

# Surveillance des réseaux sociaux avril-juin 2024: protection de l'espace humanitaire au Burkina Faso



Afin de soutenir le travail humanitaire dans la région du Sahel, Insecurity Insight effectue une veille permanente des réseaux sociaux pour comprendre les perceptions et les principales préoccupations concernant la réponse de l'aide au Burkina Faso, dans le but de contribuer au développement des stratégies de communication et de gestion des risques de sécurité des agences d'aide en réponse au sentiment de la communauté.

## Synthèse

D'avril à juin 2024, 50 organisations principalement liées à l'aide internationale ont été mentionnées dans 358 messages publics sur Facebook et X (anciennement Twitter) au Burkina Faso. Les organisations internationales comprenaient 32 organisations d'aide ou de développement, 11 organisations humanitaires, quatre organisations des Nations Unies et un bailleur de fonds.

Facebook a représenté 89 % des messages, les médias locaux édités étant la principale source de contenu (59 %), suivis par les comptes de réseaux sociaux des réseaux d'aide ou du secteur civil (31 %) et d'autres sources (10 %).

Ces messages ont touché environ 4,5 millions de personnes, avec une moyenne de 12 500 vues par message, et généré près de 25 000 engagements. L'analyse des sentiments a montré que tous les messages étaient positifs ou neutres.

Cependant, 9 % des 1 179 commentaires (c'est-à-dire les réponses aux articles) expriment des sentiments négatifs qui découlent souvent de la méfiance et de la désinformation. Les commentaires négatifs associent les organisations d'aide au terrorisme et à la création d'une dépendance, soulignant la nécessité pour les organisations d'aide de lutter contre la désinformation afin de maintenir la sécurité et l'efficacité des opérations d'aide dans la région.

Il semblerait que les fausses informations, la désinformation et les discours de haine visant les ONG aient été principalement diffusés par des utilisateurs de réseaux sociaux qui semblent avoir des opinions pro-militaires et pro-Alliance des États du Sahel. Au cours de la période examinée, ces utilisateurs (tous de sexe masculin et résidant au Burkina Faso) ont également publié des contenus relatifs aux chefs militaires du Burkina Faso et à des préoccupations géopolitiques plus larges, y compris des allégations selon lesquelles les organisations d'aide poursuivaient des objectifs décrits comme contraires aux intérêts du Burkina Faso ou à ceux de son peuple.

## Les organisations humanitaires dans la sphère des réseaux sociaux au Burkina Faso

D'avril à juin 2024, au moins **50 organisations liées à l'aide opérant ou présentes au Burkina Faso ont été mentionnées dans 358 messages publics sur Facebook et X** (anciennement Twitter), dont 48 organisations internationales et deux locales (voir Figure 1). Ces organisations internationales comprenaient 32 organisations d'aide ou de développement, 11 organisations humanitaires, quatre organisations des Nations Unies et un bailleur de fonds.

Environ 89 % de ces messages provenaient de Facebook, le reste de X. Ces messages faisaient presque exclusivement référence à des organisations d'aide internationale : 48 des 50 organisations citées dans les réseaux sociaux publics enregistrés entre avril et juin 2024 étaient des organisations internationales.

Si l'on exclut les agences de recrutement,<sup>1</sup> , **les médias locaux édités** ont été la principale source de contenu lié aux agences d'aide, représentant 59 % des messages (voir figure 2).

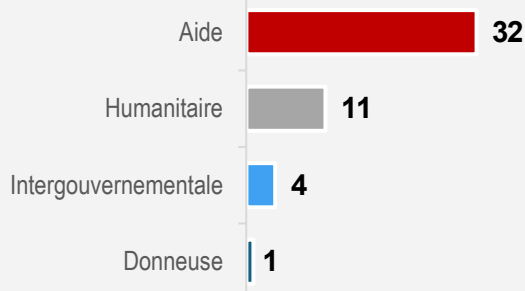
**Les comptes de réseaux sociaux liés à des organisations ou à des réseaux opérant dans le secteur de l'aide ou le secteur civil** constituaient la deuxième source la plus importante de contenu lié aux agences d'aide, représentant environ 31 % des messages.<sup>2</sup>

**Les autres sources**, y compris les autorités locales, les bailleurs de fonds, etc., représentaient 10 % du contenu.

Entre avril et juin 2024, on estime que les messages faisant référence à des organisations d'aide humanitaire au Burkina Faso ont atteint plus de 4,5 millions de personnes, soit une moyenne de plus de 12 500 personnes par message. En outre, on estime que ces posts ont donné lieu à près de 25 000 actions d'engagement sous forme de commentaires, de partages et de réactions emoji, avec une moyenne d'environ 69 engagements par post.

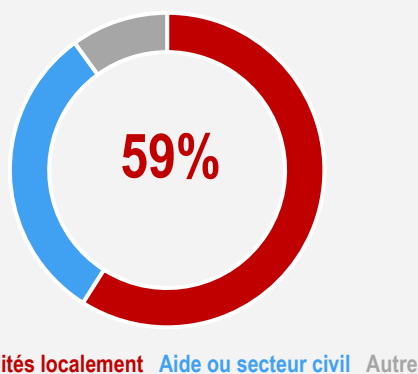
Les messages étaient accompagnés de 1 179 commentaires liés aux organisations d'aide (sans compter les commentaires non liés à ces organisations). Le volume important de commentaires indique que l'espace des réseaux sociaux au Burkina Faso est plus grand que dans d'autres pays du Sahel, y compris le Mali.

**Figure 1 : Nombre d'organisations internationales ayant fait l'objet de discussions sur les réseaux sociaux publics, par type**



Source: Insecurity Insight

**Figure 2 : Source des messages sur les réseaux sociaux faisant référence aux organisations humanitaires opérant au Burkina Faso (%)**



Source: Insecurity Insight

## Opinions, désinformation et discours de haine

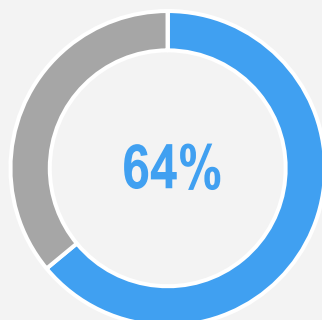
Tous les **messages** publics mentionnant des organisations humanitaires individuelles sur les réseaux sociaux ont exprimé des sentiments positifs (64 %) ou neutres (36 %) (voir figure 3). La plupart des contenus téléchargés par les médias locaux édités (59 % du total des posts) présentaient les activités des organisations humanitaires sous un jour neutre en rapportant les faits entourant leurs activités. En outre, les contenus produits par les agences d'aide et les organisations de la société civile (31 % du total des posts) présentaient les activités d'aide de manière positive en diffusant des informations sur les partenariats et les programmes. En d'autres termes, aucun message négatif sur des **organisations liées à l'aide, individuelles ou nommées**, n'a été détecté d'avril à juin 2024 dans l'espace en ligne du Burkina Faso.

Au total, 1 179 **commentaires** sur des sujets liés à l'aide ont été rédigés en réaction à ces articles. La majorité de ces commentaires exprimaient généralement des sentiments positifs (26 %) ou neutres (65 %). Toutefois, 110 commentaires, soit 9 % du total, expriment des sentiments négatifs (figure 4).

**Les sentiments négatifs exprimés** dans ces commentaires concernaient six organisations liées à l'aide : un bailleur de fonds, une organisation intergouvernementale, une organisation humanitaire et trois organisations d'aide ou de développement. Plusieurs cas de sentiments négatifs à l'égard du secteur de l'aide dans son ensemble (c'est-à-dire faisant référence aux « ONG » en termes généraux plutôt qu'à des organisations spécifiques liées à l'aide) ont également été détectés. Cependant, comme nous l'avons vu dans cette section, les organisations d'aide individuelles ont été ciblées plus fréquemment. Cela contraste avec les résultats obtenus au Mali, où les sentiments négatifs visaient généralement le secteur de l'aide dans son ensemble et rarement des organisations individuelles.

Les sentiments négatifs à l'égard des organisations liées à l'aide ont généralement pris deux formes : la *mésinformation*, la *désinformation* et les *discours de haine (MDH)* et les *opinions défavorables ou critiques*.

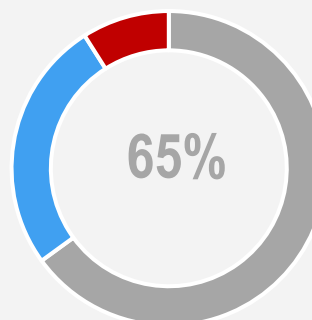
Figure 3 : Sentiments exprimés dans les messages individuels (%)



Positif Neutre

Source: Insecurity Insight

Figure 4 : Sentiments exprimés dans les commentaires individuels (%)



Neutre Positif Négatif

Source: Insecurity Insight

Des exemples précis de MDH ont été détectés lorsque certains utilisateurs de réseaux sociaux ont établi un lien direct entre les organisations d'aide internationale et le « terrorisme », arguant que ces organisations équiper les rebelles en armements (par exemple, « *Les mêmes personnes qui veulent nous aider sont les mêmes qui aident aussi les terroristes avec des armes qui nous massacrent ; c'est de l'hypocrisie* » ; « *... ce sont eux qui financent le terrorisme dans le Sahel* »). Ce constat concorde avec les observations précédentes faites par Insécurité Insight au Burkina Faso, où la désinformation visant à associer les organisations humanitaires aux groupes rebelles a été largement diffusée et détectée (voir encadré 1).

### Encadré 1 : Cas précédents de MDH sur les réseaux sociaux au Burkina Faso

En février 2023, deux employés d'une organisation humanitaire ont été tués dans la région de la Boucle du Mouhoun au Burkina Faso, ce qui a conduit l'organisation à suspendre ses activités humanitaires dans la région. La surveillance des réseaux sociaux effectuée à la suite de l'incident a indiqué que certains utilisateurs de réseaux sociaux ont faussement prétendu que l'organisation humanitaire aidait des groupes armés et agissait pour le compte de gouvernements occidentaux, alors que la décision de suspendre les activités humanitaires dans la région a été généralement bien accueillie sur les réseaux sociaux.

En novembre 2023, au lendemain des attaques djihadistes meurtrières contre la ville de Djibo, une autre organisation humanitaire a été prise pour cible par le biais d'un enregistrement audio alléguant que l'organisation avait été informée de l'attaque imminente par les djihadistes et qu'elle avait retiré son personnel de la zone avant l'assaut. L'analyse a montré que la plupart des utilisateurs de réseaux sociaux qui ont réagi au débat public sur le contenu de l'enregistrement audio semblent croire que les allégations sont vraies, ce qui suggère un manque de confiance sous-jacent dans les ONGI.

Dans d'autres cas, les commentaires exprimant des sentiments négatifs ne constituaient pas une MDH en soi, mais ils pouvaient être influencés par la MDH. Par exemple, lorsqu'un site d'information a annoncé qu'une organisation humanitaire avait fait don de matériel au Burkina Faso, les commentaires ont incité les autorités à se méfier de ce don et à vérifier le matériel (par exemple : « *Il faut bien scanner tout le matériel avant tout usage... méfiance Madame la Ministre...* »). L'hypothèse sous-jacente est que les organisations d'aide pourraient fournir délibérément des équipements nuisibles aux civils.

Un autre exemple récurrent d'opinions méfiantes et critiques, qui peuvent aussi avoir été généralement inspirées par la MDH ciblant les organisations liées à l'aide, est la perception que l'aide étrangère est essentiellement un outil conçu pour créer une relation de dépendance entre la population du Burkina Faso et les acteurs extérieurs. Le soupçon exprimé est que l'aide étrangère ou « occidentale » sert de

*les gestes humanitaires. Surtout venant de ... » ; « Il faut vite arrêter ces genres de financement .... Ces ONG ont toujours une arrière-pensée dans leurs enveloppes » ; « Attention aux aides bilatérales et aux aides multilatérales. Ces inconvénients dépassent ces avantages. Les Occidentaux n'ont jamais aidé un pays sans intérêt »).* De tels sentiments ont été répétés à l'égard d'un certain nombre d'organisations liées à l'aide.

Certains utilisateurs des réseaux sociaux ont également affirmé que l'aide n'avait pas d'impact positif sur les bénéficiaires et les localités du Burkina Faso. Par exemple, en réaction au don d'équipement d'un bailleur de fonds international à un certain nombre de départements du Burkina Faso, un utilisateur s'est plaint que ce n'étaient pas les « cadeaux » continus des organisations internationales qui étaient nécessaires, mais de « vrais projets nationaux » :

**« On dirait que ce sont les dons qui font fonctionner nos [communes]. Toujours des projets. À attendre toujours des autres. Il faut des vrais projets nationaux pour tous nos services. Et éviter les projets internationaux dans nos agendas parce qu'ils ne viennent pas pour nous faire vraiment des cadeaux. » Un autre a souligné que dans certains cas, l'aide fournie n'est pas suffisante : « Il faut souvent préciser le nombre parce qu'il y a certaines ONG là c'est pas la peine, il y a des ONG qui donnent deux bidons d'huile à une école qui compte un effectif de 800 élèves et ils disent qu'ils ont soutenu ladite école. »**

Bien que négatifs dans leur perspective, les *avis défavorables* ne sont pas dangereux ou problématiques en eux-mêmes et peuvent éventuellement être considérés comme une forme de retour d'information pour le secteur de l'aide. En revanche, d'autres commentaires entrant dans la catégorie des MDH constituent une menace directe pour la sécurité des organisations et leur accès aux bénéficiaires.

La différence entre les messages contenant des MDH et les opinions défavorables peut également être observée à travers diverses caractéristiques des profils de réseaux sociaux. Les utilisateurs qui ont publié des avis défavorables sur les organisations d'aide ont tendance à avoir des posts plus diversifiés dans leur fil d'actualité sur les styles de vie, les sports, etc., ce qui indique qu'ils n'essaient pas nécessairement de diffuser des MDH et d'influencer l'opinion de manière délibérée. Les données suggèrent également qu'ils publient plus d'informations personnelles (état civil, profession, etc.) que les sept comptes analysés pour MDH (voir plus de détails dans la section « Portée des profils de réseaux sociaux », ci-dessous).

En effet, sur les sept profils de réseaux sociaux analysés qui ont publié des MDH sur des sujets régionaux et des organisations telles que la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), quatre comptes ont affiché des sentiments négatifs à l'égard des ONG ou de l'ONU en général, avec quelques cas où une ONG a été spécifiquement ciblée. Les sept comptes ont affiché un contenu essentiellement politique et militaire. Six de ces comptes ont exprimé un soutien direct au gouvernement militaire du Burkina Faso et à l'Alliance des États du Sahel, et ont critiqué la CEDEAO. Trois des sept comptes ont également exprimé des sentiments pro-russes. Tous les influenceurs examinés qui ont publié des commentaires négatifs sur le secteur de l'aide étaient des hommes. Ces profils contenaient moins

d'informations personnelles que ceux qui affichaient des opinions défavorables et étaient plus susceptibles d'être anonymes et de publier presque exclusivement du contenu politique. Enfin, un autre indicateur permettant de différencier ces comptes de ceux qui affichent des opinions défavorables est le taux de rediffusion de MDH tirés des messages d'influenceurs régionaux beaucoup plus importants, tels que Nathalie Yamb.<sup>3</sup>

## Portée des profils de réseaux sociaux

Les sept profils qui se sont engagés dans la MDH étaient basés au Burkina Faso et avaient entre 25 et 550 followers, et leurs posts et commentaires ne recueillaient généralement qu'une poignée de réactions, ce qui indique une portée limitée. Ces comptes reprennent souvent des contenus politiques d'influenceurs régionaux beaucoup plus importants (en nombre d'abonnés), ce qui met en évidence les liens transfrontaliers entre les contenus diffusés. Trois de ces influenceurs sont très actifs, commentant les messages plusieurs fois par jour. Toutefois, compte tenu de leur petit nombre d'abonnés, il est peu probable qu'ils gagnent leur vie en tant qu'influenceurs.

La majorité de ces comptes sont actifs sur les réseaux sociaux depuis plus de trois ans (six comptes sur sept), ce qui laisse supposer qu'ils sont gérés par un être humain. Cependant, quatre des sept utilisateurs n'ont pas utilisé de photo de profil privée ni leur vrai nom, probablement en raison de la nature politique de leurs messages et de leurs commentaires.

## Conclusion

- D'avril à juin 2024, l'activité des réseaux sociaux au Burkina Faso a mis en évidence la présence et l'influence significatives des organisations liées à l'aide. Au moins 50 organisations de ce type ont été mentionnées, dont 32 organisations d'aide ou de développement, 11 organisations humanitaires, quatre organisations des Nations Unies et un donateur d'aide.
- Facebook a dominé en tant que plateforme de choix, représentant 89 % des messages analysés. Les médias locaux édités ont été la principale source de contenu lié aux agences d'aide, générant 59 % des messages.
- Le Burkina Faso dispose d'une sphère de réseaux sociaux particulièrement dynamique par rapport à d'autres pays sahéliens tels que le Mali. Par exemple, les messages faisant référence à des organisations d'aide nommées au Burkina Faso ont atteint environ 4,5 millions de personnes, contre 1,5 million pour la même période (avril-juin 2024) au Mali.
- Alors que les messages exprimaient des sentiments positifs ou neutres, 9 % des commentaires (110 sur 1 179) exprimaient des sentiments négatifs, dont certains peuvent être considérés comme des opinions défavorables mais apparemment fondées sur des faits, tandis que d'autres présentaient des caractéristiques de la MDH.
- Les opinions défavorables ou les critiques à l'égard des agences d'aide se sont particulièrement concentrées sur le manque supposé d'impact durable ou réel de certaines organisations liées à l'aide ou du secteur de l'aide en général au Burkina Faso.

- Les MDH ont inclus des allégations établissant un lien direct entre les organisations d'aide internationale et le terrorisme, y compris des allégations selon lesquelles ces organisations fournissaient des armements aux rebelles.
- Tous les sentiments négatifs sont souvent sous-tendus par une méfiance à l'égard des organisations d'aide et de leurs programmes. Certains utilisateurs considèrent l'aide étrangère comme un outil permettant de créer une dépendance et soupçonnent que l'aide fournie par des entités étrangères ou « occidentales » cache des arrière-pensées.
- Il est important de répondre aux critiques et aux commentaires concernant les organisations d'aide exprimés par le biais des réseaux sociaux pour que ces organisations puissent rendre des comptes aux populations touchées. À l'ère des réseaux sociaux, il faut être en mesure d'écouter et d'ajuster les programmes si nécessaire, afin de développer et de maintenir une bonne réputation.
- Il est important de comprendre les notions de désinformation et de discours haineux pour les politiques de gestion des risques de sécurité des agences d'aide. Les perceptions erronées sur les intentions de ces agences peuvent devenir une menace directe pour leur sécurité et leurs opérations. Il est essentiel de traiter ces questions pour maintenir la sécurité et l'efficacité des opérations d'aide au Burkina Faso et dans l'ensemble de la région.

## Recommandations

- **Améliorer la communication et la transparence** : La transparence des activités, des objectifs et des résultats d'une organisation d'aide contribue à contrer la méfiance et les sentiments négatifs. La diffusion régulière d'informations claires et factuelles sur les projets et les réussites peut contribuer à renforcer la confiance et à dissiper les idées fausses.
- **S'engager avec la communauté** : Un engagement actif avec les communautés locales et les parties prenantes sur les réseaux sociaux peut aider à répondre aux préoccupations et à fournir un retour d'information. Il s'agit de répondre aux commentaires, de clarifier les doutes et de participer à des dialogues ouverts. Un tel engagement peut transformer des opinions défavorables en un retour d'information constructif et améliorer la réputation d'une organisation.
- **Développer des campagnes stratégiques de lutte contre la MDH** : Des campagnes ciblées devraient être mises en œuvre pour contrer les MDH. Ces campagnes devraient inclure des services de vérification des faits, une collaboration avec les réseaux locaux et des partenariats avec des personnes influentes afin de diffuser des informations exactes et de démystifier les fausses affirmations.
- **Surveiller et atténuer les risques** : Les réseaux sociaux devraient être surveillés en permanence pour détecter les sentiments négatifs et les MDH ciblant les organisations d'aide. Ces organisations devraient élaborer et déployer des stratégies d'atténuation, telles que la formation du personnel à la culture numérique et à la gestion des risques, afin de se prémunir contre les menaces potentielles pour la sécurité et de garantir la sécurité et l'efficacité des opérations d'aide.

## Qu'est-ce que les données des réseaux sociaux ?

Les principaux composants des données des réseaux sociaux sont les *messages* et les *commentaires*. Un *message* fait référence au téléchargement d'un nouveau contenu par un compte ou une page d'utilisateur, qui apparaît à la fois sur le « mur » du compte ou de la page et sur les chronologies des abonnés. Sur X (anciennement Twitter), un message est généralement appelé « tweet ». Dans le présent document, les « publications » de Facebook et les « tweets » de X sont désignés par le terme « *posts* ».

Un *commentaire* est différent d'un message et désigne la *réponse d'un* utilisateur de réseaux sociaux à un message sous la forme d'un commentaire qui apparaît dans la section des commentaires de la plateforme de réseaux sociaux.

Outre les messages et les commentaires, les données des réseaux sociaux comprennent également divers *types d'engagement des utilisateurs* à l'égard des messages et des commentaires, par exemple sous la forme de « likes » et de « partages » (ou « reposts » sur X).

Certaines organisations, y compris les *médias édités*, les ONG, les *autorités locales*, les *acteurs politiques* et d'autres, participent à l'espace des réseaux sociaux en téléchargeant des messages ou en publiant des commentaires à différentes fins, y compris pour diffuser des informations.

L'analyse présentée dans ce document inclut également les messages et les commentaires produits par les agences d'aide.

En outre, sept profils de réseaux sociaux ayant publié des informations erronées, de la désinformation et des discours de haine (MDH) sur les organisations d'aide au Burkina Faso ont été examinés afin d'analyser les tendances des sujets auxquels ils se référaient et leur portée.

L'analyse se limite aux messages ou commentaires accessibles au public. Elle n'inclut pas les informations partagées via des plateformes de réseaux sociaux privées telles que WhatsApp ou des groupes Facebook privés. Elle se limite également aux messages écrits et n'inclut pas l'analyse des messages vidéo parlés postés sur YouTube.

**Ce document traite à la fois des opinions défavorables exprimées à l'égard d'organisations d'aide individuelles ou du secteur de l'aide dans son ensemble, ainsi que de MDH.**

La *mésinformation* fait référence à des situations où les utilisateurs transmettent un contenu erroné sans être conscients qu'ils diffusent des informations factuellement incorrectes. On parle de *désinformation* lorsque des utilisateurs diffusent sciemment et délibérément de fausses allégations. On parle de *discours de haine* lorsque des sentiments négatifs sont utilisés pour inciter à la violence. Le discours haineux constitue une menace directe pour la sûreté et la sécurité et contribue à réduire l'espace opérationnel des organisations humanitaires. Les opinions défavorables donnent un aperçu des perceptions du public qui peuvent potentiellement offrir un retour d'information constructif en matière de responsabilité pour les populations touchées que le secteur de l'aide cherche à servir.

## Méthodologie et limites

Les données des réseaux sociaux accessibles au public et publiées en français relatives au travail d'aide au Burkina Faso entre avril et juin 2024 ont été analysées à l'aide de mots-clés associés à une liste de 165 organisations d'aide locales et internationales connues pour opérer dans le pays. Pour ce faire, Insecurity Insight a utilisé une technologie propriétaire alimentée par un outil d'intelligence artificielle pour identifier les données pertinentes sur diverses plateformes de réseaux sociaux. Les données collectées ont ensuite été analysées et les résultats présentés dans ce document. Pour des raisons éthiques et techniques, les données ne comprennent pas le contenu privé des réseaux sociaux. En outre, l'analyse n'inclut pas les sentiments exprimés dans des langues autres que le français et se base uniquement sur l'analyse du contenu écrit.

Sept comptes identifiés comme ayant publié des contenus écrits négatifs à l'égard du secteur de l'aide ont fait l'objet d'un examen plus approfondi afin de comprendre leur portée, leur audience et les sujets sur lesquels ils se concentraient. Les messages et les commentaires de ces comptes ont été analysés en fonction de critères prédéterminés examinant leur localisation géographique, leur portée, leur nombre de followers, leur sujet, leurs liens politiques et leurs indicateurs socio-économiques.

**Pour nous faire part de vos commentaires ou prendre contact avec nous, veuillez nous écrire à l'adresse suivante : [info@insecurityinsight.org](mailto:info@insecurityinsight.org)**

## Footnotes

1 Les agences de recrutement, dont certaines peuvent être fausses, ont tendance à publier des offres d'emploi liées aux agences d'aide internationale. Les offres d'emploi représentent 23% du contenu des réseaux sociaux lié aux agences d'aide au Burkina Faso.

2 Ce chiffre n'inclut pas le contenu produit par les organisations elles-mêmes. Par exemple, si l'organisation A publie un message pour faire connaître le travail qu'elle effectue, ce message n'est pas inclus dans les données. En revanche, si l'organisation A publie un message concernant l'organisation B, ce message figure dans les données.

3 Nathalie Yamb est une influenceuse connue, [sponsorisée par la Russie](#), qui compte plus de 200 000 followers sur X et qui publie quotidiennement des MDH sur divers sujets politiques et militaires au Sahel.

Ce document est publié par Insecurity Insight. L'analyse et les opinions exprimées dans ce rapport appartiennent uniquement à l'éditeur, Insecurity Insight. Insecurity Insight est une organisation humanitaire à but non lucratif (H2H) engagée envers les [principes humanitaires](#). Ce document est financé et soutenu par le généreux soutien du peuple américain à travers l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID) et l'Union européenne. Les opinions qui y sont exprimées ne reflètent en aucune façon la position de l'USAID, du gouvernement américain ou de l'Union européenne qui ne sont pas responsables du contenu exprimé dans ce document.

**Insecurity Insight. 2024. Surveillance des réseaux sociaux : protection de l'espace humanitaire au Burkina Faso avril-juin 2024. Switzerland: Insecurity Insight. [bit.ly/BFASMMJul2024FR](https://bit.ly/BFASMMJul2024FR)**