

Surveillance des réseaux sociaux

Préservation de l'espace humanitaire au Mali, juillet-septembre 2024



Pour soutenir la réponse humanitaire dans la région du Sahel, Insecurity Insight surveille les réseaux sociaux afin de comprendre les perceptions et les principales préoccupations concernant la réponse humanitaire au Mali. L'objectif est de contribuer au développement des stratégies de communication des organisations humanitaires.

Synthèse

De juillet à septembre 2024, 43 organisations principalement locales liées à l'aide ont été mentionnées dans 302 messages publics sur Facebook et X au Mali. Les organisations internationales incluaient neuf entités d'aide ou de développement, trois agences des Nations Unies, trois organisations humanitaires et un donateur.

Les comptes de réseaux sociaux associés aux réseaux d'aide ou au secteur civil ont constitué la principale source de contenu sur les agences d'aide, représentant environ 33 % des publications, suivis par les médias locaux édités, qui en ont produit 28 %. Ces messages ont atteint environ 1,7 million de personnes, avec une moyenne de plus de 5 500 vues par message, et ont généré près de 11 000 interactions.

Entre avril et juin 2024, quatre messages négatifs visant des organisations humanitaires spécifiques dans l'espace public ont été recensés. En revanche, aucun message négatif ciblant nommément des organisations d'aide n'a été identifié entre juillet et septembre. Toutefois, trois messages ont exprimé un sentiment défavorable envers le secteur de l'aide en général, sans mentionner de prestataire spécifique.

Durant la période de juillet à septembre, 32 % des 304 commentaires (réponses aux articles) ont exprimé des sentiments négatifs vis-à-vis du secteur de l'aide. Ces critiques traduisaient une méfiance envers les organisations internationales, souvent accusées d'avoir des intentions dissimulées et de servir les intérêts géopolitiques de l'Occident. Certaines les ont assimilées à des instruments impérialistes visant à contrôler ou déstabiliser le Mali. Les reproches les plus fréquents concernaient l'inefficacité de l'aide, son rôle dans la création de dépendance et l'opportunisme des organisations internationales.

Huit comptes basés au Mali, principalement axés sur des contenus politiques et militaires, ont diffusé des récits négatifs sur les organisations d'aide durant cette période. Parmi eux, six ont affiché un soutien explicite à l'armée malienne. Bien que la plupart de ces comptes aient une audience modeste, ils ont souvent amplifié des récits anti-ONG de premier plan, renforçant ainsi un discours anti-aide étrangère soutenu et nuisible.

Les organisations humanitaires dans la sphère des réseaux sociaux au Mali

Les données de réseaux sociaux publiquement disponibles et publiées en français sur X ou Facebook relatives au travail d'aide au Mali entre juillet et septembre 2024 ont été analysées à l'aide de mots-clés associés à une liste de 166 organisations d'aide locales et internationales connues pour opérer dans le pays.

Au cours de cette période, au moins **43 organisations d'aide opérant ou présentes au Mali ont été mentionnées dans 302 messages publics sur Facebook et X**, dont 16 organisations internationales et 27 organisations locales (voir Figure 1). Ces organisations internationales comprenaient neuf organisations d'aide ou de développement, trois organisations des Nations Unies, trois organisations humanitaires et un donateur d'aide.

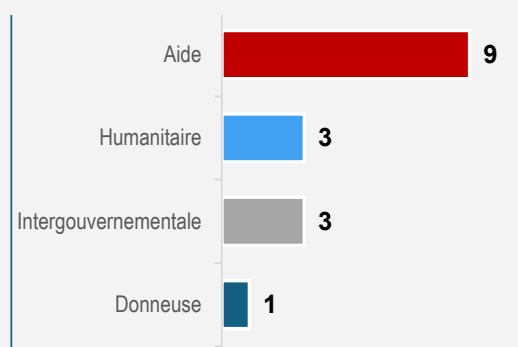
Au total, 78 % des messages proviennent de Facebook, une proportion légèrement supérieure aux 73 % observés au trimestre d'avril à juin, tandis que le reste est issu de X. La majorité des messages (68 %) font référence à des organisations d'aide internationale, bien que celles-ci ne représentent que 16 des 43 organisations mentionnées sur les réseaux sociaux publics entre juillet et septembre 2024. Toutefois, les organisations d'aide locales ont gagné en visibilité au cours de cette période, avec une augmentation des posts les mentionnant, passant de 21 % au trimestre précédent à 32 %.

Les comptes de réseaux sociaux liés à des organisations ou à des réseaux opérant dans le secteur de l'aide ou dans le secteur civil ont été la source la plus importante de contenu lié aux agences d'aide, représentant environ 33 % des messages.¹

Les médias locaux édités, qui tendent également à être une source importante de contenu lié aux agences d'aide, représentaient 28% des messages (voir figure 2).

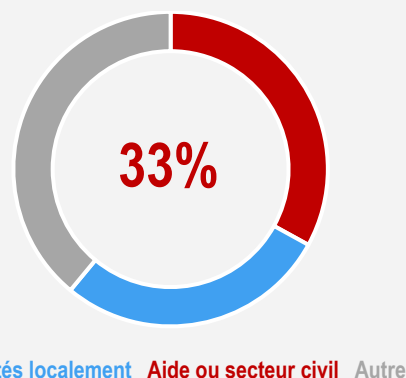
Les autres sources, y compris les autorités locales, les donateurs, etc., représentent 38 % du contenu.

Figure 1 : Nombre d'organisations internationales opérant au Mali citées sur les réseaux sociaux publics, par type



Source: Insecurity Insight

Figure 2 : Source des messages sur les réseaux sociaux faisant référence aux organisations d'aide opérant au Mali (%)



Source: Insecurity Insight

Au cours de la période juillet-septembre 2024, les posts mentionnant des organisations d'aide spécifiquement désignées au Mali ont atteint près de 1,7 million de personnes, avec une moyenne de plus de 5 500 vues par post. Ces publications ont également généré environ 11 000 interactions, incluant des commentaires, des partages et des réactions emoji, soit une moyenne d'environ 36 engagements par post.

Ces messages ont été accompagnés de 304 commentaires liés aux organisations d'aide, sans compter les commentaires portant sur d'autres sujets.

Opinions, désinformation et discours de haine

Parmi les messages publics du trimestre juillet-septembre ciblant des organisations d'aide spécifiques et nommées individuellement sur les réseaux sociaux, 31% exprimaient des sentiments positifs et 69% étaient neutres, aucun message n'ayant exprimé de sentiments négatifs (voir figure 4). Au cours du trimestre avril-juin, quatre messages négatifs mentionnant des organismes d'aide nommés ont été identifiés.

Néanmoins, trois messages négatifs liés au secteur de l'aide en général ont été identifiés dans l'espace en ligne du Mali, tous provenant de X. Deux de ces messages, relayant des informations sur [l'interdiction et la fermeture de 1 500 ONG par le Nicaragua](#) en août 2024, expriment un accord avec ces fermetures, l'un des messages suggérant que les ONG sont un "cheval de Troie" au Mali (voir Figure 3). Le troisième message critiquait le silence

et l'inaction des organisations internationales face à la crise du paludisme au Mali : *« Le paludisme fait des ravages au nord du Mali, remplissant les cimetières en une semaine dans le silence des organisations internationales. »*

Environ 33 % des messages publics sur les réseaux sociaux provenaient de comptes liés à des organisations d'aide et au secteur civil. Une grande partie des sentiments positifs exprimés dans ces messages peut être attribuée à des personnes affiliées à ces réseaux, notamment des employés et des bénévoles. Cela indique que le ton positif est majoritairement porté par des individus ayant un intérêt direct dans la mission de ces organisations ou partageant leurs valeurs. Bien que ces interactions se déroulent principalement au sein d'une "bulle" auto-renforcée, elles mettent en évidence l'alignement étroit entre le sentiment positif et les perspectives des membres de ces réseaux. Cela souligne également l'impact de leur engagement actif et de leurs efforts de communication sur les réseaux sociaux, qui contribuent à façonner une perception favorable autour des organisations d'aide.

Figure 3 : Exemple d'un message publié sur X propageant un sentiment négatif à l'égard des ONG



Source: X

Le **sentiment de neutralité** observé dans les messages sur les réseaux sociaux peut en grande partie être attribué au contenu généré par les médias locaux édités, qui représentaient 28 % de l'ensemble des publications. Ces médias se sont principalement attachés à fournir des reportages factuels sur les activités des organisations liées à l'aide, privilégiant les informations et les mises à jour objectives plutôt que l'expression d'opinions ou de jugements de valeur.

Au total, 304 **commentaires** sur des sujets liés à l'aide ont été postés en réaction aux 302 messages publics sur Facebook et X ciblant des organisations d'aide spécifiques et nommées individuellement. La majorité de ces commentaires exprimaient généralement des sentiments positifs (30 %) ou neutres (38 %). Cependant, 97 commentaires, soit 32 % du total, expriment des sentiments négatifs (figure 5).

Les sentiments négatifs exprimés dans ces commentaires concernaient quatre organisations internationales liées à l'aide : deux organisations d'aide ou de développement, une organisation intergouvernementale et une organisation donatrice. L'analyse des **commentaires négatifs** a mis en évidence plusieurs thèmes récurrents et interdépendants, qui sont abordés ci-dessous.

Méfiance à l'égard des intentions des organisations internationales

De nombreux commentaires reflètent un certain scepticisme quant aux motivations des organisations internationales, les décrivant comme agissant avec des intentions cachées. Par exemple, un utilisateur a commenté : *"Un couloir humanitaire pour profiter et faire rentrer des armes de guerre ? Pas question". Cette accusation met en lumière la perception selon laquelle l'action humanitaire pourrait dissimuler des activités nuisibles, comme la contrebande d'armes, visant à affaiblir les populations qu'elles aident. De même, l'association des organisations d'aide à des intérêts géopolitiques se manifeste clairement dans des déclarations telles que "Ces gens-là (RFI, les ONG, les terroristes ...) sont les mêmes".* Cela indique que certains utilisateurs des réseaux sociaux perçoivent les ONG comme étant alignées avec le terrorisme et les médias étrangers, les présentant comme des entités associées à des intérêts extérieurs hostiles.

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

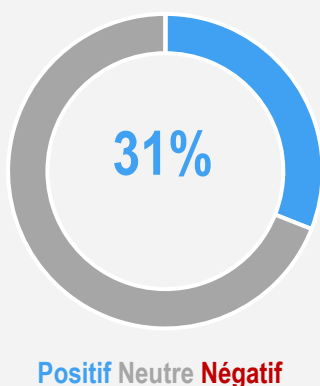
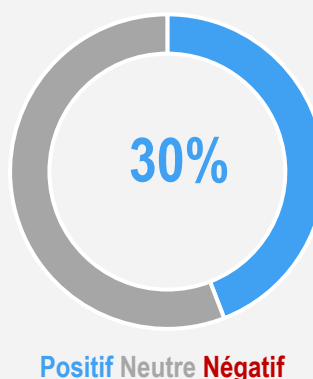


Figure 5 : Sentiments exprimés dans les commentaires individuels (%)



Source: Insecurity Insight

Une confusion fréquente associe les organisations internationales à des agendas impérialistes plus large

En lien avec le point précédent, plusieurs commentaires lient les organisations internationales à des agendas impérialistes ou d'exploitation plus larges, les présentant comme des extensions de puissances étrangères cherchant à contrôler ou à déstabiliser le Mali, comme dans l'affirmation d'un utilisateur selon laquelle *"La main qui donne, ordonne toujours !"*. Ce sentiment est également exprimé par d'autres commentateurs, qui perçoivent l'aide comme un levier de pression utilisé pour exercer un contrôle sur les pays bénéficiaires. Une personne a fait remarquer que *"Les ONG ... servent les intérêts des puissances étrangères"*.

Critique de la dépendance et du manque d'autonomie

De nombreux commentaires reflètent une frustration face à l'aide internationale, perçue comme créant une dépendance plutôt que d'encourager l'autosuffisance des pays et de leurs populations. Un internaute a écrit : *"Pourquoi ne pas leur apprendre à produire au lieu de donner ces choses inutiles ?"*. D'autres se sont fait l'écho de préoccupations similaires, comme lorsqu'une personne a critiqué le don de motos-ambulances par une organisation donatrice, en déclarant : *"[...] c'est une insulte ! C'est une insulte ! Pourquoi donner des motos alors que nous avons besoin de vraies ambulances ? ambulances ?"*, soulignant la conviction qu'une telle aide est inadéquate. Un autre commentateur a ajouté : *"Nous avons besoin d'ambulances, pas de ces cadeaux puérils. Ils devraient nous apprendre à construire nos propres systèmes, et pas seulement nous jeter de l'argent à la figure"*.

Accusations d'inefficacité et d'opportunisme

Les organisations internationales sont également critiquées pour leur inaction ou leur inefficacité, en particulier pendant les crises. Par exemple, un commentateur s'est interrogé : *"Les ONG attendent que la catastrophe arrive pour se montrer et distribuer de l'aide, mais pourquoi ne pas agir avant ?"* Cette remarque illustre une critique récurrente dans les commentaires, selon laquelle les organisations internationales n'interviennent qu'une fois qu'une crise s'est aggravée, exploitant ces situations pour affirmer leur pertinence et fournir de l'aide, au lieu de se concentrer sur des mesures préventives. Un autre utilisateur a souligné : *"Ils sont toujours là après que tout soit détruit, mais jamais quand il faut. C'est de l'opportunisme pur et simple"*.

En résumé, l'analyse des commentaires négatifs met en évidence une profonde méfiance et un scepticisme marqué envers les organisations internationales, reflétant une série de préoccupations interconnectées. Au cœur de ces critiques figure une dénonciation récurrente de leur inefficacité, les organisations étant accusées d'intervenir tardivement ou uniquement pour justifier leur existence, plutôt que de répondre de manière proactive aux problèmes urgents. Un autre thème central est celui de la dépendance, l'aide étant perçue comme un outil maintenant les communautés dans une dépendance à long terme, plutôt que de promouvoir leur autonomie. De nombreux commentateurs reprochent à l'aide internationale de ne

pas apporter de solutions durables, certains allant jusqu'à remettre en question la sincérité des efforts d'assistance, qu'ils considèrent comme des moyens de contrôle ou d'exploitation. Les accusations d'intentions cachées sont également fréquentes. Les organisations internationales sont souvent associées à des intérêts géopolitiques ou à des agendas impérialistes, l'aide étant vue comme un levier d'influence sur la souveraineté nationale des pays bénéficiaires. Ces critiques dessinent une image d'organisations internationales perçues comme opportunistes, inefficaces et complices de dynamiques de pouvoir globales, ce qui contribue à affaiblir davantage la confiance envers leurs motivations et leurs actions.

Portée des profils de réseaux sociaux

Huit comptes ayant diffusé du contenu négatif sur les organisations d'aide au Mali entre juillet et septembre 2024 ont été analysés en détail. Parmi eux, six soutenaient explicitement l'armée malienne. Concernant l'identité des titulaires de ces comptes, trois s'identifiaient clairement comme des hommes et affichaient des photos de profil privées, un se présentait comme une femme, tandis que quatre utilisaient des photos de profil anonymes, sans image personnelle ni indication de genre. Ces comptes anonymes se distinguaient par leur caractère moins détaillé et leur contenu axé principalement sur le partage de récits politiques d'autres sources, évitant tout engagement personnel direct.

Tous ces comptes étaient basés au Mali et publiaient principalement des contenus liés à des sujets politiques et militaires. Leur discours reflétait un intérêt marqué pour l'évolution du climat politique au Mali, souvent aligné sur des sentiments hostiles à l'aide étrangère. Certains comptes abordaient également des thèmes internationaux, notamment les conflits en Ukraine et dans les territoires palestiniens occupés.

Sur ces huit comptes, six avaient moins de 2 000 abonnés, tandis que deux bénéficiaient d'une audience plus large, avec respectivement 10 700 et 26 100 abonnés. Bien que leur influence directe soit modeste, ces comptes ont joué un rôle dans l'amplification des récits d'influenceurs plus importants. Un de ces comptes avait déjà été impliqué dans la diffusion de sentiments anti-ONG au cours de la période précédente (avril-juin 2024), indiquant une présence constante dans ce type de discours.

Deux des comptes se sont particulièrement démarqués par leur utilisation de désinformation, de mésinformation et de discours de haine (MDH) visant spécifiquement des organisations d'aide. L'un d'eux avait une portée régionale plus large et son influence sera examinée plus en détail par la suite.

Profile analysis

Profil : [@DelphineSankara](#)

Sexe : Femme

Plate-forme : X

Localisation : Mali

Portée : 26 100 abonnés

Profession : Probablement influenceur à plein temps

Fréquence de publication : Plusieurs fois par jour

Langue : Français

Compte actif depuis : janvier 2023



Cette utilisatrice des réseaux sociaux, une influenceuse régionale de premier plan, joue un rôle actif dans la diffusion de récits politiques, en particulier ceux qui soutiennent l'armée malienne et critiquent les organisations d'aide internationale. Son contenu reflète un alignement clair avec les sentiments pro-militaires et anti-ONG, dépeignant ces dernières comme des instruments de l'influence occidentale, accusées de saper la souveraineté et l'autonomie du Mali.

Selon des recherches publiées sur [Assoblog](#), cette influenceuse, connue sous le pseudonyme "Sissoko Elvis", aurait géré plusieurs comptes sous divers alias, notamment "Sissoko Elvis Demba", "Sissoko Sora Elvis" et "Issa Sissoko Elvis". Elle était également derrière un autre compte, @ForceVengeresse, créé en 2012, qui a été utilisé pour diffuser des contenus de désinformation, mésinformation et discours de haine (MDH) avant d'être suspendu.

Un exemple marquant de ses publications inclut un message récent accusant une ONG internationale de chercher à réduire la population africaine, reflétant une rhétorique conspirationniste. La fréquence élevée de ses publications, son influence régionale notable et son alignement sur les idéologies pro-militaires et anti-ONG font d'elle un acteur clé des discussions numériques, influençant le paysage politique et les perceptions publiques au Mali.

Profil : [@AmadouD57946497](#)

Sexe : Non spécifié

Plate-forme : X

Localisation : Mali

Portée : 221 abonnés

Profession : Entreprise de médias



Langue : Français

Compte actif depuis : septembre 2021

Cet utilisateur de réseaux sociaux, bien que disposant d'une audience restreinte de 221 abonnés, est un acteur actif dans l'espace numérique malien. Son compte très dynamique est principalement axé sur des thématiques liées au Mali, notamment par des attaques répétées contre des opposants au gouvernement de transition, tels que le Mouvement national pour la libération de l'Azawad (MNLA). Les publications de cet utilisateur se distinguent par leur ton polarisant, qualifiant fréquemment les opinions divergentes de désinformation.

Ce compte adopte un discours régulièrement pro-militaire, partageant des informations non vérifiées qui renforcent son positionnement idéologique. Par exemple, lors d'une épidémie de paludisme dans le nord du Mali, l'utilisateur a préconisé de limiter les interventions médicales aux seuls professionnels maliens, invoquant des préoccupations quant à l'infiltration d'acteurs étrangers dans le pays.

Les données en un coup d'œil

Au troisième trimestre 2024 (juillet-septembre), 43 organisations liées à l'aide ont été mentionnées dans 302 messages publics sur Facebook et X au Mali, contre 54 au deuxième trimestre. Parmi ces 43 organisations, 16 étaient internationales, incluant neuf organisations d'aide ou de développement, trois agences des Nations unies, trois organisations humanitaires et un bailleur de fonds, tandis que 27 étaient locales.

Facebook a accru sa part des publications sur les réseaux sociaux, passant de 73 % au deuxième trimestre à 78 % au troisième. Les comptes de réseaux sociaux affiliés à l'aide ou au secteur civil sont restés la principale source de contenu, représentant environ 33 % des messages, suivis par les médias locaux édités avec 28 %. Les autres sources, telles que les autorités locales et les donateurs, ont contribué à 38 % du contenu.

Ces messages ont atteint environ 1,7 million de personnes, avec une moyenne de 5 500 vues par post, générant près de 11 000 interactions. Les publications concernant des organisations humanitaires spécifiques étaient largement positives ou neutres (98 % au deuxième trimestre et 100 % au troisième). Alors que quatre messages négatifs ciblant des organisations d'aide individuelles avaient été relevés entre avril et juin, aucun n'a été identifié entre juillet et septembre. En revanche, trois messages exprimant des sentiments négatifs envers le secteur de l'aide en général ont été recensés.

Les 302 posts ont généré 304 commentaires, marquant une hausse par rapport aux 173 commentaires du trimestre précédent. Le ton des commentaires a également évolué : 30 % étaient positifs (contre 66 % au deuxième trimestre), 38 % neutres (32 % auparavant) et 32 % négatifs (seulement 2 % précédemment). Cette augmentation des sentiments négatifs est principalement attribuable à un article spécifique ayant suscité de nombreux commentaires défavorables.

Les commentaires négatifs associaient plusieurs organisations internationales à des intérêts occidentaux présumés, des programmes sociaux jugés manipulateurs, des campagnes de vaccination perçues comme dangereuses, des pratiques d'exploitation économique, des activités d'espionnage et une corruption généralisée.

Conclusion

- De juillet à septembre 2024, les discussions sur les organisations et activités liées à l'aide ont occupé une place importante dans l'espace numérique malien. Au moins 43 organisations ont été mentionnées, dont 16 organisations internationales (neuf organisations d'aide ou de développement, trois agences des Nations Unies, trois organisations humanitaires et un donateur) et 27 organisations locales.
- Les publications sur Facebook ont légèrement augmenté, passant de 73 % à près de 78 % du contenu lié à l'aide, soulignant le rôle central de cette plateforme dans l'espace humanitaire en ligne. Le reste des publications provenait de X. Les comptes de réseaux sociaux affiliés aux réseaux d'aide ou au secteur civil représentaient environ 33 % des messages, suivis par les médias locaux édités, qui ont contribué à 28 %. D'autres sources, telles que les autorités locales et les donateurs, constituaient 38 % du contenu.
- Le Mali dispose d'une sphère de réseaux sociaux en expansion, avec des messages mentionnant des organisations d'aide nommées atteignant environ 1,7 million de personnes.
- Au cours du trimestre avril-juin 2024, quatre messages négatifs ciblant des organisations d'aide spécifiques avaient été identifiés, mais aucun n'a été observé entre juillet et septembre. Cependant, trois messages exprimant un sentiment négatif à l'égard du secteur de l'aide en général ont été relevés. Deux de ces messages, relayant des informations sur l'interdiction et la fermeture de 1 500 ONG au Nicaragua, exprimaient un soutien à ces mesures. Le troisième message critiquait les organisations internationales pour leur silence et leur inaction face à la crise du paludisme au Mali.
- Les commentaires sur les réseaux sociaux révélaient un profond scepticisme à l'égard des organisations internationales, les accusant d'avoir des intentions cachées, d'encourager la dépendance et d'utiliser l'aide comme un outil de contrôle ou d'exploitation politique.
- Les critiques soulignaient également l'inefficacité de ces organisations, de nombreux utilisateurs les percevant comme réactives, opportunistes et incapables de fournir des solutions à long terme qui renforcent l'autonomie des communautés touchées.
- Des événements survenus dans d'autres pays, tels que la décision politique d'interdire et de fermer 1 500 ONG au Nicaragua, ont suscité des réactions au Mali, illustrant comment les plateformes de réseaux sociaux contribuent à la création d'un "village mondial" où des événements locaux peuvent résonner à l'international.

Recommandations

- **Renforcer la communication et la transparence** : Assurer une transparence accrue sur les activités, objectifs et résultats des organisations d'aide est essentiel pour contrer la méfiance et les sentiments négatifs. La diffusion régulière d'informations claires et accessibles sur les projets en cours et leurs succès contribue à instaurer la confiance et à corriger les idées reçues.
- **Encourager l'engagement communautaire** : Un engagement actif avec les communautés locales et les parties prenantes sur les réseaux sociaux permet de répondre aux préoccupations, de clarifier les malentendus et de fournir des retours d'information constructifs. Répondre aux commentaires, participer à des discussions ouvertes et expliquer les actions menées peut transformer les critiques en opportunités de dialogue et améliorer la perception des organisations.
- **Déployer des campagnes stratégiques contre la MDH** : Mettre en œuvre des campagnes spécifiques pour contrer la désinformation, la désinformation et les discours de haine (MDH). Ces initiatives pourraient inclure des services de vérification des faits, des collaborations avec les médias locaux, et des partenariats avec des influenceurs pour partager des informations fiables et corriger les fausses affirmations de manière proactive.
- **Surveiller et atténuer les risques** : Une surveillance continue des réseaux sociaux est essentielle pour détecter les sentiments négatifs et les MDH visant les organisations d'aide. Il est crucial de développer des stratégies pour atténuer ces risques, notamment en formant le personnel à la culture numérique et à la gestion des crises. Ces efforts aideront à protéger la sécurité des équipes et à maintenir l'efficacité des opérations humanitaires face aux menaces potentielles.

Méthodologie et limites

Les données des réseaux sociaux accessibles au public et publiées en français sur X ou Facebook relatives à l'aide au Mali entre juillet et septembre 2024 ont été analysées à l'aide de mots-clés associés à une liste de 166 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 les différentes plateformes de réseaux sociaux. Les données collectées ont ensuite été analysées et les résultats sont 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 fonde uniquement sur l'analyse du contenu écrit.

Qu'est-ce qui peut être analysé sur les réseaux sociaux publics ? ?

Les principaux éléments des données des réseaux sociaux publics 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 la ligne de temps des personnes qui le suivent. Sur X, un message est généralement appelé "tweet". Dans le présent document, les "posts" de Facebook et les "tweets" de X sont tous deux appelés "posts".

Un commentaire est différent d'un message et fait référence à 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 aux réseaux sociaux en téléchargeant des messages ou en publiant des commentaires à des fins diverses, notamment pour diffuser des informations.

Les canaux de réseaux sociaux privés (y compris WhatsApp et Telegram) et les contenus définis comme "privés" (y compris les groupes Facebook privés) sont exclus de l'analyse des sentiments des réseaux sociaux publics en raison de leur accès restreint. Contrairement aux plateformes publiques telles que X ou Facebook, ces canaux impliquent généralement des conversations privées entre des groupes d'individus auxquels on ne peut accéder sans leur consentement. Par conséquent, bien qu'elles puissent jouer un rôle important dans la formation de l'opinion et du discours publics, ces informations ne peuvent pas être incluses dans les analyses de sentiment des données accessibles au public. Cette limitation signifie que les conversations privées pourraient potentiellement refléter des sentiments qui diffèrent de ceux exprimés sur des forums plus ouverts, ou qui les approfondissent.

Should you wish to provide us with any feedback or to get in touch, kindly write to: info@insecurityinsight.org

Endnotes

1 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 billet concernant l'organisation B, ce billet figure dans les données.

Ce document est publié par Insecurity Insight. L'analyse et les opinions exprimées dans ce rapport sont exclusivement celles de l'éditeur, Insecurity Insight. Insecurity Insight est une organisation [H2H](#) (humanitaire à humanitaire), dédiée aux [principes humanitaires](#). Ce document bénéficie du financement et du soutien de l'Union européenne. Les opinions exprimées ici ne reflètent en aucun cas la position de l'Union européenne, qui n'est pas responsable du contenu exprimé dans ce document.

Insecurity Insight. 2024. Protection de l'espace humanitaire au Mali, juillet-septembre 2024. Switzerland: Insecurity Insight. bit.ly/MLISMMDec2024FR