannet (2018) adopte une approche instrumentale variable pour montrer que la retraite n'a aucun effet sur les attitudes à l'égard de l'immigration et que les retraités sont plus susceptibles d'avoir des préférences politiques restrictives lorsque l'immigration est présentée comme non qualifiée, tout comme les travailleurs. Cela met à bas l'hypothèse relative au marché du travail selon laquelle les préférences en matière de politique d'immigration sont motivées par les craintes de concurrence dans l'emploi et soutient plutôt la notion de déterminants sociotropiques.

En effet, les preuves en faveur de l'efficacité des appels aux intérêts communs — ou aux préoccupations « sociotropiques » — sont écrasantes. Solodoch (2020) a mené une enquête qui demande aux natifs et aux immigrés de diverses origines d'évaluer différents profils de demandeurs de visa aux Pays-Bas, montrant que l'opposition à l'immigration est principalement motivée par des préoccupations sociotropiques et, dans une bien moindre mesure, par l'origine ethnique de l'immigré potentiel, ceux d'origine immigrée n'étant pas plus favorables aux profils des demandeurs de visa de leur propre origine ethnique. Valentino et coll. (2019) présentent des résultats semblables qui confortent la thèse économique sociotropique contre la thèse de concurrence sur le marché du travail. Il convient également de noter que la plupart des études observationnelles, par opposition aux études expérimentales, mettent au jour des preuves semblables de la puissance des déterminants sociotropiques (voir les examens énumérés ci-dessus).

Kustov (2020) théorise le fait que les « altruistes de clocher » — des citoyens à la fois nationalistes et altruistes dont il montre qu'ils représentent une forte proportion de la population du Royaume-Uni — adaptent leurs préférences en matière de politique d'immigration en fonction de l'effet qu'ils perçoivent sur leurs concitoyens. Cette étude met à bas l'argument selon lequel le sentiment anti-immigration est enraciné dans l'animosité ethnique ou l'égoïsme. Il suggère plutôt que l'immigration sera accueillie positivement si les citoyens peuvent être convaincus qu'elle est bénéfique pour leurs compatriotes, en particulier les moins bien nantis.





4. Privilégier la conformité ou la diversité

Alors que de nombreuses campagnes de communication stratégique sur les migrations ont mis l'accent sur les aspects positifs de la diversité, d'autres ont cherché à souligner la similitude ou la conformité des migrants et des migrations avec la société d'accueil. Hopkins et coll. (2014) ont mené des expériences d'enquêtes pour montrer que chez les natifs Américains qui entendent régulièrement la langue espagnole au quotidien, l'exposition à la langue peut induire des attitudes anti-immigration, soutenant la théorie des attitudes de la menace culturelle. Newman et coll. (2012) ont trouvé un lien semblable entre l'exposition fortuite à l'espagnol et le sentiment anti-immigrés et les préférences en matière de politiques. Hopkins (2015) présente aux participants une expérience avec six extraits de nouveaux clips instrumentalisés qui incluent un immigré disant : « J'ai travaillé dur, j'ai toujours payé mes impôts. J'aimerais vraiment avoir la chance d'être un citoyen américain », cependant, l'immigré est randomisé selon la langue — espagnol courant, anglais courant ou anglais avec un accent — et le teint de sa peau foncé ou clair. Il est démontré que le teint de la peau n'a aucun effet sur le soutien à une nouvelle politique de légalisation des immigrés non autorisés, tandis que l'accent anglais s'avère avoir les effets les plus positifs, ce qui s'explique de manière théorique comme démontrant une volonté des migrants d'apprendre l'anglais. Ostfeld (2017) a adopté une approche similaire, exposant les participants à l'histoire d'une famille d'immigrés sans papiers vivant aux États-Unis et risquant d'être expulsés. L'assimilation culturelle (langue, alimentation et intégration sociale)¹² ainsi que le teint de la peau et les traits physiques ont fait une différence (voir aussi Alarian et Neureiter, 2021).

Kaufmann (2019) montre de la même façon un « privilège d'assimilation »¹³ qui met l'accent sur la continuité du changement et rassure les répondants blancs sur le fait que l'immigration ne touchera pas les limites et la taille du groupe majoritaire, mène au soutien en faveur d'une plus grande immigration, tandis qu'un « privilège de diversité »¹⁴, qui met l'accent sur le changement et exhorte les répondants de la majorité ethnique à l'adopter, à accepter le déclin ethnique de leur groupe et à se concentrer plutôt sur l'État-nation civique neutre sur le plan ethnique comme l'incarnation de leur identité collective mène à des préférences politiques plus négatives. Ces effets ont été particulièrement importants parmi les participants de la classe ouvrière et les électeurs populistes de droite radicale de l'UKIP. Sobolewska et coll. (2017) montrent également aux Pays-Bas et au Royaume-Uni que plusieurs mesures d'intégration sociale ainsi que les mesures d'intégration économique — avoir des amis parmi la population locale, des femmes qui travaillent, voter, ne pas pratiquer de religion (au Royaume-Uni), aller au pub ou au centre communautaire, et cuisiner des aliments nationaux— augmentent la mesure dans laquelle les citoyens considèrent ces immigrés comme intégrés.

5. Mettre l'accent sur différents types de migrants

De nombreuses expériences conjointes ont été menées ces dernières années, dans lesquelles les préférences en matière de *type* d'immigrés préféré, selon diverses variables, par les citoyens, se révèlent dans les choix qu'ils font lors de la sélection entre deux profils de migrants hypothétiques. En général, ils montrent que les natifs préfèrent les migrants qui fuient la persécution ou qui ont un emploi plutôt que ceux qui viennent simplement pour une vie meilleure, sont en situation de migration légale, ont un niveau de formation élevé et des compétences linguistiques, et partagent la religion du pays de destination.

En effet, Bansak et coll. (2016) montrent que dans 15 pays européens, les demandeurs d'asile qui ont une meilleure employabilité, des témoignages d'asile plus cohérents et des vulnérabilités importantes, et qui sont chrétiens plutôt que musulmans, ceux ayant reçu le plus de soutien du public. Ces résultats sont similaires à ceux d'Iyengar et coll. (2013), qui montrent que le niveau de compétence est très important dans l'évaluation des immigrés potentiels, alors que les attributs culturels — mesurés par la nationalité issue du Moyen-Orient et l'apparence subsaharienne — ont peu d'effet (voir Turper et coll., 2015, et Valentino et coll., 2019, pour des résultats similaires). Strabac et coll. (2014) montrent qu'en Norvège, en Suède, au Royaume-Uni et aux États-Unis, les immigrés musulmans ne sont pas perçus plus négativement que les immigrés en général. Cependant, Ha et coll. (2016) montrent à travers une enquête que les sud-coréens sont plus favorables aux transfuges nord-coréens que les chinois d'origine coréenne ou les « travailleurs invités » d'Indonésie. España-Nájera et Vera (2020) montrent à travers une enquête en Californie que le favoritisme pour les immigrés hautement qualifiés diminue lorsqu'ils ajoutent le descripteur hispanique, mais que le statut légal l'emporte sur tout sentiment anti-hispanique possible.

De manière plus spécifique, Czymara et Schmidt-Catran (2017) montrent que les femmes en Allemagne étaient largement plus susceptibles de préférer les immigrés de sexe masculin aux immigrées de sexe féminin avant les attentats du Nouvel An 2015-16 à Cologne, bien que cette préférence ait disparu par la suite, alors que les hommes étaient plus susceptibles de faire une discrimination selon le pays d'origine et non selon le sexe. Hellwig et Sinno (2017) montrent qu'au Royaume-Uni, le type de migrant a un effet sur la menace que représente l'immigration : Les Européens de l'Est engendrent des menaces économiques et criminelles, ce qui n'est pas le cas des musulmans, qui engendrent des menaces culturelles et sécuritaires, ceci n'étant pas le cas des Européens de l'Est. Knoll et coll. (2011) montrent que le fait d'étiqueter les immigrés en situation irrégulière comme « illégaux » plutôt que « sans-papiers » n'a aucun effet sur les préférences en matière de politique d'immigration, mais que, chez les républicains et particulièrement ceux pour qui l'immigration est une « question majeure », le terme « immigrés » suscite moins d'opposition que Mexicains.

Cependant, Wright et coll. (2016) montrent que les jugements fondés sur les attributs — liés aux caractéristiques des immigrés — ne sont rien comparés aux jugements catégoriques liés aux questions de justice et d'équité qui expliquent l'opposition du public aux migrations irrégulières, étant donné les convictions morales sur le respect des règles. Hedegaard (2021) montre à travers une expérience conjointe que les migrants climatiques sont perçus comme méritant moins une résidence permanente que les migrants qui pourraient généralement bénéficier de l'asile, mais plus méritants que les migrants économiques.

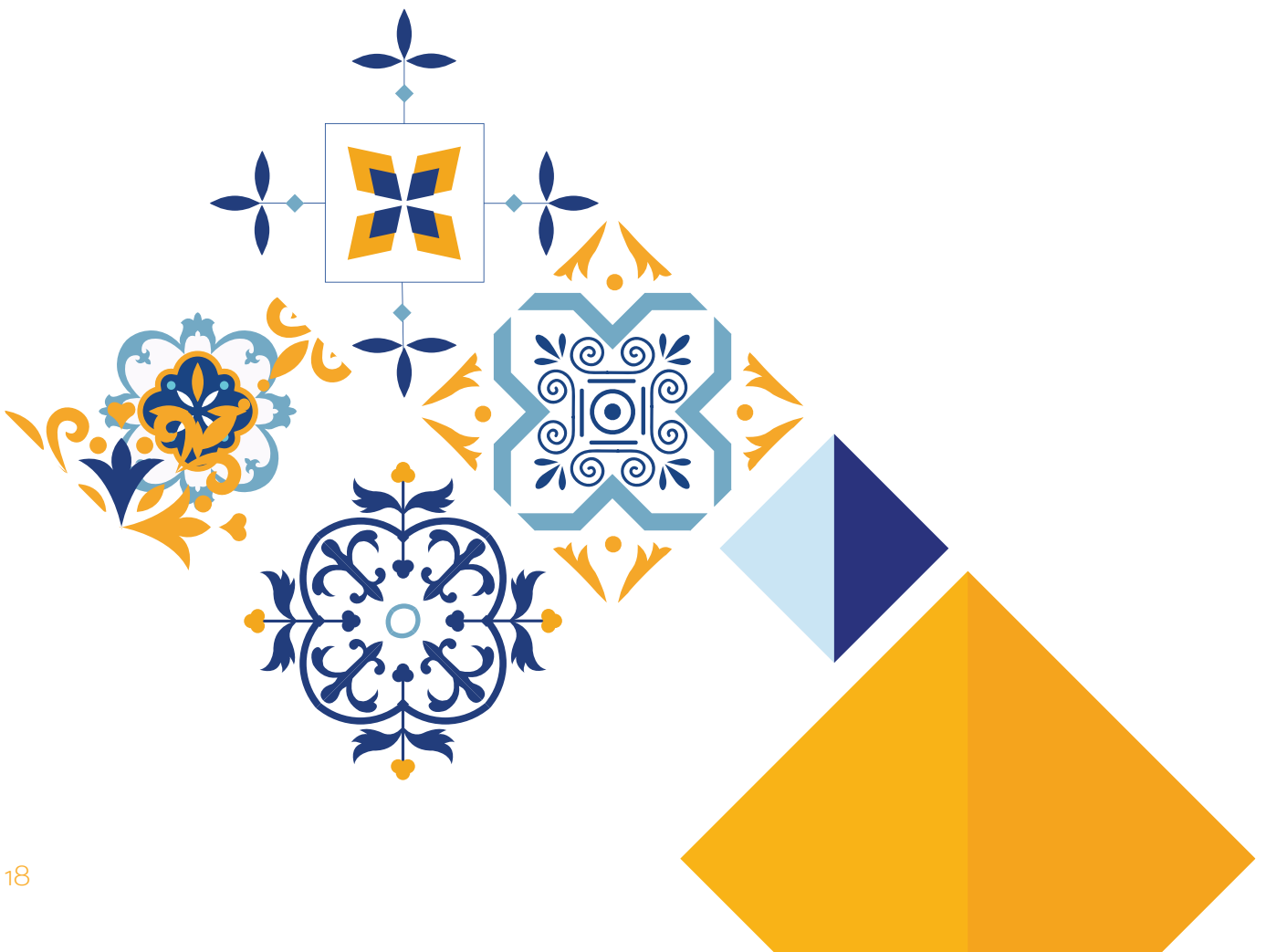
6. Privilégier le consensus

D'autres stratégies de communication ont d'abord cherché à mettre l'accent sur le consensus — des questions sur lesquelles la plupart des gens s'entendent — entre les opposants et les partisans des migrations. Bonilla et Mo (2018) utilisent un « cadre de transition » pour créer un lien entre un enjeu défini précédemment — la traite des personnes, une préoccupation importante et bipartisans aux États-Unis — et la politique d'immigration ; il théorise que « Si les gens apprennent que les niveaux de traite des êtres humains augmentent lorsque les politiques d'immigration sont strictes, des tensions peuvent se former entre les opinions sur la traite des êtres humains et l'immigration pour les personnes qui ont des attitudes négatives à l'égard des immigrants. La mise en évidence de cette dissonance entre les perspectives de lutte contre la traite et les attitudes anti-immigration devrait induire un changement d'opinion chez les personnes ayant des opinions négatives à l'égard de l'immigration, pour deux raisons. » Ils utilisent une enquête pour montrer que le fait de traiter les participants avec un « cadre de rapprochement »¹⁵ réduit l'opposition à l'immigration parmi les républicains par rapport à un cadre de contrôle¹⁶ (sur la traite des êtres humains, mais sans aucun « rapprochement »), et surtout plus qu'un « cadre d'apprentissage » basé sur l'information ou qu'un « cadre de valeurs »¹⁷ basé sur le rêve américain¹⁸, qui n'a aucun effet. Ces constatations concordent avec la puissance des récits fondés sur les domaines de consensus (Dennison, 2021). De même, Van Klingeren et coll. (2018) utilisent des enquêtes expérimentales aux Pays-Bas pour montrer que présenter les politiciens comme divisés et en conflit sur une question comme l'immigration exacerbe la polarisation des attitudes.

7. Susciter l'empathie

Le fait de faire appel à l'empathie est relativement sous-étudié dans la littérature universitaire. Ici, deux études portant sur l'utilisation d'un message humanitaire sont passées en revue. Bien que différent de l'appel à l'empathie, les deux sont susceptibles de comporter des éléments similaires, la principale différence étant que les valeurs humanitaires sont abstraites tandis que susciter une véritable empathie authentique signifie déclencher les sentiments que l'autre, par exemple un migrant, peut avoir, et s'imaginer dans sa situation (voir Dennison, 2021, pour un aperçu de l'empathie dans l'utilisation des récits). Newman et coll. (2015) montrent que le fait de faire appel aux valeurs humanitaires¹⁹ chez les Américains blancs suscite un sentiment anti-immigration plus faible chez les participants qui obtiennent de bons résultats sur le plan de l'empathie, et qu'un cadre humanitaire est plus puissant qu'un cadre de menaces simultanées²⁰, lorsqu'ils sont présentés ensemble. Getmansky et coll. (2018) montrent qu'un message humanitaire portant sur le sauvetage de femmes et d'enfants innocents a un effet plus positif sur la perception turque des réfugiés syriens, alors que l'accent mis sur leurs liens militants provoque un effet plus négatif. Les messages sur les coûts économiques et l'équilibre ethnique en Turquie n'ont aucun effet.

Dans le même ordre d'idées, Madrigal et Soroka (2021) montrent que présenter des images identiques d'individus plutôt que d'un groupe de migrants réduit le sentiment anti-immigration chez les personnes très sensibles aux menaces. Heizler et Israeli (2021) montrent à travers l'expérience naturelle de la mort d'Alan Kurdi que la noyade d'un individu identifié conduit les gens à devenir plus positifs à l'égard de l'immigration, alors que la noyade de plus d'un millier d'immigrés non identifiés au cours de deux événements consécutifs en avril 2015 n'a produit aucun changement observable dans l'opinion publique. Cela suggère que les récits individuels sont peut-être plus puissants que les données statistiques.



8. Effets des messagers

Bien que les décideurs et les ONG (voir Dennison, 2020) soutiennent régulièrement l'hypothèse des effets de la personne qui transmet le message, en particulier en termes d'utilisation des migrants comme messagers, la présente étude n'a trouvé aucun essai expérimental récent à ce sujet. Au lieu de cela, les effets des messagers ont été testés en termes de figures d'autorité. Donnelly et coll. (2020) montrent qu'il n'y a pas de différences systématiques dans les effets des messages pro-immigration lorsqu'ils sont transmis par des politiciens, des syndicats ou des entreprises, à travers une enquête au Canada, en Allemagne et au Royaume-Uni. Margolis (2018) a montré qu'un message radio au fort contenu religieux émanant d'une organisation évangélique américaine pro-immigration démobilisait les opposants évangéliques à l'immigration, ce qui n'était pas le cas avec une version laïque identique, sans références religieuses. La version religieuse contenait deux pasteurs demandant aux auditeurs de se joindre à un mouvement de chrétiens qui soutiennent des solutions liées à l'immigration enracinées dans les valeurs bibliques. Après avoir énuméré les objectifs des organisations pour une réforme de l'immigration, y compris comme étant une voie vers la citoyenneté, la publicité demandait aux auditeurs de prier pour leurs élus et de dire à leurs représentants d'appuyer la réforme de l'immigration. Dans le même ordre d'idées, Wright et Citrin (2010) montrent aux États-Unis que l'hostilité envers les manifestants défendant l'immigration diminue lorsqu'on les montre agitant des drapeaux américains plutôt que mexicains, mais cet effet ne se traduit pas par des attitudes politiques plus modérées à l'égard de l'immigration.

9. Faire appel à l'identité

L'identité personnelle peut être définie comme la mesure dans laquelle une personne considère l'appartenance à un groupe, qu'il soit national, ethnique ou religieux (comme par exemple être hollandais, européen, arabe ou juif), comme faisant partie intégrante d'elle-même ou y étant attachée. Ce concept a été appliqué au vote et aux opinions politiques (Hooghe et Marks, 2005 ; Carl et coll., 2019 ; Dennison et coll., 2020). Sniderman et Gagendoorn (2007) montrent que lorsque les répondants néerlandais sont sensibilisés avec un rappel à leur identité nationale et à leur appartenance à un groupe, ils adoptent des attitudes plus négatives à l'égard de l'immigration. Cependant, lorsque Breton (2015) a fait le même sensibilisation (« les gens appartiennent à différents types de groupes. L'un des groupes les plus importants et les plus essentiels est la nation à laquelle vous appartenez. Dans votre cas, vous appartenez à la nationalité canadienne. Chaque nation est différente »), cela n'a eu aucun effet sur les attitudes en matière d'immigration, pas plus que de demander aux participants quelle était pour eux l'importance de leur identité canadienne, ce que Breton théorise comme étant le résultat d'une conception différente de l'identité nationale au Canada et en Europe.

Bloom et coll. (2015) sensibilisent les participants à l'enquête —des catholiques américains, des musulmans turcs et des juifs israéliens — à leur identité religieuse, et ils montrent que cela augmente les attitudes positives à l'égard des immigrés ayant des origines religieuses ou ethniques semblables — particulièrement chez les conservateurs —, mais augmente l'opposition à d'autres groupes qui sont distincts. Lazarev et Sharma (2017) font une constatation similaire concernant l'identité religieuse (à la fois musulmane et sunnite) et les attitudes et comportements turcs envers les réfugiés syriens. Wojcieszak et Garrett (2018) montrent que le fait de sensibiliser les participants américains à leur identité nationale²¹ conduit à une plus grande opposition à l'immigration parmi ceux qui y sont déjà opposés, mais n'a aucun effet sur les partisans de l'immigration, et que cet effet fonctionne à la fois en direct et via les médias d'information qu'ils choisissent de consommer.

Conclusion et recommandations



Le besoin en communication stratégique dans l'élaboration des politiques migratoires est de plus en plus largement reconnu, et plus particulièrement le besoin de maintenir des régimes de gouvernance migratoire basés sur l'immigration légale et de droit qui peuvent être menacés par la polarisation, la désinformation et les antagonismes. Alors qu'il y a peu, les preuves fournies par la recherche universitaire de l'efficacité de certaines formes de communication sur les migrations étaient relativement peu nombreuses, ces dernières années ont vu apparaître une grande quantité de nouvelles preuves expérimentales basées sur la mise en pratique solide de plusieurs théories qui peuvent s'appliquer directement à certaines stratégies de communication sur la question migratoire. Le présent rapport passe en revue 68 études expérimentales récentes sur la manière dont les interventions de communication affectent les comportements à l'égard de l'immigration, dont la grande majorité a été publiée depuis 2015 et une proportion importante depuis 2020.

Au regard des éléments de preuve existants présentés dans le présent rapport, une campagne de communication stratégique *inefficace* au sujet des migrations fait appel à l'intérêt personnel du bénéficiaire tout en mettant l'accent sur la diversité et/ou en corrigeant des informations sur les flux migratoires. À l'opposé, une campagne *efficace* ferait appel à l'intérêt général que l'on peut trouver dans les migrations, mettrait l'accent sur la conformité entre les migrations et le pays d'accueil et le consensus au sujet de la question de l'immigration, tout en suscitant l'empathie. Vérifier les faits sur les effets des migrations et susciter des émotions peuvent également s'avérer utiles en tant que stratégies supplémentaires, de même que faire appel à l'identité si nécessaire.

Ces résultats ouvrent la voie à de nouvelles recherches. Les effets de certains types de messagers et le déclenchement de l'empathie ont été relativement sous-étudiés, malgré l'attention dont ils font l'objet en dehors du monde universitaire. Parmi les autres stratégies prisées en dehors du monde universitaire mais relativement sous-étudiées, on compte : mettre l'accent sur les valeurs personnelles (plutôt que politiques), se concentrer sur l'espoir, les choses positives et les solutions ; éviter de répéter des idées contraires ; utiliser le récit personnel (bien que certaines études énumérées plus haut se soient plus ou moins penchées sur la question).

Bibliographie

Toutes les études énumérées ci-dessous étaient expérimentales, sauf celles indiquées par le symbole « † »



Alarian, Hannah M. & Michael Neureiter (2021) Values or origin? Mandatory immigrant integration and immigration attitudes in Europe, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 47:5, 1006-1027, DOI: 10.1080/1369183X.2019.1668756

Alesina Alberto, Armando Miano and Stefanie Stancheva. 2021. Immigration and Redistribution. NBER Working Paper 24733 †

Alexis Grigorieff & Christopher Roth & Diego Ubfal, 2016. "Does Information Change Attitudes Towards Immigrants? Representative Evidence from Survey Experiments," Working Papers 590, IGER (Innocenzo Gasparini Institute for Economic Research), Bocconi University.

Bansak, K., J. Hainmueller, D. Hangartner. 2016. How economic, humanitarian, and religious concerns shape European attitudes toward asylum seekers. *Science*, 354:217-222

Bareinz, Patrick; Uebelmesser, Silke (2020) : The Role of Information Provision for Attitudes Towards Immigration: An Experimental Investigation, CESifo Working Paper, No. 8635, Center for Economic Studies and Ifo Institute (CESifo), Munich

Barrera, Oscar, Sergei Guriev, Emeric Henry, and Ekatarina Zhuravskaya. 2020. Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics. *Journal of Public Economics* 182: 104123. †

Ben-Nun Bloom, P., Arikan, G., & Courtemanche, M. (2015). Religious Social Identity, Religious Belief, and Anti-Immigration Sentiment. *American Political Science Review*, 109(2), 203-221. doi:10.1017/S0003055415000143

Berg JA (2015) Explaining Attitudes toward Immigrants and Immigration Policy: A Review of the Theoretical Literature. *Sociology Compass* 9: 23-34. †

Blinder S., and B. F. Schaffner (2020), "Going with the Flows: Information that Changes Americans' Immigration Preferences", *Intern. J. of Public Opinion Res.* 32(1):153-164.

Bonilla, T., & Mo, C. (2018). Bridging the Partisan Divide on Immigration Policy Attitudes through a Bipartisan Issue Area: The Case of Human Trafficking. *Journal of Experimental Political Science*, 5(2), 107-120. doi:10.1017/XPS.2018.3

Brader, T., Valentino, N.A. and Suhay, E. (2008). What Triggers Public Opposition to Immigration? Anxiety, Group Cues, and Immigration Threat. *American Journal of Political Science*, 52: 959-978. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2008.00353.x>

Breton, C. (2015). Making National Identity Salient: Impact on Attitudes toward Immigration and Multiculturalism. *Canadian Journal of Political Science*, 48(2), 357-381. doi:10.1017/S0008423915000268

Carl, N., Dennison, J. & Evans, G. (2019) European but not European enough: An Explanation for Brexit. *European Union Politics*, 20(2): 282-304 †

Carnahan, D., Bergan, D.E. & Lee, S. 2021. Do Corrective Effects Last? Results from a Longitudinal Experiment on Beliefs Toward Immigration in the U.S. *Polit Behav* 43, 1227-1246. <https://doi.org/10.1007/s1109-020-09591-9>

Chen, Shuai (2020) : Unemployment, Immigration, and Populism: Evidence from Two Quasi-Natural Experiments in the United States, GLO Discussion Paper, No. 652, Global Labor Organization (GLO), Essen

Chkhaidze, A., Buyruk, P., & Boroditsky, L. (2021, May 24). Linguistic Metaphors Shape Attitudes towards Immigration. <https://doi.org/10.31234/osfio/qyhgr>

Czymara, Christian S., Alexander W Schmidt-Catran, Refugees Unwelcome? Changes in the Public Acceptance of Immigrants and Refugees in Germany in the Course of Europe's 'Immigration Crisis', *European Sociological Review*,

Volume 33 Issue 6, December 2017, Pages 735–751. <https://doi.org/10.1093/esr/jcx071>

Dancygier, Rafaela M., and Michael J. Donnelly. 2013. Sectoral economies, economic contexts, and attitudes toward immigration. *Journal of Politics* 75 (1): 17–35.

Dennison, J. 2020. 'A basic human values approach to migration policy communication' *Data and Policy*, 2(e18) †

Dennison, J. 2021. 'Narratives: a review of concepts, determinants, effects, and uses in migration research.' *Comparative Migration Studies* †

Dennison, J., Davidov, E., and Seddig, D. (2020) 'Explaining Voting in the UK's 2016 EU Referendum: Basic Human Values, Attitudes to Immigration, European Identity and Trust in Politicians' in *Social Science Research* †

Dennison, J and Dražanová L (2018). Public attitudes on migration: rethinking how people perceive migration: an analysis of existing opinion polls in the Euro-Mediterranean region. ICMPD report. <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/62348> †

Dennison, J., & Geddes, A. (2021). Thinking globally about attitudes to migration: Concerns about social conflict, economic competition and cultural threat. *The Political Quarterly*, 92, 541–551. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.13013> †

Donnelly, M. J., Islam, M. M., & Savoie, J. (2020). The public face of interest group lobbying on immigration: Who responds to and who ignores what they say. *Journal of European Social Policy*, 30(5), 543–556.

España-Nájera, A. and Vera, D. (2020), Attitudes Toward Immigration: Ethnicity Trumps Skills But Not Legality?. *Social Science Quarterly*, 101: 545-557. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12758>

Facchini, G., Y. Margalit, H. Nakata. 2016. Countering Public Opposition to Immigration: The Impact of Information Campaigns. IZA DP No. 10420

Falkheimer, J. and M. Heide. 2018. *Strategic Communication: An Introduction*. Routledge †

Findor, Andrej, Matej Hruška, Petra Jankovská & Michaela Pobudová (2021) Who Should Be Given an Opportunity to Live in Slovakia? A Conjoint Experiment on Immigration Preferences, *Journal of Immigrant & Refugee Studies*, DOI: [10.1080/15562948.2021.1902597](https://doi.org/10.1080/15562948.2021.1902597)

Florio, Erminia (2020) : Contact vs. Information: What shapes attitudes towards immigration? Evidence from an experiment in schools, GLO Discussion Paper, No. 699, Global Labor Organization (GLO), Essen

Gaines, Brian J., James H. Kuklinski, Paul J. Quirk, Buddy Peyton, and Jay Verkuilen. 2007. Same Facts, Different Interpretations: Partisan Motivations and Opinion on Iraq. *The Journal of Politics* 69(4): 957–74. †

Getmansky, A., Sinmazdemir, T., & Zeitzoff, T. (2018). Refugees, xenophobia, and domestic conflict: Evidence from a survey experiment in Turkey. *Journal of Peace Research*, 55(4), 491–507. <https://doi.org/10.1177/0022343317748719>

Grigorieff, A., Roth, C. and Ubfal, D. 2016. 'Does Information Change Attitudes Towards Immigrants? Representative Evidence from Survey Experiments'. IZA DP No. 10419

Ha, Shang E., Soo Jin Cho & Jeong-Han Kang (2016) Group cues and public opposition to immigration: evidence from a survey experiment in South Korea, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 42:1, 136-149, DOI: [10.1080/1369183X.2015.1080608](https://doi.org/10.1080/1369183X.2015.1080608)

Haaland, Ingar K. & Christopher Roth, 2020. "Labor Market Concerns and Support for Immigration," *Journal of Public Economics*, 191, 104256

- Hainmueller J and Hopkins DJ (2014) Public Attitudes to Immigration. *Annual Review of Political Science* 17(1): 225-249. †
- Hainmueller, J. and Hopkins, D.J. (2015), The Hidden American Immigration Consensus: A Conjoint Analysis of Attitudes toward Immigrants. *American Journal of Political Science*, 59: 529-548. <https://doi.org/10.1111/ajps.12138>
- Hainmueller, J., & Hiscox, M. (2010). Attitudes toward Highly Skilled and Low-skilled Immigration: Evidence from a Survey Experiment. *American Political Science Review*, 104(1), 61-84. doi:10.1017/S0003055409990372
- Hameleers, M., & van der Meer, T. G. L. A. (2020). Misinformation and Polarization in a High-Choice Media Environment: How Effective Are Political Fact-Checkers? *Communication Research*, 47(2), 227-250. <https://doi.org/10.1177/0093650218819671>
- Harell, A., Soroka, S., Iyengar, S., & Valentino, N. (2012). The Impact of Economic and Cultural Cues on Support for Immigration in Canada and the United States. *Canadian Journal of Political Science*, 45(3), 499-530. doi:10.1017/S0008423912000698
- Hauser, O. P. and Norton, M. I. 2017. (Mis)perceptions of inequality. *Current Opinion in Psychology* 2017, 18:21-25
- Hedegaard, T.F. (2021), Attitudes to Climate Migrants: Results from a Conjoint Survey Experiment in Denmark. *Scandinavian Political Studies*. <https://doi.org/10.1111/1467-9477.12213>
- Heizler, Odelia and Osnat Israeli, 2021. The identifiable victim effect and public opinion toward immigration; a natural experiment study. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, Volume 93.
- Hellwig, Timothy & Abdulkader Sinno (2017) Different groups, different threats: public attitudes towards immigrants. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 43:3, 339-358 DOI: [10.1080/1369183X.2016.1202749](https://doi.org/10.1080/1369183X.2016.1202749)
- Hix, S., Kaufmann, E., & Leeper, T. (2021). Pricing Immigration. *Journal of Experimental Political Science*, 8(1), 63-74. doi:10.1017/XPS.2020.6
- Hooghe, L., & Marks, G. (2005). Calculation, community and cues: Public opinion on European integration. *European Union Politics*, 6(4), 419-443. <https://doi.org/10.1177/1465116505057816> †
- Hopkins, D. (2015). The Upside of Accents: Language, Inter-group Difference, and Attitudes toward Immigration. *British Journal of Political Science*, 45(3), 531-557. doi:10.1017/S0007123413000483
- Hopkins, Daniel J., John Sides, and Jack Citrin. 2019. The Muted Consequences of Correct Information about Immigration. *The Journal of Politics* 81(1): 315-20.
- Hopkins, Daniel J., Van C. Tran & Abigail Fisher Williamson (2014) See no Spanish: language, local context, and attitudes toward immigration. *Politics, Groups, and Identities*, 2:1, 35-51. DOI: [10.1080/21565503.2013.872998](https://doi.org/10.1080/21565503.2013.872998)
- Igarashi Akira & Ono Yoshikuni, 2020. "The Effects of Negative and Positive Information on Attitudes toward Immigration," Discussion papers 20023, Research Institute of Economy, Trade and Industry (RIETI).
- Iyengar, Shanto, Simon Jackman, Solomon Messing, Nicholas Valentino, Toril Aalberg, Raymond Duch, Kyu S. Hahn, Stuart Soroka, Allison Harell, Tetsuro Kobayashi, 2013 Do Attitudes about Immigration Predict Willingness to Admit Individual Immigrants? A Cross-National Test of the Person-Positivity Bias. *Public Opinion Quarterly*, Volume 77, Issue 3, Pages 641-665. <https://doi.org/10.1093/poq/nft024>
- Jeannet, A.-M. (2018). Revisiting the labor market competition hypothesis in a comparative perspective: Does retirement affect opinion about immigration? *Research & Politics*. <https://doi.org/10.1177/2053168018784503>

- Jørgensen, F., & Osmundsen, M. (2020). Correcting Citizens' Misperceptions about non-Western Immigrants: Corrective Information, Interpretations, and Policy Opinions. *Journal of Experimental Political Science*, 1-10. doi:10.1017/XPS.2020.35
- Kaufmann, E. (2019). Can Narratives of White Identity Reduce Opposition to Immigration and Support for Hard Brexit? A Survey Experiment. *Political Studies*, 67(1), 31-46. <https://doi.org/10.1177/0032321717740489>
- Keita, S., Thomas Renault, Jérôme Valette. The Usual Suspects: Offender Origin, Media Reporting and Natives' Attitudes Towards Immigration. 2021. ffhalshs-03167833f
- Knoll, B., Redlawsk, D., & Sanborn, H. (2011). Framing Labels and Immigration Policy Attitudes in the Iowa Caucuses: "Trying to Out-Tancredo Tancredo". *Political Behavior*, 33(3), 433-454. Retrieved September 13, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/41488851>
- Kustov, A. (2021). Borders of Compassion: Immigration Preferences and Parochial Altruism. *Comparative Political Studies*, 54(3-4), 445-481. <https://doi.org/10.1177/0010414020938087>
- Lawrence, Eric D and John Sides. 2014. The Consequences of Political Innumeracy. *Research & Politics* 1(2): 1-8. †
- Lazarev, E., & Sharma, K. (2017). Brother or Burden: An Experiment on Reducing Prejudice Toward Syrian Refugees in Turkey. *Political Science Research and Methods*, 5(2), 201-219. doi:10.1017/psrm.2015.57
- Lecheler, S., Bos, L., & Vliegenthart, R. (2015). The Mediating Role of Emotions: News Framing Effects on Opinions About Immigration. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 92(4), 812-838. <https://doi.org/10.1177/1077699015596338>
- Leeper, T., Hobolt, S., & Tilley, J. (2020). Measuring Subgroup Preferences in Conjoint Experiments. *Political Analysis*, 28(2), 207-221. doi:10.1017/pan.2019.30
- Madrigal, G., & Soroka, S. (2021). Migrants, Caravans, and the Impact of News Photos on Immigration Attitudes. *The International Journal of Press/Politics*. <https://doi.org/10.1177/19401612211008430>
- Margolis, M. F. 2018. How Far Does Social Group Influence Reach? Identities, Elites, and Immigration Attitudes. *Journal of Politics*, 80(3):772-785
- Mastro, Dana, Riva Tukachinsky, Elizabeth Behm-Morawitz & Erin Blecha (2014) News Coverage of Immigration: The Influence of Exposure to Linguistic Bias in the News on Consumer's Racial/Ethnic Cognitions, *Communication Quarterly*, 62:2, 135-154. DOI: 10.1080/01463373.2014.890115
- Morisi, Davide, Markus Wagner. 2020. Bringing people closer to the elites: the effect of information on populist attitudes, *International Journal of Public Opinion Research*, edaa033, <https://doi.org/10.1093/ijpor/edaa033>†
- Nadeau, Richard, Richard G. Niemi, and Jeffrey Lavine. 1993. Innumeracy about Minority Populations. *Public Opinion Quarterly* 57(3): 332-47. †
- Nakata, K. 2017. Attitudes towards Immigration in an Aging Society: Evidence from Japan. RIETI Discussion Paper Series 17-E-095. <https://www.rieti.go.jp/jp/publications/dp/17e095.pdf>
- Newman, B., Hartman, T., Lown, P., & Feldman, S. (2015). Easing the Heavy Hand: Humanitarian Concern, Empathy, and Opinion on Immigration. *British Journal of Political Science*, 45(3), 583-607. doi:10.1017/S0007123413000410
- Newman, B.J., Hartman, T.K. and Taber, C.S. (2012), Foreign Language Exposure, Cultural Threat, and Opposition to Immigration. *Political Psychology*, 33: 635-657. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2012.00904.x>

- Nyhan, B., Porter, E., Reifler, J., Wood, T., 2020. Taking corrections literally but not seriously? The effects of information on factual beliefs and candidate favorability. *Political Behaviour*. 42: 939–960
- Schaub, M., Gereke, J., & Baldassarri, D. (2021). Strangers in Hostile Lands: Exposure to Refugees and Right-Wing Support in Germany's Eastern Regions. *Comparative Political Studies*, 54(3–4), 686–717.
- Sides, J. and J. Citrin. 2007a. How Large the Huddled Masses? The Causes and Consequences of Public Misperceptions about Immigrant Populations. Conference paper:
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.335.1296&rep=rep1&type=pdf>
- Sides, J. and J. Citrin. 2007b. European Opinion about Immigration: The Role of Identities, Interests, and Information. *British Journal of Political Science* 37(3): 477–504. †
- Sirin, C. V., Valentino, N. A., & Villalobos, J. D. (2016). Group Empathy in Response to Nonverbal Racial/Ethnic Cues: A National Experiment on Immigration Policy Attitudes. *American Behavioral Scientist*, 60(14), 1676–1697.
<https://doi.org/10.1177/0002764216676246>
- Sniderman, P., Hagendoorn, L., & Prior, M. (2004). Predisposing Factors and Situational Triggers: Exclusionary Reactions to Immigrant Minorities. *American Political Science Review*, 98(1), 35–49. doi:10.1017/S000305540400098X
- Sniderman, Paul M. and Louk Hagendoorn. 2007. *When Ways of Life Collide: Multiculturalism and Its Discontent in the Netherlands*. Princeton: Princeton University Press.
- Sobolewska, Maria, Silvia Galandini & Laurence Lessard-Phillips. 2017. The public view of immigrant integration: multidimensional and consensual. Evidence from survey experiments in the UK and the Netherlands, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 43:1, 58–79, DOI: [10.1080/1369183X.2016.1248377](https://doi.org/10.1080/1369183X.2016.1248377)
- Solodoch, O. (2020). Do Sociotropic Concerns Mask Prejudice? Experimental Evidence on the Sources of Public Opposition to Immigration. *Political Studies*. <https://doi.org/10.1177/0032321720946163>
- Strabac, Zan, Toril Aalberg & Marko Valenta (2014) Attitudes towards Muslim Immigrants: Evidence from Survey Experiments across Four Countries, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 40:1, 100–118, DOI: [10.1080/1369183X.2013.831542](https://doi.org/10.1080/1369183X.2013.831542)
- Swire, B., Berinsky, A., Lewandowsky, Ecker, U., 2017. Processing political misinformation: comprehending the trump phenomenon. *R. Soc. Open Sci.* 4 (3). <https://doi.org/10.1098/rsos.160802>. †
- Theorin, N. 2021. 'How news frames affect immigration attitudes: Perceptions and emotions as underpinning mechanisms?' in, eds. Jesper Strömbäck, Christine E. Meltzer, Jakob-Moritz Eberl, Christian Schemer, Hajo G. Boomgaarden, *Media and Public Attitudes toward Migration in Europe: A comparative approach*.
- Theorin, N., Meltzer, C. E., Galyga, S., Strömbäck, J., Schemer, C., Eberl, J.-M., Lind, F., Heidenreich, T., & Boomgaarden, H. G. (2021). Does News Frame Affect Free Movement Attitudes? A Comparative Analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98(3), 725–748. <https://doi.org/10.1177/10776990211006793>
- Turper, Sedef, Shanto Iyengar, Kees Aarts & Minna van Gerven. 2015. Who is Less Welcome?: The Impact of Individuating Cues on Attitudes towards Immigrants, *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 41:2, 239–259, DOI: [10.1080/1369183X.2014.912941](https://doi.org/10.1080/1369183X.2014.912941)
- Valentino, N., Soroka, S., Iyengar, S., Aalberg, T., Duch, R., Fraile, M., . . . Kobayashi, T. (2019). Economic and Cultural Drivers of Immigrant Support Worldwide. *British Journal of Political Science*, 49(4), 1201–1226. doi:10.1017/S000712341700031X
- Van Klingeren, Marijn, Hajo G. Boomgaarden, Claes H. de Vreese, 2017. Will Conflict Tear Us Apart? The Effects of



Conflict and Valenced Media Messages on Polarizing Attitudes toward EU Immigration and Border Control, *Public Opinion Quarterly*, Volume 81, Issue 2, Pages 543–563 <https://doi-org.euiidm.oclc.org/10.1093/poq/nfw051>

Wiig, T. M. A. 2017. Can framing change individual attitudes towards immigration? Master Thesis. Accessed at: <https://bora.uib.no/bora-xmlui/handle/1956/16046>

Wojcieszak, Magdalena, R Kelly Garrett. 2018. Social Identity, Selective Exposure, and Affective Polarization: How Priming National Identity Shapes Attitudes Toward Immigrants Via News Selection, *Human Communication Research*, Volume 44, Issue 3, Pages 247–273.

Wright, M., Levy, M. & Citrin, J. 2016 Public Attitudes Toward Immigration Policy Across the Legal/Illegal Divide: The Role of Categorical and Attribute-Based Decision-Making. *Polit Behav* **38**, 229–253. <https://doi.org/10.1007/s11109-015-9311-y>

Annexes

Annexe 1. Statistiques descriptives de 68 études

	Nombre d'études
Année de publication	
2004	1
2007	2
2008	1
2010	1
2011	1
2012	2
2013	2
2014	3
2015	7
2016	7
2017	7
2018	5
2019	3
2020	12
2021	13
Méthode	
Expérience conjointe	4
Expérience de laboratoire	1
Expérience naturelle	2
Expérience quasi-naturelle	2
Enquête	56

Pays (certaines études testées dans plusieurs pays)	
Autriche	2
Australie	2
Belgique	2
Canada	5
Chypre	1
Danemark	3
Estonie	1
Finlande	1
France	3
Allemagne	8
Grèce	1
Hongrie	2
Irlande	2
Israël	1
Japon	4
Pays-Bas	8
Norvège	5
Pologne	2
Portugal	1
Roumanie	2
Corée du Sud	3
Espagne	5
Suède	5
Suisse	3
Turquie	3
Royaume-Uni	12
États-Unis	32

Journal	
American Behavioral Scientist	1
American Journal of Political Science	2
American Political Science Review	3
Monograph	1
British Journal of Political Science	3
Canadian Journal of Political Science	2
Chapter in edited volume	1
Communication Quarterly	1
Communication Research	1
Comparative Political Studies	2
European Sociological Review	1
Human Communication Research	1
International Journal of Public Opinion Research	1
Journal of Behavioral and Experimental Economics	1
Journal of Ethnic and Migration Studies	6
Journal of European Social Policy	1
Journal of Experimental Political Science	3
Journal of Immigrant & Refugee Studies	1
Journal of Peace Research	1
Journal of Politics	3
Journal of Public Economics	1
Journalism & Mass Communication Quarterly	2
Political Behavior	4
Political Psychology	1
Political Science Research and Methods	1
Political Studies	2
Politics, Groups, and Identities	1

Public Opinion Quarterly	2
Research & Politics	2
Scandinavian Political Studies	1
Science	1
Social Science Quarterly	1
The International Journal of Press/Politics	1
Thesis	1
Working paper	11
Type d'attitude testée (<i>certaines études ont testé les deux</i>)	
Perceptions	34
Préférences politiques	45
Préjugé	2



- 1 Berg, Justin Allen (2020) Assessing The Effects Of Intergroup Contact On Immigration Attitudes, *The Social Science Journal*, Doi: [10.1080/03623319.2020.1814982](https://doi.org/10.1080/03623319.2020.1814982); Branton, R, Martinez-Ebers, V, Carey, T.E., Jr. And Matsubayashi, T. (2015). Social Protest And Policy Attitudes: The Case Of The 2006 Immigrant Rallies. *American Journal Of Political Science*, 59: 390-402. <https://doi.org/10.1111/Ajps.12159>; Clayton, K, Ferwerda, J, & Horiuchi, Y. Exposure To Immigration And Admission Preferences: Evidence From France. 2021. *Polit Behav* 43: 175-200. <https://doi.org/10.1007/S1109-019-09550-Z>; Creighton, M. J., Jamal, A., & Malancu, N. C. (2015). Has Opposition To Immigration Increased In The United States After The Economic Crisis? An Experimental Approach. *International Migration Review*, 49(3), 727-756. <https://doi.org/10.1111/Imre.12091>; Enos, Ryan D. 2014. Causal Effect Of Intergroup Contact On Attitudes. *Proceedings Of The National Academy Of Sciences*, 111(10): 3699-3704; Finseraas, H. And Kotsadam, A. (2017). Does Personal Contact With Ethnic Minorities Affect Anti-Immigrant Sentiments? Evidence From A Field Experiment. *European Journal Of Political Research*, 56: 703-722. <https://doi.org/10.1111/1475-6765.12199>; Hangartner, D., Dinas, E., Marbach, M., Matakos, K., & Xefteris, D. (2019). Does Exposure To The Refugee Crisis Make Natives More Hostile? *American Political Science Review*, 113(2), 442-455. Doi:10.1017/S0003055418000813; Kuntz, A., Davidov, E., & Semyonov, M. (2017). The Dynamic Relations Between Economic Conditions And Anti-Immigrant Sentiment: A Natural Experiment In Times Of The European Economic Crisis. *International Journal Of Comparative Sociology*, 58(5), 392-415. <https://doi.org/10.1177/0020715217690434>; Legewie, J. 2013. Terrorist Events And Attitudes Toward Immigrants: A Natural Experiment. *American Journal Of Sociology*, 118(5), 1199-1245; Schüller, S. (2016) The Effects Of 9/11 On Attitudes Toward Immigration And The Moderating Role Of Education. *Kyklos*, 69: 604- 632. Doi: [10.1111/Kykl.12122](https://doi.org/10.1111/Kykl.12122); Valentino, N.A., Brader, T. And Jardina, A.E. (2013), Immigration Opposition Among U.S. Whites: General Ethnocentrism Or Media Priming Of Attitudes About Latinos?. *Political Psychology*, 34: 149-166. <https://doi.org/10.1111/1467-9221.2012.00928.X>
- 2 Voir ici: https://www.youtube.com/watch?v=_1SoLYX8OyE
- 3 La proportion d'immigrés aux États-Unis, celle des immigrants illégaux, le taux de chômage des immigrants, leur taux d'incarcération et la proportion d'immigrés ne parlant pas anglais.
- 4 https://www.sophiacoop.it/web/content/progetto_confini_it.php
- 5 Tous les participants ont reçu les informations suivantes : « En 1980, Fidel Castro, qui était alors le président du Cuba, a soudainement annoncé que les Cubains souhaitant émigrer aux États-Unis étaient libres de le faire. Cela a conduit à une immigration de masse vers Miami en Floride, où sont arrivés par bateau la plupart des immigrants cubains. Avec l'arrivée de nouveaux immigrants cubains, la main d'œuvre de Miami a augmenté de 55 000 personnes (ou 8 pour cent), presque d'un coup. Les nouveaux immigrants étaient pour la plupart peu qualifiés, et la main d'œuvre peu qualifiée a donc augmenté de 20 pour cent. Cette augmentation massive et inattendue de la main d'œuvre de Miami de 55 000 nouveaux immigrants a permis aux chercheurs d'étudier l'impact de l'immigration sur le marché du travail. Pour ce faire, les chercheurs ont étudié les changements au niveau des salaires et du chômage à Miami après l'immigration massive, et ce par rapport aux autres villes américaines qui, du fait de la distance géographique, n'avaient pas été impactées par l'immigration massive de Cubains. » Le groupe traité a été le seul à recevoir les informations suivantes : « Les chercheurs qui ont analysé les effets à court et à long terme de l'immigration massive de Cubains à Miami ont conclu que, pour les travailleurs hautement qualifiés et peu qualifiés, l'immigration massive n'avait pratiquement aucun effet sur les salaires et pratiquement aucun effet sur le chômage. Selon les chercheurs, si l'immigration massive n'a eu pratiquement aucun effet sur les salaires et le chômage, c'est parce que les nouveaux immigrants cubains ont augmenté la demande en biens et services, ce qui a créé de nouveaux emplois. »
- 6 Stimuli expérimentaux : L'étude « Les immigrants [prennent les emplois des américains/créent de nouveaux emplois] montre : Une nouvelle étude montre que le nombre croissant d'immigrants aux États-Unis a [pris les emplois des Américains / aidé à créer de nouveaux emplois], selon l'American Immigrant Research Group. Les résultats sont fondés sur les données de l'American Immigrant Social Survey, recueillies deux fois par an de 1945 jusqu'à l'an dernier. La recherche révèle que l'augmentation des immigrants entraîne [la perte d'emplois aux États-Unis, les immigrants occupant plutôt ces postes / la création de nouveaux emplois, ce qui augmente l'emploi des Américains]. Le responsable du groupe de recherche, Michael Miller, a déclaré que « ce résultat est important pour notre société actuelle, et nous devons poursuivre ce genre de recherche pour mieux comprendre l'impact des changements sociodémographiques sur la société américaine ».
- 7 L'étude « Les immigrants augmentent le poids de l'aide sociale/diminuent le poids de l'aide sociale] montre : Une nouvelle étude révèle que le nombre croissant d'immigrants aux États-Unis a [diminué le poids de l'aide sociale pour les contribuables / augmenté le poids de l'aide sociale pour les contribuables], selon l'American Immigrant Research Group. Les résultats sont fondés sur les données de l'American Immigrant Social Survey, recueillies deux fois par an de 1945 jusqu'à l'an dernier. La recherche révèle que [les immigrants aux États-Unis dépendent davantage de l'aide sociale que les Américains et, par conséquent, la croissance des immigrants entraîne une augmentation du poids de l'aide sociale pour les Américains / les immigrants aux États-Unis dépendent moins de l'aide sociale que les Américains, et par conséquent l'augmentation des immigrants se traduit par une diminution du poids de l'aide sociale pour les Américains]. Le responsable du groupe de recherche, Michael Miller, a déclaré que « ce résultat est important pour notre société actuelle, et nous devons poursuivre ce genre de recherche pour mieux comprendre l'impact des changements sociodémographiques sur la société américaine ».
- 8 L'étude « Les immigrants fragilisent la culture et les valeurs américaines / enrichissent la culture et les valeurs américaines] montre : Une nouvelle étude révèle que le nombre croissant d'immigrants aux États-Unis a [fragilisé la culture et les valeurs américaines / enrichi la culture et les valeurs américaines], selon l'American Immigrant Research Group. Les résultats sont fondés sur les données de l'American Immigrant Social Survey, recueillies deux fois par an de 1945 jusqu'à l'an dernier. L'étude révèle que [les immigrants n'apprennent pas l'anglais, rejettent les valeurs américaines, et affaiblissent la culture américaine / les immigrants apprennent l'anglais, adoptent les valeurs américaines, et renforcent la culture américaine]. Le responsable du groupe de recherche, Michael Miller, a déclaré que « ce résultat est important pour notre société actuelle, et nous devons poursuivre ce genre de recherche pour mieux comprendre l'impact des changements sociodémographiques sur la société américaine ».
- 9 L'étude « Les immigrants font augmenter le taux de criminalité/ont diminué le taux de criminalité] montre : Une nouvelle étude révèle que le nombre croissant d'immigrants aux États-Unis a [augmenté le taux de criminalité/diminué le taux de criminalité], selon l'American Immigrant Research Group. Les résultats sont fondés sur les données de l'American Immigrant Social Survey, recueillies deux fois par an de 1945 jusqu'à l'an dernier. L'étude révèle que [les immigrants ont tendance à commettre des délits plus fréquemment que les américains, et, par conséquent, l'augmentation des immigrants entraîne une augmentation du taux de criminalité aux États-Unis / les immigrants ont tendance à entretenir de forts liens familiaux et à créer des communautés qui rassemblent, et, par conséquent, l'augmentation des immigrants entraîne une diminution du taux de criminalité aux États-Unis.] Le responsable du groupe de recherche, Michael Miller, a déclaré que « ce résultat est important pour notre société actuelle, et nous devons poursuivre ce genre de recherche pour mieux comprendre l'impact des changements sociodémographiques sur la société américaine ».

-
- 10 La colère des participants se déclenche lorsque l'on demande : « Réfléchissez maintenant, de manière générale, à la politique de l'Autriche et aux politiciens autrichiens. Quand vous réfléchissez à la politique et aux politiciens, qu'est-ce qui vous met en colère et vous énerve ? Merci d'écrire tout ce qui vous vient à l'esprit. »
- 11 La peur se déclenche lorsque l'on demande : « Réfléchissez maintenant, de manière générale, à la politique de l'Autriche et aux politiciens autrichiens. Quand vous réfléchissez à la politique et aux politiciens, qu'est-ce qui vous fait peur et vous rend nerveux ? Merci d'écrire tout ce qui vous vient à l'esprit. »
- 12 Dans des conditions de *non assimilés*, le type de nourriture consommé au déjeuner comprenait de la viande de chèvre épicée, et il était dit que le restaurant faisait partie d'un marché d'alimentation ethnique. Ces détails contrastaient avec un plat américain classique de bâtonnets de mozzarella, de rondelles d'oignon et d'ailes de poulet Buffalo consommé au Roy's Diner dans des conditions *d'assimilés*. Les conditions de *non assimilés* précisaient en outre qu'ils parlaient dans leur langue maternelle et discutaient d'événements se déroulant dans leur pays natal plutôt que de parler en anglais et de discuter de l'équipe de baseball locale dans la condition *d'assimilés*.
- 13 L'immigration a augmenté et diminué au fil du temps, mais, comme la langue anglaise, la culture britannique n'est que superficiellement affectée par l'influence étrangère. Selon le professeur Eric Kaufmann de l'université de Londres, une grande partie des enfants d'immigrés européens sont devenus des Britanniques blancs. Les historiens nous disent que les Français, les Irlandais, les Juifs et les immigrés noirs d'avant-guerre se sont largement fondus dans la majorité blanche. Ceux de race mixte, qui partagent des ancêtres communs avec les Britanniques blancs, augmentent plus vite que tous les groupes minoritaires et 8 sur 10 d'entre eux épousent des Blancs. À long terme, les minorités d'aujourd'hui seront absorbées dans la majorité et les identités étrangères disparaîtront, comme elles l'ont fait pour les personnalités publiques ayant des ancêtres immigrés comme Boris Johnson ou Peter Mandelson. La Grande-Bretagne détermine ses migrants, les migrations ne déterminent pas la Grande-Bretagne.
- 14 La Grande-Bretagne change et se diversifie de plus en plus. Le recensement de 2011 montre que les Britanniques blancs sont déjà minoritaires dans quatre villes britanniques, dont Londres. Plus d'un quart des naissances en Angleterre et au pays de Galles proviennent de mères nées à l'étranger. Les jeunes Britanniques sont également beaucoup plus diversifiés que les Britanniques plus âgés. Seulement 4,5 % des personnes âgées de plus de 65 ans sont non blanches, mais plus de 20 % des moins de 25 ans le sont. L'âge moyen des minorités, plus jeune, le taux de natalité un peu plus élevé et l'immigration continue signifient que, à la fin de ce siècle, selon le professeur David Coleman, de l'Université d'Oxford, « les Britanniques blancs formeront une minorité nationale ». Nous devrions nous saisir de notre diversité, qui donne à la Grande-Bretagne un avantage dans l'économie mondiale. Ensemble, nous pouvons bâtir une Grande-Bretagne plus forte et plus inclusive.
- 15 « La traite des êtres humains : Un problème majeur de l'immigration. Chaque année, des millions d'hommes, de femmes et d'enfants font l'objet de trafics à travers le monde. On estime que la traite des êtres humains est une industrie qui s'élève à 32 milliard de dollars par an. Les trafiquants utilisent la force, la fraude, ou la coercition pour attirer leurs victimes et les forcer à travailler ou à faire l'objet d'une exploitation sexuelle à des fins commerciales. Ils recherchent des personnes vulnérables, dont les immigrés, susceptibles d'accepter des arrangements à risques pour échapper à la violence, à l'instabilité et/ou à la pauvreté dans leurs pays d'origine, parce que les politiques strictes en matière d'immigration rendent les migrations difficiles. Par exemple, le durcissement mondial récent des admissions à l'asile a augmenté les trafics, en forçant de nombreuses personnes désespérées à se tourner vers les passeurs »
- 16 « La traite des êtres humains : Problème majeur chaque année, des millions d'hommes, de femmes et d'enfants font l'objet de trafics à travers le monde. On estime que la traite des êtres humains est une industrie qui s'élève à 32 milliard de dollars par an. Les trafiquants utilisent la force, la fraude, ou la coercition pour attirer leurs victimes et les forcer à travailler ou à faire l'objet d'une exploitation sexuelle à des fins commerciales. Ils recherchent des personnes vulnérables, dont les immigrés, susceptibles d'accepter des arrangements à risques pour échapper à la violence, à l'instabilité et/ou à la pauvreté. »
- 17 « Le trafic d'êtres humains : Un problème majeur de l'immigration. Chaque année, des millions d'hommes, de femmes et d'enfants cherchent à émigrer vers différents pays à travers le monde. On estime que le trafic des êtres humains est une industrie qui s'élève à 35 milliard de dollars par an. De nombreux trafiquants utilisent la force, la fraude, ou la coercition pour attirer leurs victimes et les forcer à travailler ou à faire l'objet d'une exploitation sexuelle à des fins commerciales. Ils recherchent des personnes vulnérables, dont les immigrés, susceptibles d'accepter des arrangements à risques pour échapper à la violence, à l'instabilité et/ou à la pauvreté dans leurs pays d'origine, parce qu'une politique stricte en matière d'immigration rend les migrations difficiles. Par exemple, le durcissement mondial récent des admissions à l'asile a augmenté la victimisation des demandeurs d'asile, forçant de nombreuses personnes désespérées à se tourner vers les passeurs.»
- 18 « En quête du rêve américain : Problème majeur de l'immigration, des millions d'hommes, de femmes et d'enfants sont venus en Amérique en quête d'une vie meilleure. Les immigrés sont comme ceux qui sont venus en Amérique il y a des années. Les ancêtres de nombreux américains sont venus dans ce pays pour vivre le rêve américain. Aujourd'hui de nombreux immigrés et réfugiés ont choisi de venir aux États-Unis pour pouvoir vivre ce même rêve américain. C'est sur ce rêve que notre pays a été fondé, c'est ce qui a amené les générations précédentes dans ce grand pays, et c'est le modèle de réussite dont ces immigrés veulent faire partie. »
- 19 « Les sujets soumis à la condition humanitaire ont lu que le plan d'immigration avait pour but d'aider ces Honduriens à échapper aux « conditions difficiles et dangereuses dans leur pays d'origine », comme la « pauvreté », l'« accès limité à l'emploi » et la « répression gouvernementale ».
- 20 « Au sein de la condition menace, les sujets ont lu un rapport non partisan indiquant que ces nouveaux immigrés auront « besoin d'un large éventail de services d'État financés par les contribuables », « augmenteront probablement la concurrence pour l'emploi », « auront des capacités limitées en anglais », et « auront besoin de temps pour s'intégrer totalement aux États-Unis ».
- 21 Ceux soumis à la condition d'identité nationale ont reçu les directives suivantes : « Avant de continuer, merci de prendre quelques minutes pour réfléchir à ce que signifie être américain. En d'autres termes, qu'avez-vous de commun avec les autres américains ? Cela peut être le fait que nous parlons tous la même langue, que nous sommes tous nés ici, que nos parents sont américains, etc. S'il vous plaît, prenez jusqu'à cinq minutes pour écrire sur une qualité essentielle que vous partagez avec d'autres Américains, quelque chose qui nous unit en tant que peuple. »



ICMPD Regional Office for the Mediterranean

Europa Centre, 2nd floor
John Lopez Street
Floriana, FRN 1400
Malta
Tel: +356 277 92 610

 **Euromed Migration**

 **@EUROMEDMigr**

 **emm5team@icmpd.org**

 **www.icmpd.org/emm5**

