

## Analyse de la polémique en ligne relative aux vaccins contre le Covid-19 en Afrique

*Avril 2020*

35° Nord, agence de conseil en stratégie de communication dédiée au continent africain et *Afriques Connectées*, laboratoire d'analyse des phénomènes viraux en œuvre sur les réseaux sociaux en Afrique, s'allie afin de couvrir et analyser les discussions sur les réseaux sociaux africains concernant le Covid-19.

35° Nord et *Afriques Connectées* proposent une étude des schémas de diffusion de l'information et des ressorts de la polémique en ligne suscitée par les propos de deux chercheurs et médecins français sur LCI le 1er avril 2020.

# Éditorial

Deux médecins, invités sur le plateau d'une prestigieuse chaîne d'information à une heure de faible écoute, sont filmés en direct. Ils échangent à bâtons rompus sur la faisabilité d'un vaccin contre le Covid-19. Sous l'œil complice d'un présentateur, l'un des deux protagonistes s'autorise « une provocation » en proposant de « *tester un vaccin en Afrique, où il n'y a ni masques, ni traitement, ni réanimation* ». Son compère, qui officie comme directeur de recherches à l'INSERM, approuve. L'échange, surréaliste, dure quelques minutes. Nous sommes le 1<sup>er</sup> avril, au milieu de l'après-midi. La polémique « INSERM – Vaccins en Afrique » naît.

Très vite, la séquence vidéo devient virale. « *Nous ne sommes pas vos cobayes, vos rats de laboratoire, et l'Afrique n'est pas le terrain de jeu des expérimentations de Big Pharma* », crient les internautes indignés. La polémique en ligne active des ressorts émotionnels puissants, réveille blessures et traumatismes et nourrit les fantasmes complotistes. L'INSERM réagit en deux temps, certains considéreront mollement. Les réseaux sociaux s'enflamment : 600 000 publications, dont 210 000 tweets ! Trois présidences africaines sont contraintes de démentir l'existence de prétendus essais vaccinaux sur leur sol national.

Le 15 avril, sur les ondes de RFI, c'est au tour d'Emmanuel Macron de procéder à une mise au point solennelle...

L'affaire « INSERM – Vaccins en Afrique » est un cas d'école. Elle montre comment, et par quels mécanismes, une polémique née sur les réseaux sociaux peut provoquer une réaction en chaîne qui atteint les plus hauts sommets de l'État. Elle souligne le rôle déterminant des diasporas - 26% des comptes ayant pris part aux conversations sont localisés en France -, et, plus encore des influenceurs suivis par des centaines de milliers de followers. C'est à partir du moment où des stars de la musique (Booba) ou du sport (Didier Drogba, Samuel Eto'o) ont relayé le sujet que l'indignation s'est transformée en déferlante.

Ultime enseignement à méditer : la nature de la crise, une authentique « crise en ligne ». Les médias traditionnels ont été largement en retrait. Il a fallu attendre le 4 avril, soit au lendemain du « pic » observé sur les réseaux sociaux, pour que les grands médias français s'emparent timidement du sujet. Cette étude de cas vient donc souligner à nouveau l'influence de l'effet combiné de la vidéo et des canaux digitaux de diffusion qui continue de faire évoluer, en préventif et en réactif, nos stratégies de communication.



# Résumé de l'étude & grands enseignements

# A retenir – L’œil de 35°Nord



Format video x Twitter x hashtag viral : un cocktail totalement explosif pour qu’un bad buzz se crée

L’amplification du buzz et des soutiens a aussi été permis car la polémique combine un sujet très commenté sur la période (Covid-19) et une thématique cristallisant rapidement les opinions (racisme)

Des portes paroles relayant la polémique avec une double force : la légitimité à traiter le sujet et leur audience

Ce sujet de société qu’est le racisme permet de générer une caisse de résonance auprès d’internautes qui veulent participer à l’indignation

- La vidéo, qui s’avère être un allié quasi indispensable pour les entreprises, organisations et personnalités, peut également être plus dévastatrice que l’image ou le texte et créer une forme de « feuilletonnage » sur les réseaux sociaux

Les médias peuvent amplifier cette chronique en publiant des articles non pas sur les propos du départ, mais sur la polémique et sa nature de bad buzz

Dans une situation explosive comme celle-ci, l’une des premières actions à mettre en place est de circonscrire la crise. Même si l’INSERM a réagi en quelques heures, la première réponse a semblé inadapté, ce qui a généré une sorte de crise dans la crise, retardant l’espoir de voir s’atténuer le sujet

Dans des situations comme celle-ci, les mea-culpa des principales personnes concernées sont souvent efficaces, sous réserves qu’elles prennent à minima le même format que le contenu à l’origine de la crise

# Points saillants de la propagation de la polémique

L'existence d'un matériau vidéo facile à partager, provenant d'une chaîne française connue et identifiée au delà de la France, a constitué un agrégateur et un catalyseur des commentaires. Ce document, faisant office de preuve tangible, a été massivement propagé en format vidéo (générant des millions de vues) ou via des captures d'écran.

Les stars internationales du sport et de la musique africaines ou issues des diasporas ont joué le rôle de déclencheur et d'amplificateur de la polémique. Profitant de leurs larges audiences en ligne, elles ont crédibilisé l'indignation et ouvert la visibilité de la polémique à des audiences grand public, sur les deux continents.

La réaction de l'INSERM, en deux temps (démenti puis excuses), n'a pas permis d'enrayer la crise, ravivée par des publications média plus tardives, traitant le sujet pour reporter l'indignation de ces grandes stars mais aussi pour relever la vague de colère déferlant sur les réseaux sociaux et visant les deux chercheurs et leurs organismes professionnels.

Bien que les prises de parole des stars aient suscité des taux d'engagement considérables, cette polémique n'en demeure pas moins un sujet populaire, en témoigne le fort volume de publications que nous pourrions qualifier d'expression citoyenne, d'opinion publique en ligne. Certains de ces tweets ont rencontré une forte popularité malgré une audience restreinte de leurs auteurs.





#1

Contexte général &  
données analysées

# Contexte de la polémique

Le 1er avril dernier, le chercheur Camille Locht, qui officie à l'INSERM, et le médecin Jean-Paul Mira de l'hôpital Cochin échangeaient sur la chaîne d'information continue LCI au sujet du développement de méthodes médicales pour lutter contre la crise du Covid-19.

Sur un ton qu'il qualifie de "provocateur", Jean-Paul Mira y propose de tester des vaccins sur le continent africain et des populations fragiles comme cela a pu être fait sur des "prostituées" il y a quelques années. Camille Locht abonde dans ce sens et affirme qu'un appel d'offre va être émis auquel l'INSERM répondra très certainement.

Ces quelques minutes de discussion ne sont pas passées inaperçues et ont suscité une vague massive d'indignation sur les réseaux sociaux, portée par des internautes africains et issus des diasporas. Cet événement constitue certainement l'une des premières polémiques d'ampleur mondiale sur les réseaux sociaux concernant un sujet médical et sanitaire en Afrique.



# Données analysées

L'ensemble des réactions et publications sur Twitter et sur Facebook issues de cette polémique a été collecté entre le 1er et le 9 avril, avec l'aide de la [plateforme Visibrain](#), pour constituer le corpus de l'étude.

Sur Twitter, la requête suivante a été opérée pour collecter les données en langue française :

*(cobayes OR cobaye) (Afrique OR Africain OR africains) lang:fr  
(vaccins OR vaccin) (Afrique OR Africains) lang:fr*

Facebook présente une interface (API) moins permissive que Twitter dans son accès et son traitement aux données, nous y avons utilisé les opérateurs suivants pour capter les posts publics publiés par des pages Facebook :

*"Jean-Paul Mira" OR "Camille Loch" OR "cobayes africains" OR "BCG Afrique"*

Nous avons également exploré les discussions de la page Facebook panafricaniste "[La politique africaine pour les nuls](#)" (339 000 abonnés).

L'étude de cette polémique en ligne repose sur une analyse des schémas de diffusion de l'information et des leviers de visibilité, une typologie des comptes ayant pesé dans la diffusion et amplifié cette polémique, ainsi qu'une étude des conversations ayant eu lieu sur les réseaux sociaux.

210 000

tweets analysés

120 000

comptes Twitter ont pris part ou réagi à la polémique

1 700

posts Facebook analysés

400 000

Interactions générées sur Facebook

1 130

pages Facebook ont traité ou nourri la polémique

# Chronologie de la polémique



Twitter est le réseau social sur lequel la polémique se lance le plus vite. Elle y atteint dès le 2 avril un volume de plus de 60 000 tweets tandis que près de 300 posts sont postés sur Facebook ce même jour.

Le pic de la polémique survient sur ces deux réseaux sociaux le 3 avril.

La visibilité entame une diminution simultanément sur Facebook et Twitter entre le 3 et le 4 avril.

## Fin mars

Les vaccins font l'objet d'un bruit de fond critique sur les intérêts de lobby pharmaceutique en Afrique. Il est un des ressorts du discours anti-impérialiste en ligne. En témoigne les critiques sur la volonté de la fondation Bill Gates de développer des vaccins pour l'Afrique.

## 1er avril

Diffusion de l'émission de LCI à l'antenne - Premiers extraits de l'émission, filmés au smartphone, [publiés sur Twitter](#)

## 2 avril

Début de la polémique sur Twitter et mobilisation des stars du football et de la musique - Lancement de la pétition Change.org, [relayée par Booba](#) - L'INSERM publie un [communiqué](#) pour démentir les allégations et contrer les critiques exprimées

## 3 & 4 avril

- Pic de visibilité sur Twitter et sur Facebook - L'INSERM publie les [excuses](#) de son chercheur Camille Locht - Certains gouvernements ainsi que des institutions africaines (Africa CDC, WHO, AUDA-NEPAD) ont pris part aux réactions à travers les réseaux sociaux

## À parti du 4 avril

- Visibilité résiduelle décroissante

# Analytics quanti Twitter

Plus de 120 000 internautes ont pris part à la polémique, que ce soit pour y contribuer ou pour la commenter.

Au total, on dénombre près de 210 000 tweets et retweets entre le 1er avril et le 9 avril, qui ont généré plus de 430 millions d'impressions potentielles.

L'ampleur de la crise est due à deux facteurs concomitants :

- la proportion d'internautes ayant posté un tweet, et pas simplement effectué des RT, est très importante : elle concerne plus d'un internaute sur quatre (21 427 au total)
- le volume de RT est conséquent, on en dénombre pas moins de 180 000, ce qui a permis à la polémique de s'exporter largement au-delà du noyau d'acteurs ayant pris la parole sur le sujet sur le réseau

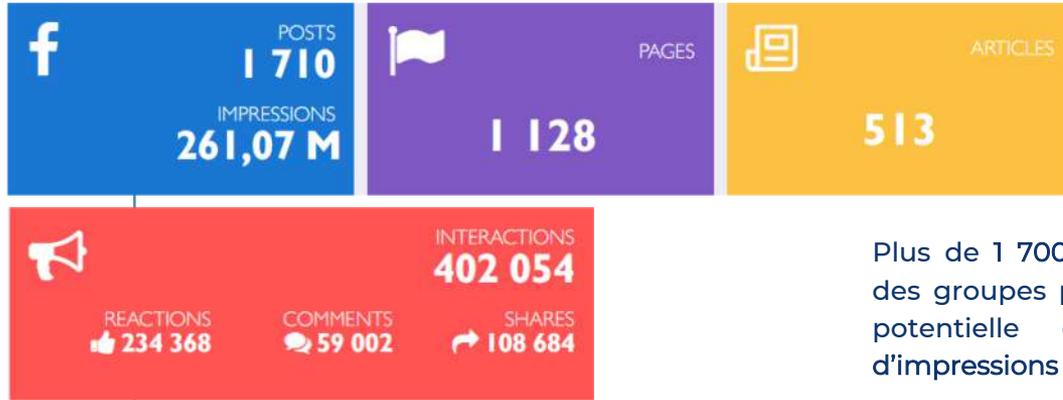


Donnée intéressante : le nombre de vidéos postées nativement dans un tweet.

Preuve de l'emballement de la polémique, 80% de ces vidéos ont été postées entre le 3 et le 7 avril, offrant un second souffle à la crise née avec les premières publications de l'extrait vidéo de LCI.

L'existence du support vidéo (et les captures d'écran rendues possibles) permet de fixer l'événement de façon tangible et favorise les reprises et les partages.

# Analytics quanti Facebook



## **Précision méthodologique :**

*Au contraire de Twitter, Facebook est un réseau semi-public, semi-privé. De plus, Facebook présente une API moins permissive que Twitter dans son accès et son traitement aux données.*

*Il n'est donc pas possible de collecter des posts publiés sur des comptes ou groupes privés ni les commentaires postés sous les posts de page ou groupes publics.*

*Les données collectées sur Facebook représentent donc un minima public, que l'on peut collecter, sur la globalité des interventions sur le sujet.*

Plus de 1 700 publications sur des pages ou des groupes publics ont suscité une visibilité potentielle de plus de 260 millions d'impressions potentielles à travers le monde.

Si le sujet a atteint un nombre très conséquent de profils Facebook, il a également suscité une forte activité : en atteste le nombre d'interactions générées par les 1 710 posts analysés. En moyenne, chaque post a ainsi été liké, commenté et partagé plus de 2 300 fois.

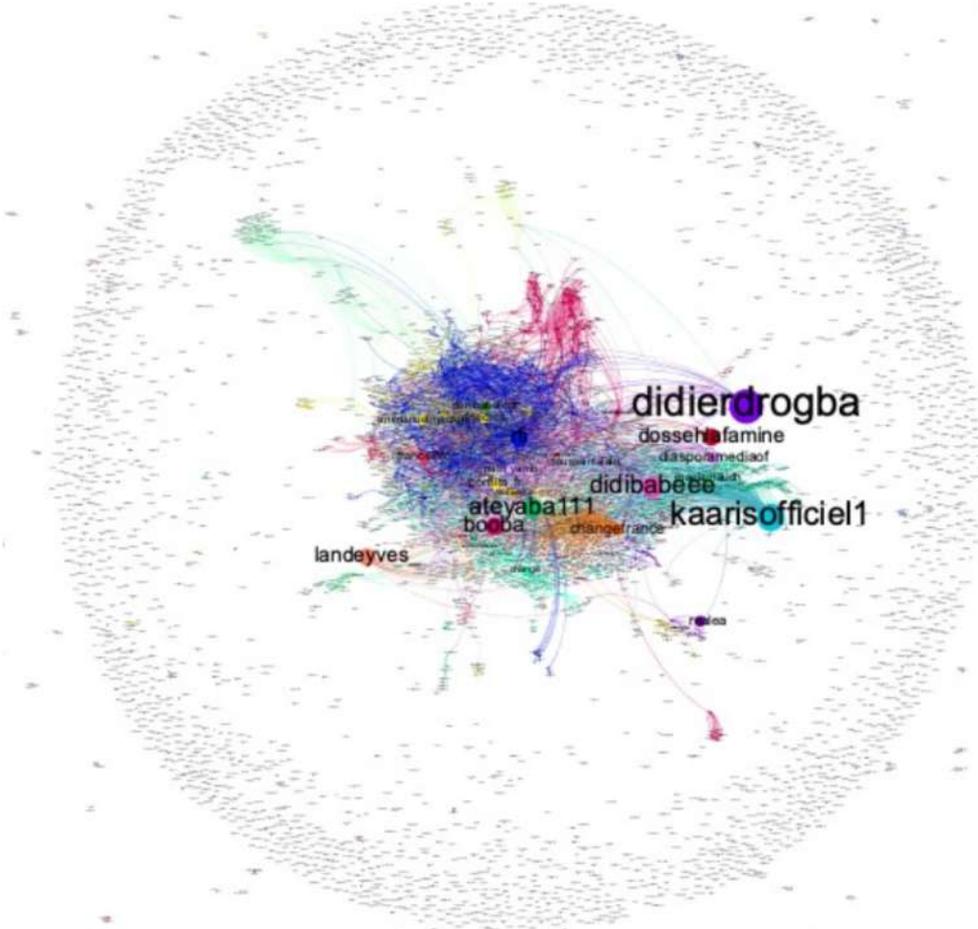
Comme évoqué dans le point méthodologique, la collecte des données ne pouvant être que partielle, ces chiffres déjà très élevés dénotent d'une polémique encore plus importante.



#2

## Analyse communautaire de la polémique

# Enseignements généraux



## Points saillants de l'analyse Twitter

Propagation massive et large de l'élément vidéo de LCI par les comptes sociaux des stars du sport ou de la musique. La mobilisation de ces comptes aux fortes audiences a généré de forts taux d'engagements et ouvert les visibilitées au grand public sur les continents africain et européen, au delà des sphères activistes classiques.

Cette polémique se distingue par une véritable vague d'indignation, en témoignent les très nombreuses prises de position personnelles, ou commentaires peu relayés et isolés.

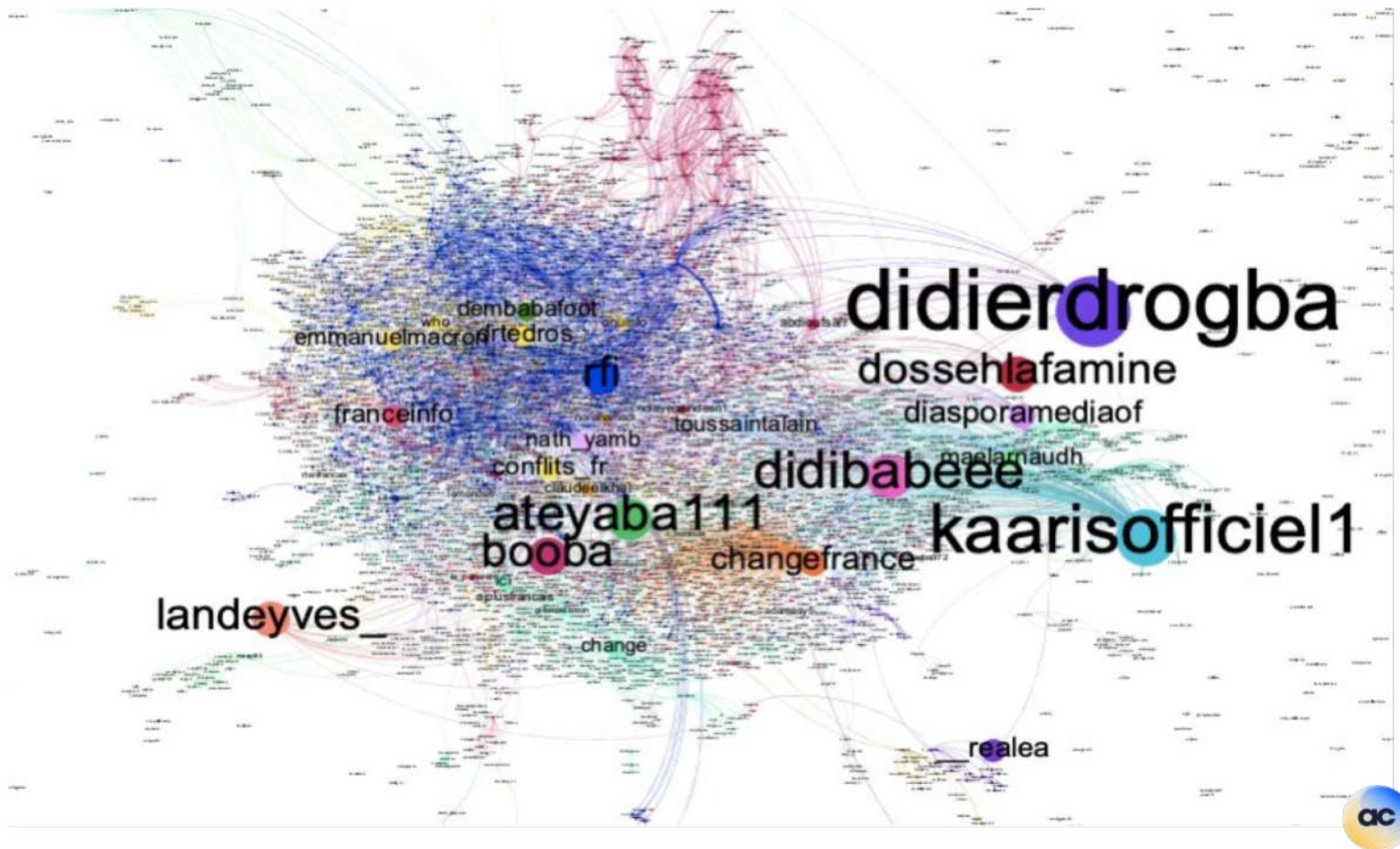
La mobilisation de personnalités nationales de premier plan du continent africain sur Facebook a permis d'ouvrir la visibilité du sujet à des audiences plus populaires dans plusieurs pays du continent.

Née sur les réseaux sociaux à partir d'une séquence télévisée française, cette crise a atteint les plus hauts sommets en provoquant la réaction de plusieurs Chefs d'Etat.

## Précisions méthodologiques (cartographie Twitter)

Plus de 90 000 comptes Twitter collectés, 44 000 comptes dont les relations conversationnelles sont cartographiées. La taille des noeuds (comptes) est proportionnelle à leur influence au sein du réseau de conversation (filtre statistique d'autorité eigenvector centrality).

Les noeuds ont été répartis par proximité conversationnelle et relationnelle via le filtre statistique de Modularité (code couleur). Ces relations n'existent qu'à partir des tweets récupérés ici et non pas d'un historique relationnel. Chaque couleur représente une communauté.



Cartographie resserrée des 5 500 comptes les plus influents (selon le filtre statistique Eigenvector centrality), classée et regroupée par proximité conversationnelle et relationnelle (Modularité) .

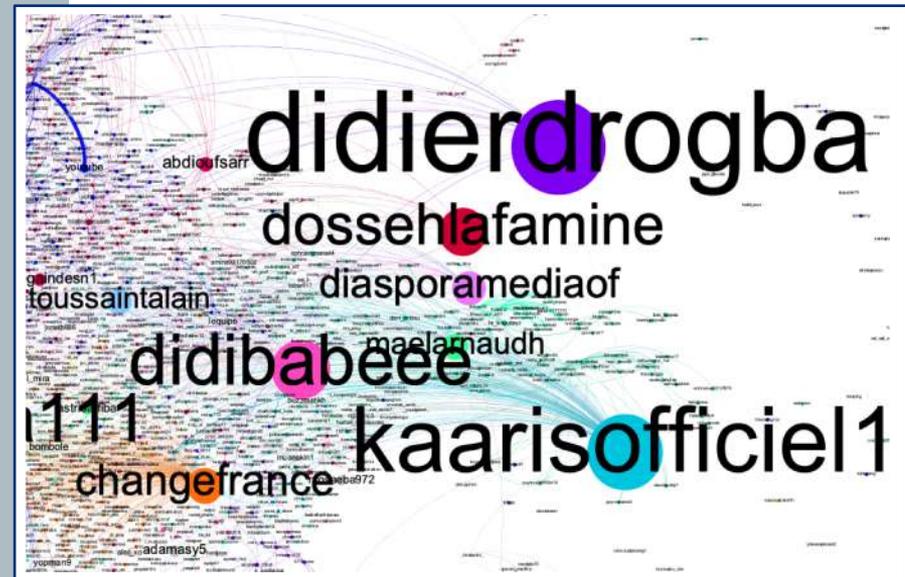
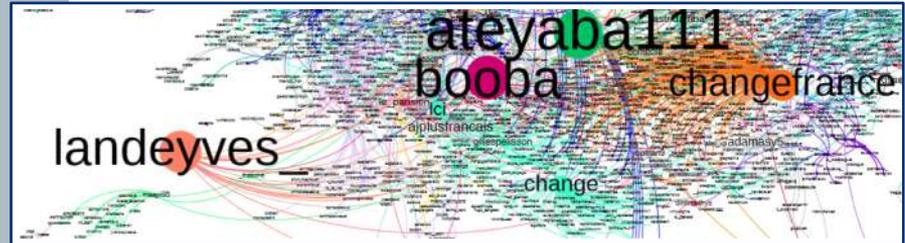
# Les stars internationales, leviers de la médiatisation

Le rappeur [Booba](#) a été la première star internationale à relayer la vidéo LCI dans la nuit du 1er au 2 avril. Booba figure également parmi les premiers relais d'ampleur d'une pétition hébergée sur la plateforme [Change.org](#). Cette pétition est le lien le plus partagé sur Twitter (8 753 partages sur la période), elle comptabilise plus de 130 000 signatures.

Booba a été rejoint par d'autres artistes comme [Dosseh](#), [Kaaris](#), [Rohff](#), [Fary](#), mais aussi par des footballeurs comme [Didier Drogba](#), [Demba Ba](#), [Olivier Dacourt](#).

En suscitant des milliers de RT et de likes, ces comptes ont joué le véritable rôle d'amplificateur de la polémique en élargissant la propagation du contenu décrié à une audience considérable, grand public, pas nécessairement politisée ou coutumière de ce genre de sujet. De plus, les communautés en ligne de ces sportifs et artistes s'étendent en Afrique comme en France.

Publié le 2 avril, l'article de [l'Equipe](#) sur l'indignation du footballeur camerounais Samuel Eto'o sur Facebook est la publication la plus relayée sur Twitter avec plus de 2 100 partages. C'est elle qui suscite, dans une mesure importante, la vague de reprises par les médias généralistes francophones.

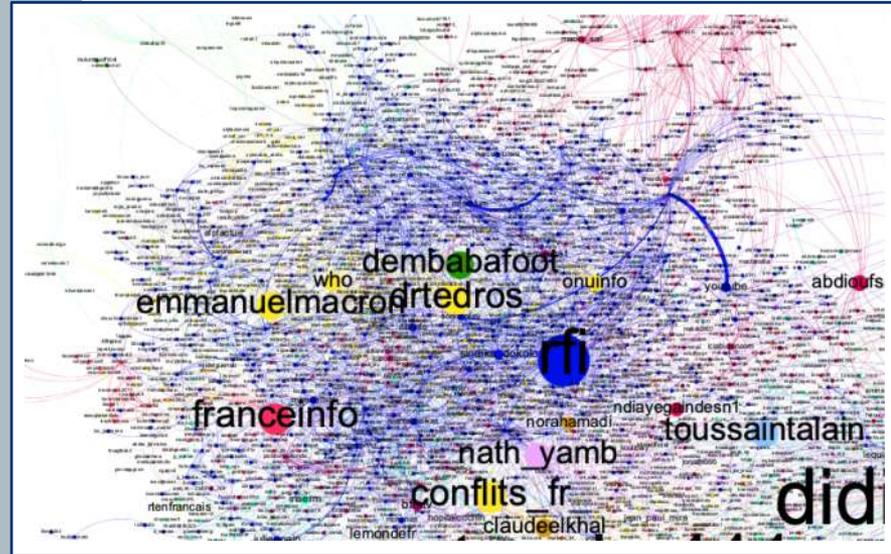


# Une disparité d'acteurs mobilisés à divers niveaux

L'ampleur de la polémique et sa dangerosité en pleine crise sanitaire mondiale ont alerté l'Organisation mondiale de la Santé. C'est par la voix de son Directeur général, Dr Tedros, que les "propos racistes" du chercheur et du médecin français sur LCI ont été condamnés par l'OMS. Cette prise de parole explique la mobilisation et les interpellations des comptes institutionnels internationaux (@WHO, @onuinfo), mais aussi d'Emmanuel Macron qui évoque sa discussion avec Dr Tedros sur la situation en Afrique.

Malgré le nombre important d'articles publiés et partagés sur Twitter, plus de 7 600, l'influence des médias s'avère réduite dans la crise en ligne. La majeure partie des articles ont été publiés le 4 avril, soit le lendemain des pics de visibilité sur les réseaux sociaux. RFI et France Info sont les articles les plus RT sur Twitter, le premier sur les excuses du chercheur de l'Inserm, le second sur la réaction de l'OMS.

Les militants panafricanistes et anti-impérialistes connus des réseaux sociaux comme Kemi Seba et Nathalie Yamb suscitent de forts taux d'engagement sans pour autant faire porter leur voix au delà de leur communauté classique. La sociologue Kaoutar Harchi suscite plus de 5 000 RT et 7 000 likes en dénonçant le manque de considération pour les "corps féminins racisés".



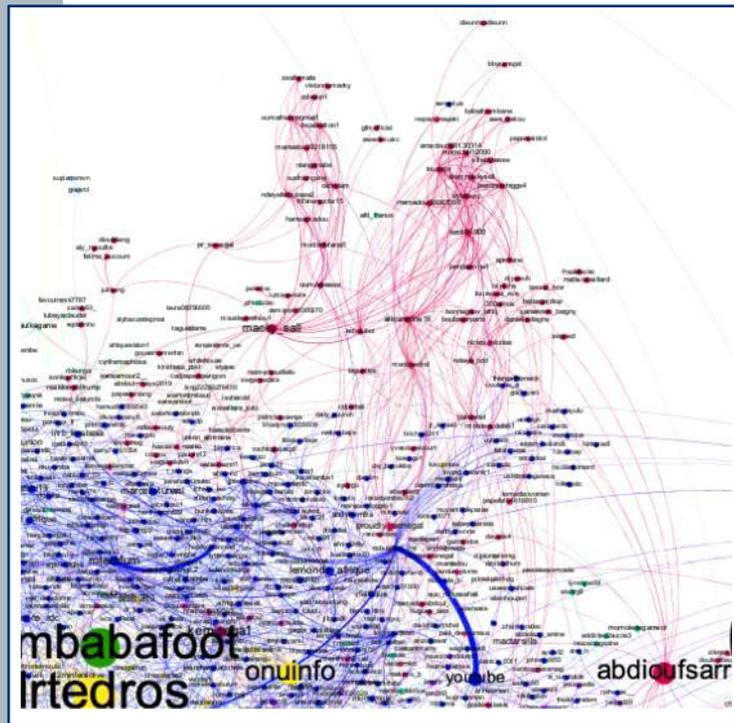
# Le cas de la communauté sénégalaise sur Twitter

Si le Président sénégalais Macky Sall n'a pas réagi à la polémique des vaccins sur son compte Twitter, son tweet du 2 avril posté à la suite de sa conversation avec E. Macron sur les mesures conjointes à mettre en place pour lutter contre le Covid-19 en Afrique a été, lui, abondamment commenté par la communauté de twittos sénégalais (#Kebetu). Très active sur Twitter, celle-ci a interpellé Macky Sall sur la question des vaccins, l'enjoignant à refuser tout test sur le territoire sénégalais.

Par ailleurs, le Ministre de la santé du Sénégal, @abdioufsarr, a tweeté la vidéo de sa déclaration sur le sujet lors d'un échange télévisé sur la chaîne ITV Sénégal, le 3 avril.

Son tweet, affirmant que "l'Afrique n'est le dépotoir de personne", est le 4ème tweet le plus retweeté au Sénégal.

La cartographie illustre le fait qu'Abdioulaye Diouf Sarr fait le lien entre la communauté #Kebetu et des comptes suivis par les diasporas comme @diasporamediaof, très actif sur cette polémique. Ces comptes des diasporas présentent également une forte proximité avec des comptes de sportifs et artistes ayant amplifié la crise comme @ndiayegaindesn.



# Des réactions au sommet sur Twitter



Partie d'une séquence télévisée sur une chaîne française, la crise a enflé sur Twitter avant d'atteindre les plus hauts niveaux. Plusieurs Présidences et Président africains ont réagi à la polémique directement sur leurs compte Twitter, tout comme le Directeur général de l'Organisation Mondiale de la Santé.

À noter : le Président français a réagi à la polémique le 15 avril [sur l'antenne de RFI](#) pour dénoncer les "propos inconséquents" des deux chercheurs français.

# Un public large touché par des stars populaires sur Facebook

Sur Facebook, les artistes africains dont les popularités nationales et continentales ne sont plus à développer se sont massivement mobilisés via leur page officielle.

Bien que les posts les plus relayés et partagés proviennent des footballeurs à la notoriété intercontinentale Samuel Eto'o et Didier Drogba, la mobilisation des artistes africains a permis d'ouvrir la visibilité de la polémique à une audience africaine large et plus populaire que sur Twitter. Parmi les plus engageants sur le sujet, les acteurs/producteurs ivoiriens Michel Gohou et Guy Kalou Emile, du chanteur Alpha Blondy et le chanteur congolais Koffi Olomide.

A l'instar des comptes des personnalités, des pages d'actualités, culturelles ou activistes très populaires, comme First Mag, "Musiciens chrétiens congolais" ou "La ligue de défense noire africaine" ont amplifié la visibilité de la polémique et ont suscité des taux d'engagement très élevés.

Sans surprise, les internautes expriment leur indignation en commentaires des articles de RFI ou encore du Parisien qui figurent parmi les publications médias les plus engageantes.

Michel Gohou est avec Herman Djenontin. 3 avril, 09:14

AFRICAINS, AFRICAINES,  
SOYONS UNIS, NOUS NE VOULONS PAS DE CE VACCIN SUR NOTRE CONTINENT, QUE CEUX QUI L'ONT TROUVÉ FASSENT LE TESTE SUR LEURS FAMILLES, SUR LEURS PEUPLES.  
L'AFRIQUE N'EST PAS UN TERRITOIRE DE COBAYES, BIENTÔT NOUS ALLONS ARRÊTÉS D'ACHETER VOS ARMES, QUE CHACUN CONSOMME CE QU'IL PRODUIT. EN QUOI ETES VOUS MIEUX QUE L'AFRICAIN?  
CHERS FÈRES CHÈRES SOEURS, RESTONS VIGILANTS, MAIN DANS LA MAIN, LA VICTOIRE N'EST PLUS LOIN, VIVE L'AFRIQUE, BERCEAU DE L'HUMANITÉ.

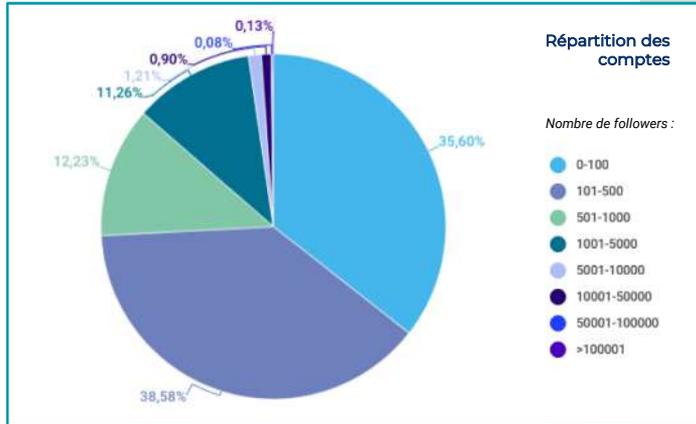
16 K 1,3 K commentaires 5,1 K partages



#3

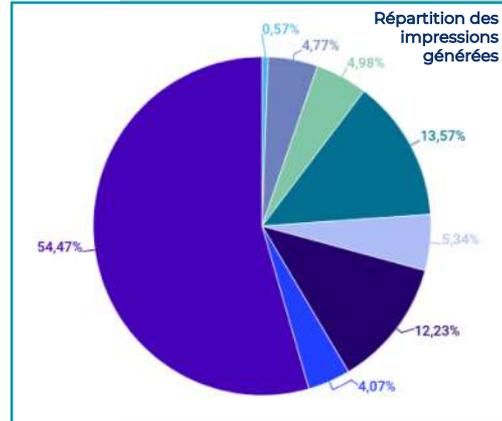
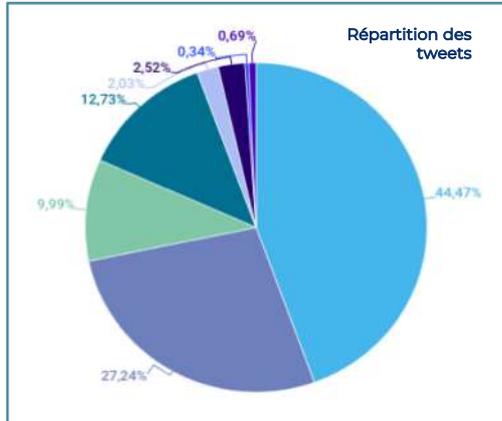
Profils des acteurs  
de la diffusion

# Une propagation portée par deux types de profils



Deux types de profils ont porté la propagation de la polémique, chacun ayant eu un rôle précis dans la propagation :

- Les **petits comptes**, suivis par moins de 500 followers, représentent la masse de la mobilisation citoyenne : ils ont été très actifs autour de la polémique - ils sont les auteurs de 70% des tweets, mais n'ont généré qu'une très faible visibilité sur le réseau social
- Les **stars du sport et de la musique**, dont les comptes dénombrent plus de 100 000 followers, ont permis deux choses : le déclenchement des reprises médiatiques de la polémique dès lors qu'elles s'en sont emparées, ainsi que l'ouverture et l'élargissement de la polémique au grand public qui les suit massivement sur Twitter.



Peu nombreuses parmi l'ensemble des comptes (elles représentent à peine 0,13% de l'ensemble des comptes), ces personnalités ont généré plus de la moitié des impressions liées à la crise. Leurs comptes, extrêmement suivis, ont ainsi étendu la visibilité de la polémique à des internautes peu politisés ou peu militants. Elles ont été soutenues par les micro-influenceurs et influenceurs, suivis par 5 000 à 50 000 followers, qui via leurs réseaux denses, actifs et connectés ont permis de déclencher une véritable mobilisation revendicatrice. Certains des tweets les plus retweetés (@[\\_realea](#), @[DidiBabee](#)) ont été postés par des comptes ne comptant qu'environ 1000 abonnés, preuve de la force de cette mobilisation revendicatrice.

# Grand public et militants, en France et en Afrique

## INTERESTS

internet social media droit réseaux sociaux ingénieur politics sociale it dieu  
pays chat architecte **communication** com mode histoire  
**politique** vie **sport musique** sports cinéma art société  
design god autres marketing **foot** management ceo **culture**  
politiques **psg** jeux médias infos nouvelles technologies football  
afrique voyages **music** justice social séries photo rdc rugby web  
digital

Les intérêts renseignés dans les biographies des comptes ayant réagi aux propos de Camille Locht et Jean-Paul Mira nous donnent à voir le type de public mobilisé tout au long de la polémique. On retrouve une forte prévalence des termes liés au sport et à la culture, matérialisant l'influence des stars de ces deux domaines dans la propagation de la crise sur le réseau social auprès de profils peu politisés.

La communauté de comptes militants, liée au champ lexical de la politique, étant de son côté activée par les comptes des micro-influenceurs et influenceurs.

La question de la profession des internautes semble également s'éclaircir au regard de leurs intérêts, une large partie d'entre eux faisant état de leur métier dans leur biographie. À noter une forte proportion de métiers liés à la communication et au digital, proportion relativement courante sur Twitter.

Par ailleurs, 26% des comptes ayant pris part à la polémique sur Twitter sont localisés en France, et notamment en Ile-de-France, où les diasporas africaine sont très présentes. Il s'agit du pays le plus représenté parmi les internautes, loin devant la Côte d'Ivoire (2%), la Belgique (1,9%) et le Sénégal (1,7%). Cette répartition s'explique en partie par la notoriété transcontinentale des stars du football et de la musique qui se sont emparées de la polémique, au-delà du fait que la polémique est née en France à la suite de propos tenus par des chercheurs français.

# Le monde des médias et de la communication mobilisé



Plusieurs profils africains issus des médias et du monde de la communication ont été prompts à s'emparer de la polémique.

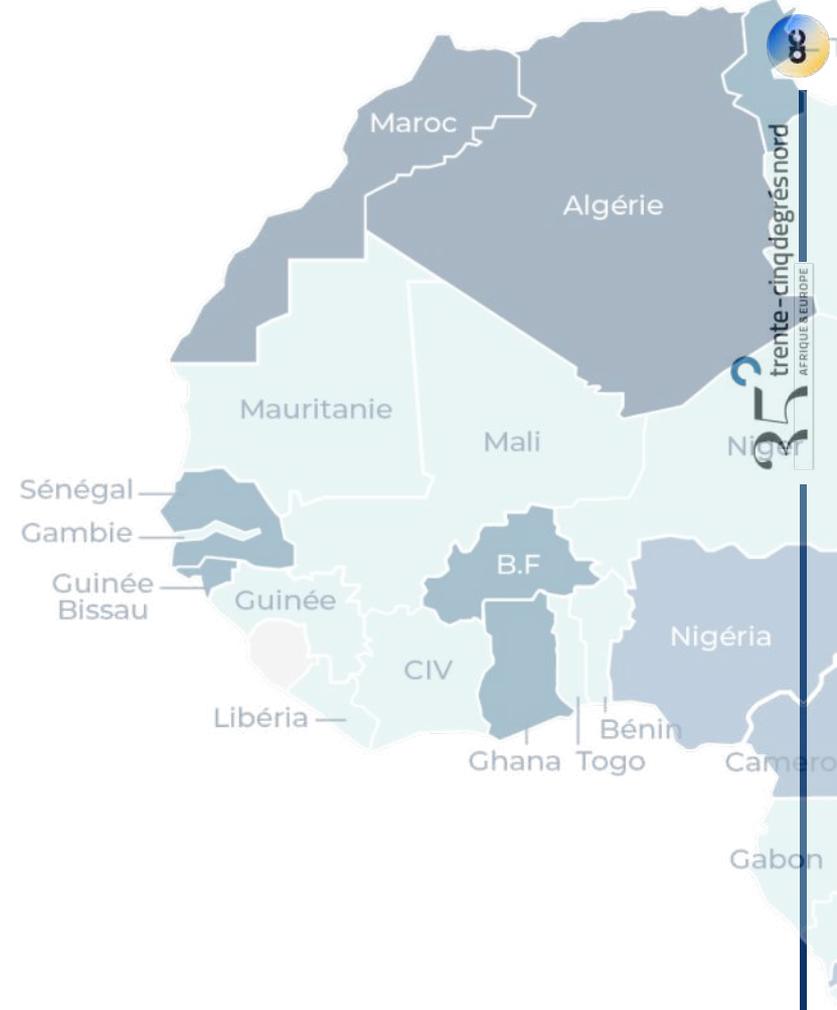
Connectés et influents, ces micro-influenceurs et influenceurs du secteur ont pu rapidement activer leurs réseaux composés de *Key Opinion Leaders*.



# Des pages Facebook africaines comme relais

Les données sur les utilisateurs de Facebook sont moins accessibles que sur Twitter. Elles nous renseignent cependant sur le fait que les pages Facebook africaines se sont fortement mobilisées sur le sujet et ont ainsi propagé la polémique, issue d'une séquence sur une chaîne de télévision française, à une audience africaine grand public.

Tandis que la France représente plus de 21% des pages actives, l'écart avec le second pays le plus mobilisé, la Côte d'Ivoire (10,39%), est plus réduit que sur Twitter. Le Sénégal, troisième à 10%, devance le Cameroun à 5 % puis une multitude de pays africains de la sous-région et enfin d'Afrique centrale.





#4

## Analyse des conversations



# Sur Facebook, la colère prédomine

Colère, méfiance et rejet sont les trois registres principaux des réactions sur Facebook.

Les hashtags les plus utilisés dans les publications publiques relatives à cette crise sont, outre ceux contextuels (coronavirus, vaccin, LCI...), de l'ordre de l'opposition ("Y en a marre", qui est également un mouvement de la société civile au Sénégal, "pas de vaccin en Afrique", "l'Afrique n'est pas un laboratoire") et de dénonciation du racisme de la France vis-à-vis des Africains, vis-à-vis des Africains globalement.

Le terme "masque", présent dans 10 % des publications, est utilisé pour mettre en exergue l'ambivalence attribuée à la France : celle-ci ne dispose pas de masques en nombre suffisant pour protéger sa population mais aurait pour priorité de protéger les populations africaines. Le mot "complot" est également récurrent, présent dans 6 % des publications.

Fait marquant : le deuxième emoji de réaction le plus utilisé sur les posts Facebook analysés est celui de la colère, à hauteur de quasi 10%, un chiffre élevé. Si le like classique est polysémique, l'emoji colère ne laisse que peu de doute quant au sentiment exprimé par les internautes l'ayant utilisé.

linfodrome eiv225 etoo senegal senegal7 prostituées inserm  
jeanpaulmira lafriquenestpasunlaboratoire test team221  
stopcovid19 chine bcg linsoumis africtivistes burkina cochin  
racisme camillelocht omvagasattend'requilscomprenevent  
vaccins nous\_ne\_voulons\_pas\_de\_votre\_vaccin\_test  
didier\_drogba ocnews avocats\_marocains\_portent\_plainte  
locht y\_en\_a\_marre stop covid19 samuel\_otoo  
africain\_seraient\_des\_cobayes didierdrogba ivoirepeople  
coronavirus drogba vaccin espagne  
france benin rezopanamom africain polémique lci  
africains non covid\_19 cobayes pasdevaccinenafrique  
africa mail\_affaires mira restezchezvous lidiva italie rdc  
medecin\_français stayathome togo covid19ci sénégal actu ldna  
afrique kebetu santé covid stayhome covid-19

👍 like | 180 862 (77,2%)

😡 angry | 22 920 (9,8%)

❤️ love | 18 926 (8,1%)

😞 sad | 5 367 (2,3%)

# Les fake news à l'assaut des contenus

Le traitement médiatique de la polémique, s'il s'est focalisé sur les propos tenus par les deux médecins et les différentes réactions qui en ont découlé, a également abordé un volet plus global de lutte contre les fake news.

Qu'il s'agisse d'articles répondant à des sollicitations de lecteurs (à l'instar du [travail fait par AFP Factuel](#)) ou de contenus dédiés (comme [cette vidéo d'AJ+](#) au sujet de l'historique des tests effectués en Afrique), les médias ont été nombreux à traiter le sujet sous l'angle de la lutte contre la désinformation.

La polémique analysée ici est née sur un terreau déjà propice à la propagation de fake news dans le domaine sanitaire et médical. Le sujet des vaccins, testés ou commercialisés par des Occidentaux en Afrique, cristallise un bruit de fond constant depuis le début de l'apparition de la pandémie (cf [les complots apparus](#) il y a quelques jours), mais qui remonte en réalité à plusieurs années.

Il s'agit d'un marronnier de la désinformation sur les réseaux sociaux, qui s'appuie comme toute bonne fake news sur les ressorts de la peur et du complot et sur des faits avérés, citons par exemple [ce témoignage](#) issu d'un documentaire de Planète + affirmant que les Etats-Unis ont inoculé volontairement le virus du SIDA en Afrique et cet article du Monde Diplomatique de juin 2005 intitulé [L'Afrique, cobaye de Big Pharma](#) qui ont tous deux ressurgi après l'éclatement de la crise .



# L'humour au service de l'indignation



“[Les 5 plus beaux pays africains où tester nos futurs vaccins](#)”, “[Plusieurs pays africains vont lancer en Europe des essais de traitement contre le racisme](#)”, dès le 3 avril Le Gorafi, site d'information satirique français, publie un article évoquant la polémique, partagé plus de 300 fois sur Twitter. Son deuxième article sur le sujet suscite lui aussi un engagement important sur les réseaux sociaux, notamment de la part d'internautes africains.

En complément de la satire, le registre de l'ironie est également utilisé par les internautes pour dénoncer et tourner en dérision les propos des deux chercheurs en mettant en parallèle les tests dont ils discutent et ceux pratiqués sur les animaux, suscitant eux une indignation large.



#5

Pour aller plus loin

# Et côté anglophone ?

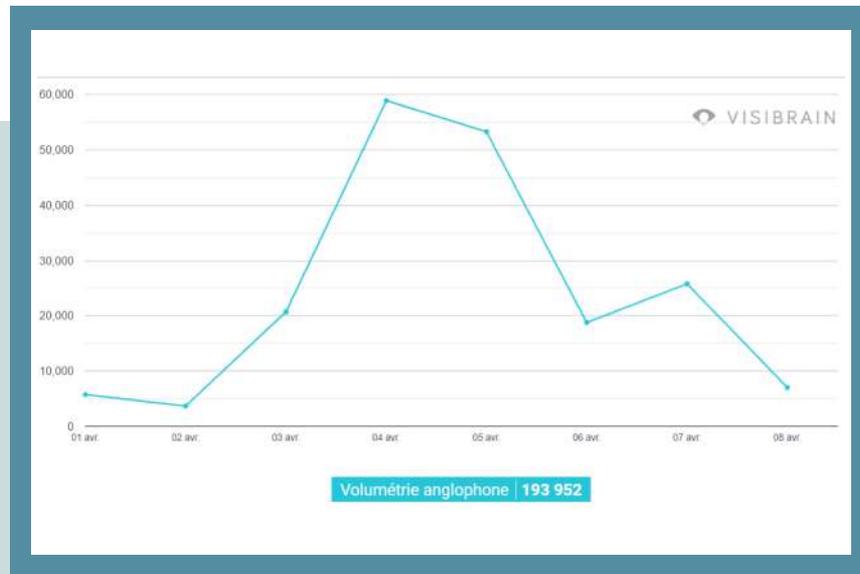
Initialement francophone, la crise s'est rapidement exportée dans les régions anglophones, en Occident comme en Afrique. Côté anglophone, le volume de la polémique s'établit à un peu plus de 190 000 tweets publiés entre le 1er et le 8 avril.

Le schéma de propagation de la crise y est identique, avec un retard de deux jours.

Ici aussi, de nombreuses personnalités, qu'elles soient Africaines ou issues des diasporas, issues du monde du sport ou de la culture ont permis d'attirer l'attention des médias grâce à leur notoriété. Il convient toutefois de noter qu'il s'agit principalement de personnalités francophones qui ont relayé le sujet à des publics anglophones, à l'instar de Didier Drogba qui, par des [tweets publiés en anglais](#), a été le premier à étendre la polémique au-delà des frontières de la Francophonie.

Plusieurs stars anglophones prennent ensuite son relai en s'emparant du sujet pour dénoncer vivement les propos tenus par les deux chercheurs français mais également, de manière plus globale, la position de l'Occident vis-à-vis de l'Afrique. L'acteur et producteur britannico-nigérian John Boyega a par exemple posté [un tweet](#) ayant suscité plus de 150K RT. Notons également [ce tweet](#), retweeté plus de 13K fois, qui relaie une vidéo publiée initialement sur Tik Tok pour dénoncer les propos des chercheurs, signe que la polémique a fait le tour des réseaux sociaux autant qu'elle a fait le tour du monde.

La visibilité médiatique est également portée par des personnalités francophones, relevons par exemple l'article rédigé par Rokhaya Diallo et [publié dans le Washington Post](#).





Afriques Connectées,  
laboratoire d'analyse des Afriques sur les  
réseaux sociaux, décrypte les  
phénomènes viraux, identifie signaux  
faibles et influenceurs, et cartographie les  
communautés sur le continent africain.

Retrouvez nos analyses sur [Medium](#) & [Twitter](#).

35°Nord, agence de conseil en  
communication spécialisée sur l'Afrique,  
publie chaque jour un bulletin  
d'informations de la pandémie de Covid-  
19 sur son [site](#).

Retrouvez l'ensemble de ces informations sur  
nos boucles WhatsApp et Telegram.

Telegram : [cliquez sur ce lien](#)  
depuis votre smartphone et vous  
serez redirigés vers la chaîne  
Telegram de 35°Nord.

WhatsApp : ajoutez +33 7 49 26  
61 35 à vos contacts et vous  
recevrez toutes les actualités  
envoyées via la liste de diffusion  
WhatsApp 35°Nord.

