

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication**

Le discours des organisations humanitaires en temps de crise

**Le cas des réponses humanitaires de Médecins
Sans Frontières Belgique aux tremblements de
terre survenus en Turquie et en Syrie en 2023**

Autrice : Lucie Meurisse
Promoteur : Thibault Dujardin-Bazier
Année académique : 2023-2024
Intitulé du master : Master [60] en information et communication

REMERCIEMENTS

Avant tout chose, j'aimerais remercier chaque personne ayant contribué, de près ou de loin, à l'élaboration de ce mémoire.

En premier lieu, je voudrais remercier mon promoteur, Monsieur Thibault Dujardin-Bazier, pour sa disponibilité, son accompagnement et ses conseils.

Ensuite, je tiens à remercier tout particulièrement ma maman, m'ayant accordé de son temps pour les nombreuses corrections et relectures de ce mémoire. Ainsi qu'au reste de ma famille pour le soutien qu'ils m'ont apporté tout au long de sa rédaction.

Je souhaite également remercier Madame Christel Magnée pour l'entretien qu'elle m'a accordé et pour avoir répondu à mes questions.

Enfin, merci à mes amies et à Anne-Françoise pour leur relecture et leur encouragement.

LISTE DES ABREVIATIONS

CTA : Call-To-Action

OCHA : Bureau de coordination des affaires humanitaires des Nations unies

ONG : Organisation non gouvernementale

ONU : Organisation des Nations unies

MSF : Médecins Sans Frontières

MSF-B : Médecins Sans Frontières Belgique

LISTE DES FIGURES

Figure 1 - Répartition des contenus sur les quatre plateformes.....	42
Figure 2 - Répartition des articles par objectif	43
Figure 3 - Répartition des posts Instagram par objectif.....	43
Figure 4 - Répartition des posts Facebook par objectif	43
Figure 5 - Répartition des posts Twitter par objectif.....	43

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	3
LISTE DES ABREVIATIONS	4
LISTE DES FIGURES	5
INTRODUCTION	9
PARTIE 1 : CADRE THEORIQUE.....	10
Chapitre 1 : Les organisations non gouvernementales humanitaires	10
⇒ Un regard sur les ONG humanitaires	10
Chapitre 2 : La communication des ONG humanitaires	11
⇒ Les objectifs de la communication humanitaire	12
⇒ Les outils de communication numérique.....	14
Chapitre 3 : Le discours	16
⇒ Le concept général de discours.....	16
⇒ Le discours humanitaire.....	17
⇒ L'analyse du discours	19
⇒ Domaines particuliers de l'analyse du discours.....	21
Chapitre 4 : Les crises humanitaires	25
⇒ Les conditions de médiatisation des crises humanitaires	26
PARTIE 2 : OBJET D'ÉTUDE.....	27
Problématique	27
Hypothèses de recherche	28
Contextualisation	30
⇒ Médecins Sans Frontières	30
⇒ La communication numérique de Médecins Sans Frontières Belgique.....	31
⇒ Les tremblements de terre en Turquie et en Syrie	34

Méthodologie et Corpus	35
⇒ L'analyse de contenu	35
⇒ Les limites à la création du corpus	40
PARTIE 3 : ANALYSE DE DISCOURS	41
Constatations générales	41
Exploration des disparités discursives au sein des communications de MSF-B	44
⇒ La narrativité.....	44
⇒ La linguistique textuelle	47
⇒ La mise en forme	51
⇒ Les procédés argumentatifs et rhétoriques	52
⇒ L'évolution chronologique du discours	54
Conclusion de nos analyses	55
CONCLUSION	56
BIBLIOGRAPHIE	57
Ouvrages et articles scientifiques	57
Documents institutionnels et Rapports	60
Sites et pages Internet.....	61
LISTE DES ANNEXES	62
ANNEXES	66
Annexe 1 : Retranscription entretien Christel Magnée	66
Annexe 2 : Organigramme département communication de MSF-B.....	74
Annexe 3 : Grille de catégories	74
⇒ Catégorie générique 1 : Intention communicative d'information	74
⇒ Catégorie générique 2 : Intention communicative de récolte de dons	121
Annexe 4 : Grille d'analyse	132

Annexe 5 : Analyse des contenus..... 133

⇒ Catégorie générique 1 : Intention communicative d'information
133

⇒ Catégorie générique 2 : Intention communicative de récolte de
dons 171

INTRODUCTION

Au cours des dernières années, une expansion notable du nombre d'organisations non gouvernementales (ONG) a été observée. Actuellement, la problématique de la communication de ces entités s'inscrit dans un monde de réseaux, d'urgence et d'immédiateté, profondément marqué par l'émergence de nouvelles techniques de communication. Dans ce contexte, l'urgence humanitaire émerge comme un enjeu contemporain doté d'un certain caractère performatif (Durdilly, 2023). Ce constat a guidé la question de recherche de ce mémoire, visant à analyser la communication des organisations non gouvernementales humanitaires, en se penchant spécifiquement sur la notion de discours dans le cadre de crises découlant de catastrophes naturelles. L'objectif est d'explorer les discours adoptés par ces organisations humanitaires pour diffuser leur message conformément à leurs objectifs. Nous y avons accordé une attention particulière à Médecins Sans Frontières Belgique (MSF-B), qui, selon les informations disponibles sur son site internet, démontre une maîtrise totale de sa politique de communication.

Ce mémoire s'articule autour de trois parties. La première a pour objectif de poser le cadre théorique en quatre chapitres. Dans le premier chapitre, nous examinerons les organisations non gouvernementales humanitaires. Ensuite, nous délimiterons le champ de la communication de ces organisations au travers de ses objectifs et de ses outils. Nous étudierons également le discours humanitaire en lui-même ainsi que l'analyse du discours et ses stratégies qui guideront notre recherche empirique. Enfin, le dernier chapitre de cette partie théorique traitera les crises humanitaires prises en charge par ces ONG. Dans la deuxième partie, nous présenterons notre problématique, nos hypothèses ainsi que le contexte dans lequel s'inscrit notre recherche. De plus, nous définirons la méthodologie adoptée pour construire notre corpus et analyser nos données. La dernière partie de ce mémoire présentera les résultats de notre exploration des communications de MSF, avant de finalement présenter nos conclusions d'analyse.

PARTIE 1 : CADRE THEORIQUE

CHAPITRE 1 : LES ORGANISATIONS NON GOUVERNEMENTALES HUMANITAIRES

⇒ *Un regard sur les ONG humanitaires*

Depuis les années 1970, une grande diversité d'organisations non gouvernementales affiliées au domaine humanitaire ont émergé à l'échelle mondiale, incluant des entités telles que Médecins Sans Frontières, Action contre la faim, Amnesty International, Greenpeace, Handicap International, Reporters Sans Frontières et bien d'autres (Oustinoff & Ruiz, 2022).

Selon Ngouana (2020), ces organisations non gouvernementales, également connues sous le nom d'ONG ou NGO en anglais, peuvent être de toute taille, provenir d'une variété d'origines (anglo-saxonne, francophone, confessionnelle ou laïque) et opérer à différentes échelles d'intervention (nationale ou internationale). Ces entités se définissent comme des organisations non gouvernementales à but non lucratif, suivant des principes managériaux et dépendant financièrement de fonds publics (Pérouse de Montclos, 2009), tout en privilégiant des moyens non militaires. Ces acteurs privés, aux raisons sociales propres, sont socialement identifiés comme des acteurs « humanitaires » car ils mettent en avant l'urgence médicale, la faim ou le handicap à travers un engagement véritablement solidaire et désintéressé, dans le but d'apporter une assistance efficace et adaptée pour résoudre les problèmes humains et environnementaux (Dauvin, 2010). Ces organisations non-gouvernementales, que l'on compte par centaines de milliers, représentent « la société civile » (Oustinoff & Ruiz, 2022). Son rôle est de pallier la démobilitation des Etats dans la prestation de services. Elles constituent donc le « troisième secteur » de la société, le premier étant celui du gouvernement, et le deuxième celui des affaires.

C'est grâce à leur expertise et à leur avantage d'accès à des sources d'information privilégiées qu'elles ont du pouvoir pour contribuer à l'aide au développement et à l'aide humanitaire (Karns, 2024). Les articles de

Lopes (2004), Pérouse de Montclos (2009) et Ngouana (2020) fournissent des informations sur les activités menées par ces ONG, et leurs missions de « l'urgence » et du « développement ». La conception de l'humanitaire est, pour tous, perçue de la même manière, tandis que leurs activités diffèrent. On observe ainsi l'existence des organisations « urgentistes », spécialisées dans les secours de première urgence, en contraste avec les organisations « développementalistes », œuvrant dans une logique d'aide au développement durable, à long terme, comme par exemple la réhabilitation de foyers sinistrés après une catastrophe naturelle ou un conflit, revendiquant la solidarité internationale ou l'action humanitaire. Selon Pérouse de Montclos (2009), les acteurs qualifiés d'« urgentistes » et de « développementalistes » ne peuvent être envisagés indépendamment. En effet, le travail humanitaire ne se limite pas à la phase de crise. Les « urgentistes » sont impliqués dans des activités de reconstruction et/ou de protection sociale, tandis que les « développementalistes » gèrent les situations extrêmes lors de catastrophes. En somme, comme le souligne Ngouana (2020, paragr. 10) « qu'il s'agisse d'urgence ou de développement, les organisations humanitaires mènent des activités qui visent à atténuer les souffrances à court, à moyen et à long terme ».

CHAPITRE 2 : LA COMMUNICATION DES ONG HUMANITAIRES

Dans une société mondialisée et interconnectée, où les crises de diverses natures (humanitaires, environnementales, droits humains, ...) attirent rapidement l'attention médiatique et deviennent des enjeux de préoccupation globale, il est essentiel pour les ONG de se positionner en tant qu'acteurs majeurs grâce à une communication efficace (Oustinoff & Ruiz, 2022). Cette communication, devenue un outil puissant pour persuader le public de la justesse d'une cause, ou plutôt, de l'injustice d'une situation (Cazenave et al., 2020), constitue un aspect essentiel du travail des ONG. En effet, elles s'engagent activement à créer de la « communication humanitaire » afin de faire valoir leurs actions et leurs valeurs (Dauvin, 2010). Dans ce cadre, les ONG endossent le rôle de créatrices de

représentations et de discours, tout en exprimant une critique sociale et en revendiquant leur « authenticité » (Cazenave et al., 2020).

⇒ ***Les objectifs de la communication humanitaire***

Les discours humanitaires sélectionnent et mettent en avant certains aspects de la réalité dans le but de susciter une réaction spécifique de la part du public (Cazenave et al., 2020). Plusieurs auteurs, parmi lesquels Pérouse de Montclos (2009), Ngouana (2020), Dauvin (2010), Carion (2010), Cazenave et al. (2020), Charaudeau et Maingueneau (2002), s'accordent sur les multiples objectifs des organisations non gouvernementales humanitaires à travers leur prise de parole. Ces objectifs incluent :

- **L'information** : le discours informatif, tel que défini par Charaudeau et Maingueneau (2002), se caractérise par sa volonté de transmettre un savoir ou une connaissance avec pour intention explicite de « faire savoir » à un destinataire non-spécialiste spécifique. Michelet (cité dans Charaudeau & Maingueneau, 2002), ajoute que ce discours est généralement vulgarisé pour rendre les informations plus accessibles et compréhensibles au grand public. Dans le cadre humanitaire, cela se traduit par la diffusion d'informations relatives aux populations affectées par les conflits ou les catastrophes naturelles (par exemple, en générant des connaissances sur les pays du Sud) (Dauvin, 2010). Selon les travaux de Charaudeau et Maingueneau (2002), le « donneur d'information » a la responsabilité de transmettre deux formes de savoir : le « savoir de connaissance », qui repose sur des faits vérifiables, ou le « savoir de croyance », qui repose sur des opinions ou des convictions personnelles. Ils conçoivent la communication de deux manières distinctes, la première étant la persuasion qui mobilise des principes empruntés au domaine du marketing, la seconde étant la conscientisation centrée sur des notions d'aide et de solidarité (Carion, 2010).

- **La collecte de dons** : vise à obtenir des aides financières. Elles peuvent provenir de donateurs privés ou de bailleurs publics, et leur rôle est de soutenir les missions de l'organisation, ainsi que les actions sur le terrain, les frais de structure et les investissements futurs (Dauvin, 2010). Le discours promu par les ONG montre l'importance des donateurs dans l'aide

aux personnes en situation d'urgence ou nécessitant un projet de développement (Ngouana, 2020). La nécessité de solliciter des fonds auprès des particuliers a marqué le passage de « l'amateurisme du volontariat » à « une volonté de rationalisation et d'expansion pour collecter de l'argent » (Pérouse de Montclos, 2009), et serait due à l'augmentation du nombre d'ONG dans les pays occidentaux, associée à la diminution (volontaire ou forcée) des financements publics (Cazenave et al., 2020). Le fundraising humanitaire représente la méthode de collecte de fonds numérique la plus répandue pour solliciter la générosité du public, permettant ainsi aux entités d'être indépendantes et libres de leurs actions (par exemple, le publipostage offre un démarchage à grande échelle sans nécessiter les coûts élevés associés aux campagnes médiatiques) (Cazenave et al., 2020). D'après Dacheux (cité dans Pérouse de Montclos, 2009), la communication se focalise souvent davantage sur la récolte de fonds que sur l'information.

– **La sensibilisation** : il s'agit de sensibiliser, de conscientiser le public en vue de mobiliser l'opinion et de favoriser la participation des différentes populations (adhérents, bénévoles, volontaires, salariés, gouvernements, entreprises, médias) (Dauvin, 2010). Les ONG ressentent une obligation morale de montrer, témoigner, dénoncer et défendre une cause, notamment celle de la souffrance humaine, dans l'espace public (Cazenave et al., 2020). Vaccaro (cité dans Cazenave et al., 2020) souligne que le témoignage peut générer ce qu'il appelle un « marketing social », une forme de narration destinée à promouvoir le « changement social ».

- **La promotion de l'ONG** : cette stratégie permet à l'organisation de s'affirmer et d'exister sur le terrain ainsi que d'**accroître sa notoriété** (Cazenave et al., 2020). Dans un champ humanitaire de plus en plus concurrentiel, faire connaître sa marque devient fondamental. Sur base de ses valeurs, de son expertise médicale, de ses particularités, de ses principes, de sa prise de position par rapport aux causes défendues, l'organisation formule un discours sur elle-même afin de se différencier de ces derniers. Par exemple, au moyen de campagnes de communication et de visibilité institutionnelle (Dauvin, 2010).

– **La légitimation** : s’obtient grâce à la fourniture de preuves visuelles et authentiques, qui renforcent la crédibilité de l’organisation et de son discours (Ngouana, 2020).

- **Le plaidoyer** : a pour objectif d’influencer les prises de décisions des Etats. Il intervient sur la scène politique, défend ses positions et plaide en faveur des causes humanitaires (Cazenave et al., 2020).

La communication des ONG est multidimensionnelle car elle peut comporter plusieurs objectifs. Ces derniers peuvent être difficiles à concilier, et parfois en contradiction les uns avec les autres, ce qui rendrait la tâche difficile pour les organisations non gouvernementales (Cazenave et al., 2020).

LA COMMUNICATION PERSUASIVE

Charaudeau et Maingueneau (2002) expliquent que la persuasion peut être considérée comme le résultat des processus généraux d’influence, impliquant la communication, l’explication, la légitimation et le partage d’un point de vue spécifique. Son objectif ultime est de conduire l’auditeur à agir conformément aux suggestions du discours. Pour atteindre cet objectif, le pathos joue un rôle crucial en mobilisant les émotions et les sentiments de l’auditoire. Il est courant de qualifier d’argumentation persuasive celle qui vise à convaincre un public spécifique, et de qualifier d’argumentation convaincante celle qui a pour but d’obtenir l’adhésion du public visé.

⇒ ***Les outils de communication numérique***

De nos jours, les outils de communication numérique sont devenus des ressources indispensables pour les organisations. Ils leur permettent de diffuser l’information et de mobiliser l’opinion publique sur les problèmes humanitaires à l’échelle mondiale. La croissance du mouvement humanitaire est liée à l’évolution des moyens de communication (Cazenave et al., 2020).

Les ONG humanitaires bénéficient de divers outils de communication qu'elles adaptent en fonction de leur objectif de communication, de leur public cible et du message à transmettre (Le Coconnier & Pommier, 2017 ; Cazenave et al., 2020). Ces outils peuvent provenir du marketing, comme le mailing, le sponsoring, le couponing, ..., et de la communication traditionnelle, comme les événements, les campagnes de presse, les journaux internes, etc. Internet offre également une multitude de possibilités avec les abonnements aux newsletters, le marketing viral, les bandeaux publicitaires, les cyber mobilisations, etc. La télévision, la radio, les réseaux sociaux, la presse écrite et télévisée, les communiqués de presse, les affiches, les sites web, les spots télévisuels, les journaux des donateurs ou les reportages sont également utilisés pour communiquer (Dauvin, 2010). Plusieurs auteurs (Carion, 2010 ; Ngouana, 2020) ont ainsi remarqué le recours des organisations humanitaires aux techniques de communication du monde marchand, veillant toutefois à rester en adéquation avec leurs valeurs et missions. Pérouse de Montclos (2009) confirme cette observation en constatant l'émergence de similitudes entre les communications des entreprises et celles des professionnels humanitaires, parfois avec le risque de privilégier les causes plus « vendables ».

Dans un contexte exclusivement numérique, le recours aux **médias de masse** permet aux ONG de diffuser des images sensationnelles, des scoops ou des scénarios de guerre de manière vulgarisée. Ils permettent de toucher émotionnellement le public, tout en lui expliquant les enjeux des actions et des projets en cours (Carion, 2010). Selon Sommerfeldt, Kent et Taylor (cité dans Ferguson, 2018), le **site web** d'une organisation offre une plateforme de communication dialogique et stratégique aux ONG. Il sert d'outil éthique et pratique pour partager des informations avec le public et mobiliser les ressources nécessaires à la réalisation de leurs objectifs. Par exemple, en facilitant la communication avec les bénévoles, en identifiant de nouveaux donateurs ou en stimulant la réactivité du public. Sur ce site internet, on peut y retrouver des **articles**. Ils offrent aux lecteurs un moyen de se tenir au courant des actions et initiatives de l'organisation, lui

permettant d'engager de manière plus active le public ou de l'encourager à apporter un soutien financier continu (Carion, 2010). Le **mailing** est un outil essentiel pour entrer en contact avec le public, l'informer sur les objectifs et actions de l'organisation, promouvoir une réflexion critique, ou inciter à un engagement plus actif (Carion, 2010). Finalement, les **réseaux sociaux** permettent de créer des liens, d'établir une confiance mutuelle, et de structurer les interactions entre l'organisation et son public (Dauvin, 2010).

En conclusion, comme l'a souligné Rony Brauman (cité dans Cazenave et al., 2020), une organisation non gouvernementale, tout comme une entreprise, se doit d'être visible et audible pour exister. Bien que leurs activités sur le terrain demeurent leur principale mission, les ONG doivent également s'engager dans une communication stratégique pour servir leurs intérêts (Cazenave et al. 2020), ce qui rend la communication consubstantielle de l'humanitaire (Dauvin, 2010). Ainsi, les ONG ont cherché à donner une voix à la souffrance et à l'injustice, dans l'espoir que cette prise de parole puisse contribuer à résoudre les problèmes (Dauvin, 2010).

CHAPITRE 3 : LE DISCOURS

⇒ *Le concept général de discours*

Selon Foucault, tel que cité dans Kunert (2013), un discours est défini comme « un ensemble d'énoncés en tant qu'ils relèvent de la même formation discursive ». Parker (cité dans Willig, 2017) met en lumière son rôle, en tant qu'ensemble de déclarations dans la construction de la réalité et des objets de discussion, ainsi que leur capacité à encadrer ou à limiter ce que les gens peuvent dire sur eux-mêmes, les autres et le monde qui les entoure.

Pris au sens large, le terme de discours englobe toutes les pratiques discursives à travers les moyens écrits (textes), oraux (paroles) et iconiques (images fixes ou mouvantes, gestes) (Bokobza Kahan & Amossy, 2009).

⇒ *Le discours humanitaire*

Divers discours peuvent être produits par ou sur une organisation à destination de ses différents publics (Cazenave et al., 2020). A cet égard, les ONG doivent adopter une approche analytique et distanciée, caractérisée par une observation impartiale du terrain afin de produire une connaissance de la situation de crise (Boltanski cité dans Cazenave et al., 2020). Parallèlement, elles doivent communiquer leurs actions avec empathie et sensibilité au public, en couvrant des phases d'alerte, de témoignage et d'expertise (Pérouse de Montclos, 2009). Ainsi, les ONG produisent des discours engagés, dépourvus de subtilités ou de précautions liés à la recherche, et mettant l'accent sur l'éthique et l'aspect humain (Pérouse de Montclos, 2009).

LA CONSTRUCTION DU DISCOURS HUMANITAIRE

Dauvin (2010) nous affirme que les ONG disposent d'une autonomie suffisante pour porter leur discours humanitaire sur le marché concurrentiel. Selon Juhem (cité dans Dauvin, 2010), ce discours est soutenu par un groupe d'acteurs spécialisés, organisés et coordonnés dans le but d'atteindre leurs objectifs et de promouvoir la cause humanitaire par la communication. Ce discours peut être coproduit en faisant appel à des journalistes ou des agences de communication, ce qui réduit la marge de manœuvre de l'annonceur qui n'est plus maître de la production de sa communication. Dans ce cas, le discours humanitaire n'est donc plus fabriqué en autarcie, mais est le résultat de collaborations à la fois confiantes (intérêts communs) et méfiantes (sous-entendus, malentendus), cadrés par des facteurs économiques (Dauvin, 2010).

LES REGISTRES DU DISCOURS HUMANITAIRE

Selon Maillard (cité dans Cazenave et al., 2020), le discours humanitaire traditionnel se divise généralement en trois registres distincts : un discours politique mettant en avant les valeurs et les principes de l'action humanitaire ; un discours d'expertise qui contextualise l'action dans son cadre géopolitique ou médical ; un discours compassionnel fondé sur l'émotion et la mise en scène spectaculaire qui met en avant les victimes de

la crise.

Toutefois, la complexité de certaines situations peut rendre difficile la sollicitation de dons ou l'engagement du public. Dans de tels cas, la communication cherchera à simplifier ces situations, parfois de manière trompeuse, en privilégiant le discours compassionnel (Cazenave et al., 2020). Les professionnels adoptent alors la stratégie de « captation » par les émotions de Patrick Charaudeau (1995), mettant en scène des jeux de spectacularisation et de dramatisation. Cette stratégie « vise à toucher l'affect des publics, à les séduire pour mieux les influencer et les faire adhérer au contenu propositionnel de l'énoncé » (Ngouana, 2020, paragr. 13). Ce discours se caractérise par une prédominance de la représentation victimaire, souvent au détriment d'une analyse de la société dans laquelle ces victimes vivent, des causes culturelles ou politiques engendrant leur souffrance, de l'origine des conflits ou de la légitimité des luttes (Dauvin, 2010). Il repose sur l'émotion et l'indignation, mettant en avant une figure « pure » qui incarne un personnage générique de l'Humanité plongée dans le malheur, souvent représentée par des femmes, des enfants ou des personnes âgées, symboles de la vulnérabilité. Selon les observations de Luc Boltanski (cité dans Dauvin, 2010), la figure de la victime agit comme un « canal d'intelligibilité », une représentation symbolique qui sensibilise à l'action humanitaire et incite à la générosité. Ainsi, la publicité utilise des signes culturellement accessibles au public occidental pour mettre en scène cette victime, le présentant sous les traits du Sauveur. Pour légitimer leur action, ces récits humanitaires « héroïse » en images et en mots les vertus des acteurs humanitaires, car c'est dans les situations hostiles que le charisme du héros se signifie le mieux. Toutefois, il convient de noter que La Charte de déontologie des organisations encourage des représentations dignes et décentes pour éviter toute exploitation indécente des images et tout voyeurisme (Dauvin, 2010).

⇒ *L'analyse du discours*

L'analyse du discours ne peut être attribuée à un acte ou un fondateur reconnu (Boutet & Maingueneau, 2005), car elle émerge de différents courants et d'anciennes pratiques d'études de textes (Charaudeau & Maingueneau, 2002). Néanmoins, le label « analyse du discours » aurait été introduit par Harris (cité dans Maingueneau, 2012), ou le terme « analyse » implique une démarche de décomposition, interagissant avec le terme « discours » qui se réfère à des unités de taille supérieure à la phrase. Majoritairement abordée comme une étude de textes de divers genres à l'aide d'outils empruntés à la linguistique, cette discipline a suscité l'intérêt de nombreux chercheurs tels que Greimas, Dubois, Pêcheux, Derrida ou Foucault (Boutet & Maingueneau, 2005, 2012). En outre, Willig (2017) identifie deux approches principales se focalisant sur l'analyse de discours et ses possibilités : l'analyse discursive foucaldienne, inspirée des travaux de Michel Foucault, qui met l'accent sur la disponibilité des ressources discursives et leur impact dans les pratiques sociales, ainsi que la psychologie discursive, qui se penche sur les objectifs et visées du discours.

Pour définir l'analyse du discours, Willig (2017) la caractérise comme « une méthode d'analyse de données qualitative qui exige du chercheur de suspendre sa conception du sens commun du langage et de le penser différemment ». Cette approche, comme le décrit Forrester (cité dans Willig, 2017), est une forme de recherche analytique discursive qui reconnaît que les discours ne sont pas simplement des outils de communication, mais qu'ils contribuent activement à la construction d'une représentation de la « réalité » que le locuteur cherche à communiquer à son interlocuteur (Seignour, 2011). L'intérêt se porte ainsi sur la manière dont le langage est utilisé pour formuler des interprétations spécifiques d'événements ou de situations, en tenant compte du contexte dans lequel il est employé (écrit ou oral) ainsi que des ressources discursives et répertoires disponibles (le choix des mots, expressions, constructions grammaticales, styles de discours, ...). En d'autres termes, aujourd'hui, on considère davantage le discours comme une inclusion d'un texte dans son contexte (Charaudeau & Maingueneau, 2002).

L'analyse du discours émerge ainsi comme une discipline des études de discours, guidée par un intérêt spécifique qui vise à comprendre le discours comme une articulation entre les textes et les lieux sociaux (Maingueneau, 2012). Cette approche explore les formes et modalités d'expression des messages de divers types : médiatiques, politiques, scientifiques, organisationnels, etc., en lien avec des cadres sociaux : média, contexte historique, gouvernement, parti politique, etc. Par conséquent, l'analyse du discours s'enracine dans la linguistique en insistant sur la manière dont le discours construit la relation entre les acteurs, tant du côté de son énonciateur que de son interprète (Krieg-Planque & Bonnaïfous, 2013). Les chercheuses soulignent la diversité des approches reconnues dans l'analyse du discours, notamment les approches communicationnelles, conversationnelles, quantitatives, et autres.

En conclusion, l'analyse du discours vise à explorer le réel véhiculé par le discours, en s'attachant à transcender le niveau de la phrase pour se pencher sur des énoncés attestés (Krieg-Planque & Bonnaïfous, 2013). Cette méthode implique d'examiner les manifestations plus larges et externes du langage en tant qu'objet du discours, en tenant compte notamment des influences institutionnelles et idéologiques, plutôt que de se limiter à étudier les individus en tant qu'entités isolées.

D'autre part, Adam (cité dans Charaudeau & Maingueneau, 2002) établit une distinction entre l'analyse de/du discours et l'analyse des discours. Selon lui, l'analyse de/du discours se concentre sur une théorie générale de la discursivité, tandis que l'analyse des discours met davantage l'accent sur la diversité des pratiques discursives humaines, en se penchant sur les spécificités des différents types de discours dans des contextes particuliers. Notre approche se rapproche davantage de cette dernière, en alignant notre analyse sur l'étude des discours spécifiques de certains objectifs de Médecins Sans Frontières, plutôt que sur une théorie générale de la discursivité.

⇒ *Domaines particuliers de l'analyse du discours*

Nous pouvons classer et analyser les discours en utilisant certains critères spécifiques.

LE SCHEMA DE LA COMMUNICATION

L'émetteur produit et encode un message, qui sera reçu, décodé et interprété par le récepteur. Charaudeau (cité dans Charaudeau & Maingueneau, 2002) désigne l'émetteur comme le sujet communiquant, doté d'une intention et d'un projet de parole. Le récepteur, quant à lui, est considéré comme le sujet interprétant extérieur au processus d'énonciation du sujet communiquant. Le support physique agit comme un moyen de transporter la parole de l'émetteur au récepteur et peut prendre différentes formes, telles que l'oral, l'écrit, le direct, le différé, le support papier, l'audio-oral ou l'audiovisuel (Charaudeau & Maingueneau, 2002). Ce support est intégré au support d'écriture, lequel revêt un rôle important d'un point de vue linguistique, dans la mesure où il contribue à la construction de sens des messages écrits, étant porteur de normes discursives. Outre sa matérialité physique, il englobe également le texte lui-même, l'organisation des signes dans le domaine graphique, à savoir la mise en page, ainsi que les diverses formes d'écriture telles que les capitales, les majuscules, les minuscules, la typographie, etc. (Charaudeau & Maingueneau, 2002).

LES GENRES ET TYPES DE DISCOURS

L'analyse du discours est une discipline qui se consacre à l'étude des genres de discours. Elle peut être étudiée comme un moyen de communication de nature sociale et linguistique. Le genre de discours est un élément clé reliant le texte à la situation de communication (Boutet & Maingueneau, 2005). Il est souvent défini en fonction du contexte dans lequel il est utilisé et des intentions communicatives spécifiques qu'il transmet (Charaudeau & Maingueneau, 2002). Maingueneau (cité dans Charaudeau & Maingueneau, 2002) nous dit que le contexte dans lequel est produit l'énoncé est défini par un « cadre scénique ». Ce dernier est lui-même déterminé par deux facteurs, à savoir le type et le genre de discours de l'énoncé. Par ailleurs, le support utilisé pour diffuser le discours est une

composante indispensable du genre de discours (Boutet & Maingueneau, 2005).

Les genres de discours trouvent leur signification lorsqu'ils sont situés dans des unités de rang supérieur appelées types de discours (Maingueneau, 2021). Ces derniers représentent des catégories générales de pratiques discursives liées à un domaine spécifique, caractérisées par des intentions communicatives et une finalité sociale similaire (Charaudeau & Maingueneau, 2002, 2021).

LA LINGUISTIQUE TEXTUELLE

Adam (cité dans Charaudeau & Maingueneau, 2002), affirme que la linguistique textuelle permet de distinguer cinq types de séquences : narratif, descriptif, argumentatif, explicatif et dialogal.

La linguistique textuelle examine les structures linguistiques. Pour comprendre le sens d'un texte, on examine les différentes catégories fonctionnelles de mots, telles que les articles, les noms, les verbes, les adjectifs, les connecteurs, les opérateurs, ... ainsi que leurs relations syntagmatiques (Charaudeau & Maingueneau, 2002).

LA NARRATIVITE

De nombreuses recherches sur l'importance d'intégrer un discours promotionnel, qu'il soit politique ou marketing, à un récit sont courantes dans les pays anglo-saxons depuis de nombreuses années (Bertrand, 2019). Récemment, l'émergence du concept de « storytelling » a ravivé l'intérêt pour la narrativité. Cette notion occupe une place importante dans la théorie générale du langage.

La narrativité est une méthode émanant de la sémiotique greimassienne (Bertrand, 2019). C'est pourquoi, elle repose sur le schéma actantiel de Greimas, un outil narratif qui organise le récit en six forces motrices. Ces forces, nommées actants, comprennent le sujet, l'objet, le destinataire, le destinataire, l'adjuvant et l'opposant, chacun jouant un rôle dans le récit (Bertrand, 2019). De cette manière, la narrativité analyse la

structure des récits en examinant les actions des personnages, leurs motivations et les conséquences de leurs comportements.

L'ARGUMENTATION ET LA RHETORIQUE

L'argumentation est au centre de la discipline théorique de la rhétorique, définie par les penseurs de l'Antiquité (Charaudeau & Maingueneau, 2002). Selon Charaudeau et Maingueneau (2002), cette rhétorique est vue comme un moyen de persuader, convaincre un auditoire. Par le biais d'un discours argumentatif, l'orateur cherche « à intervenir sur les opinions, attitudes ou comportements d'un interlocuteur ou d'un auditoire en rendant crédible ou acceptable un énoncé » (Adam, cité dans Seignour, 2011). L'argumentation se définit alors comme l'acte de présenter un point de vue ou une position sur un sujet à travers une succession cohérente d'énoncés, voire même à travers un seul énoncé ou un seul mot (Charaudeau & Maingueneau, 2002). Son objectif principal est d'influencer l'auditoire (Seignour, 2011), et la rhétorique agit comme un instrument de conviction visant à rendre le discours efficace (Charaudeau & Maingueneau, 2002). Une argumentation dépourvue de rhétorique formerait un discours décontextualisé, rendant l'analyse du discours impossible, car l'argumentation est toujours située et influencée par les intérêts, passions et valeurs des individus (Charaudeau & Maingueneau, 2002).

Un discours argumentatif complet se structure en cinq composantes fonctionnelles : la conclusion, l'argument, les sous-arguments, la reformulation et le résumé. Dans ce discours, l'argumentation se manifeste à travers une séquence coordonnée « argument-conclusion », où plusieurs arguments peuvent soutenir une même conclusion (Charaudeau & Maingueneau, 2002).

Par ailleurs, selon Boissinot (cité dans Seignour, 2011), les discours argumentatifs peuvent être de trois natures différentes. Tout d'abord, les textes démonstratifs visent à démontrer des arguments grâce à des connecteurs logiques et des procédés de raisonnement tels que l'induction, la déduction et l'analogie. Ensuite, les textes expositifs présentent une thèse de manière informative, en masquant les instances d'énonciation et les

procédés de raisonnement. Enfin, les textes dialogiques sont construits sous la forme d'un dialogue entre différentes parties, permettant ainsi la confrontation et le débat d'idées.

L'INTERDISCOURS ET L'INTERTEXTE

Le discours ne prend sens qu'au sein d'un vaste interdiscours, dont il ne peut être isolé (Charaudeau & Maingueneau, 2002, 2021). L'interdiscours fait référence à l'ensemble des formations discursives qui coexistent et interagissent au sein de la société, formant un espace où les objets et les relations entre ces objets se construisent, avant d'être intégrés dans le discours (Charaudeau & Maingueneau, 2002). Pour interpréter ce discours, il faut le mettre en relation, de manière consciente ou non, avec toutes sortes d'autres sur lesquels il s'appuie de multiples manières, telles que des discours antérieurs du même genre, des discours contemporains d'autres genres, les discours concurrents, les énoncés qui circulent dans les médias, etc. (Maingueneau, 2021). Ainsi, l'interprétation d'un énoncé implique l'appel à d'autres formes de discours. C'est dans ce cadre qu'apparaît le phénomène d'intertextualité. L'intertextualité est une variante de l'inter-discursivité mais se concentre spécifiquement sur la manière dont les textes font référence à d'autres textes. Comme l'a exprimé Barthes (cité dans Charaudeau & Maingueneau, 2002), « tout texte est un intertexte », ce qui signifie qu'il contient en lui-même des références à d'autres textes, que ce soit par citation directe ou allusion par exemple. L'étude intertextuelle permet, entre autres, de comparer les différents textes pour identifier les incohérences (Catellani, 2016).

CHAPITRE 4 : LES CRISES HUMANITAIRES

La situation humanitaire d'urgence émerge lors d'une crise d'origine naturelle ou humaine, nécessitant alors l'intervention de parties prenantes telles que les Etats, les ONG, les organismes de l'ONU et l'OCHA (Humanitaire, 2013). Dans ce contexte, la communication est déployée pour informer le public, légitimer les actions entreprises et solliciter la sympathie de la communauté internationale. Ces acteurs collaborent généralement et élaborent une stratégie d'action commune, appelée « Plan commun d'action humanitaire », pour répartir les responsabilités et éviter les chevauchements, favorisant ainsi une gestion efficace de la crise (Humanitaire, 2013). Les stratégies de réponse de l'organisation aux crises pourraient impacter la perception du public quant à sa réputation, ainsi que l'intention déclarée du public de s'engager avec elle. Cela se produit lorsque l'ONG déçoit le public, entraînant ainsi une baisse de confiance de sa part (Ferguson, 2018).

Au cours des dernières années, le nombre de catastrophes liées aux conditions météorologiques a augmenté (Humanitaire, 2013). D'après la Fédération Internationale des Sociétés de la Croix Rouge et du Croissant Rouge (cité dans Michel & Bidan, 2018), une catastrophe naturelle se définit comme « un événement soudain et désastreux qui perturbe gravement le fonctionnement d'une communauté ou d'une société et qui cause des pertes humaines, matérielles, économiques ou environnementales dépassant les capacités de la société ou de la communauté à faire face, à l'aide de ses propres ressources ». Ces catastrophes englobent divers phénomènes tels que les ouragans, cyclones, typhons, sécheresses, tremblements de terre, inondations et les éruptions volcaniques, pouvant déclencher des épidémies ou des famines (Humanitaire, 2013).

Face à l'urgence d'une crise, les secours déployés par les organisations d'aide humanitaire sont particulièrement vitaux. Ces dernières doivent agir avec rapidité et efficacité pour assister les victimes de ces catastrophes, qui peuvent entraîner des conséquences graves telles qu'un manque de nourriture et d'eau potable, l'absence de soins médicaux, un

environnement insalubre, un manque d'infrastructures, ainsi que la nécessité de retrouver des survivants (Humanitaire, 2013).

⇒ ***Les conditions de médiatisation des crises humanitaires***

Le Coconnier et Pommier (2017, paragr. 1) citent Rony Brauman et René Backman qui identifient « quatre conditions nécessaires mais non suffisantes pour élever un drame circonscrit au rang d'événement international ». La première condition exige une utilisation quotidienne du « robinet à images » pour produire un effet cumulatif, privilégiant les images sur les mots. La deuxième condition est « la non-concurrence », elle stipule qu'il ne peut y avoir simultanément deux crises traitées en même temps. La troisième condition est « la médiation », elle souligne la nécessité d'un lien, tel qu'une personnalité, pour authentifier la victime et canaliser l'émotion. Enfin, la quatrième condition, « l'innocence de la victime », exige que la victime soit spontanément acceptable.

PARTIE 2 : OBJET D'ÉTUDE

Avant de débiter notre étude qualitative, il nous a paru primordial de définir avec précision notre problématique, d'établir nos hypothèses de recherche, et de réaliser une contextualisation approfondie de l'organisation Médecins Sans Frontières et de sa communication numérique, ainsi que de la catastrophe sélectionnée. Dans un second temps, nous avons exposé notre méthodologie de travail et constitué notre corpus de documents numériques nécessaire à notre analyse.

PROBLEMATIQUE

De nos jours, les organisations humanitaires constituées et financièrement consolidées jouissent d'une certaine notoriété auprès du grand public, ce qui leur permet d'attirer à la fois un personnel médical motivé et des donateurs prêts à financer leurs activités (Juhem, 2001). Ces ONG jouent un rôle dans la diffusion de situations de détresse en employant largement les médias pour réaliser un travail d'information, de témoignage et de sensibilisation de l'opinion public (Dacheux, 1998). Nous pouvons mesurer le succès de l'humanitaire par l'accroissement des flux financiers qu'elle mobilise, mais cela soulève des interrogations quant à la nature et aux caractéristiques du discours utilisé par ces organisations, en particulier dans le contexte numérique actuel. En effet, avec l'essor des médias audiovisuels, l'attention des analystes du discours s'est davantage portée sur les corpus numériques (Bonnafeous & Krieg-Planque, 2014). Dès lors, nous avons choisi de nous pencher sur une ONG spécifique, Médecins Sans Frontières Belgique, qui dispose d'un budget de communication considérable et qui maîtrise entièrement sa politique de communication (Dacheux, 1998).

Notre approche consistera à observer directement les discours produits par l'organisation, autour de notre problématique : « *Comment pourraient se manifester les disparités discursives au sein du discours numérique de Médecins Sans Frontières Belgique entre ses objectifs*

d'information et de collecte de fonds ? Une étude de cas portant sur les réponses humanitaires aux tremblements de terre en Turquie et en Syrie. »

HYPOTHESES DE RECHERCHE

Afin de circonscrire notre objet d'étude, nous avons formulé des hypothèses de recherche portant sur divers aspects de la stratégie de communication de Médecins Sans Frontières Belgique concernant son intervention suite aux tremblements de terre survenus en Turquie et en Syrie. Ces hypothèses, sous forme d'affirmations provisoires, serviront de lignes directrices à notre recherche et à notre analyse, dans le but de se voir confirmer ou infirmer.

Hypothèse 1 : *Lorsqu'il s'agit de collecter des fonds, Médecins Sans Frontières Belgique emploie un langage plus émotionnel et évocateur afin de susciter l'empathie et d'inciter le lecteur à faire un don. Le langage employé par MSF est plus factuel et pragmatique lorsqu'il s'agit d'informer.*

A travers cette première hypothèse, nous postulons qu'il existe une distinction nette dans l'utilisation du langage par MSF en fonction de ses objectifs, qu'elle cherche à accroître les contributions financières des donateurs ou à renforcer la transparence de ses actions. Ainsi, nous explorerons la stratégie de communication de MSF et analyserons comment elle adapte son discours selon ses objectifs spécifiques.

Hypothèse 2 : *Afin d'attirer les donateurs, Médecins Sans Frontières Belgique privilégierait l'utilisation de termes plus accessibles et simplifiés, soit un ton plus engageant, en contraste avec un ton plus objectif et formel employé dans ses messages à objectif informatif.*

Cette hypothèse suggère que MSF ajuste le style et le ton de ses messages en fonction du public cible et de l'objectif spécifique de chaque discours. Elle met en lumière une distinction dans l'approche de MSF entre sa communication visant à solliciter des dons et celle destinée à informer de manière objective le grand public.

Hypothèse 3 : *Les messages d'appel aux dons sont structurés de manière à capter immédiatement l'attention du lecteur, en faisant davantage usage aux témoignages et aux récits personnels. A la différence des messages à objectif informatif qui adoptent une structure plus formelle.*

Nous postulons que MSF adopte des approches distinctes dans la structuration de ses messages en fonction de ses objectifs de communication. L'analyse de la mise en forme, de la présentation visuelle et de l'habillage de ces messages est importante pour identifier les variations dans l'adaptation des communications par l'organisation.

Hypothèse 4 : *A mesure que l'on s'éloigne temporellement de la situation d'urgence, les priorités de communication de Médecins Sans Frontières Belgique évoluent, passant de messages centrés sur l'urgence immédiate à une diversification des contenus.*

Cette hypothèse se concentre sur la dimension temporelle de l'événement et de la communication de MSF à son sujet. Nous voulons démontrer comment les discours évoluent au fil du temps, se diversifiant progressivement pour en distinguer une évolution des contenus. Nous estimons que les communications de l'ONG présentent des similitudes en début de crise, mais que celles-ci se nuancent au fil du temps pour inclure des thématiques plus diversifiées.

Hypothèse 5 : *Lorsqu'il s'agit d'informer, les messages transmis sont généralisés sur les divers aspects des actions humanitaires de Médecins Sans Frontières Belgique, à la différence des messages d'appels aux dons qui utilisent systématiquement un champ lexical lié à l'urgence d'agir.*

Notre dernière hypothèse porte sur la nature des discours de MSF, en se concentrant sur les idées, le lexique et les éléments spécifiques transmis par leurs textes. Il s'agit de souligner les termes récurrents et centraux utilisés dans ces discours en fonction de leurs objectifs. Dans le cadre des appels aux dons, nous chercherons à analyser le contexte dans lequel ces termes et expressions sont employés pour inciter à l'action immédiate.

CONTEXTUALISATION

Afin de situer notre travail, il est essentiel de fournir une brève description de l'organisation, de sa communication et de la crise retenue.

⇒ ***Médecins Sans Frontières***¹

Médecins Sans Frontières (MSF) a été fondé à Paris en 1971, à la suite d'une indignation des médecins et des journalistes face à la situation de guerre vécue par la population du Biafra, au Nigéria. De nos jours, le mouvement international MSF compte 26 associations indépendantes à travers le monde (selon le site web de MSF²). Six Centres Opérationnels (CO) sont rattachés à ses associations MSF, qui ont pour mission de coordonner les actions de l'ONG sur le terrain et de déterminer quand, où et quels soins médicaux seront dispensés. Ces associations sont implantées à Amsterdam (OCA), Barcelone/Athènes (OCBA), Genève (OCG), Paris (OCP), Bruxelles (OCB) et Afrique de l'Ouest et Centrale. La section MSF Belgique, fondée en 1998 (Binet & Saulnier, s.d.), détient ses propres bureaux, chargés de recruter du personnel, de collecter des fonds et de sensibiliser aux crises humanitaires. Par ailleurs, selon les chiffres de 2022, elle compterait 130 projets dans 45 pays du monde³.

En tant qu'organisation humanitaire médicale internationale, MSF a pour mission de dispenser des soins médicaux d'urgence, gratuits et de la plus haute qualité possible aux individus affectés par les conflits armés, les catastrophes naturelles, les épidémies, etc. dans plus de septante pays. L'ONG cherche constamment à agir dans l'intérêt de ses patients, tout en préservant leurs besoins, leur dignité et les principes déontologiques de la profession, sans faire de distinction de race, de religion et d'opinions politiques. Lorsque la seule aide médicale ne suffit pas, elle apporte une assistance matérielle et sanitaire aux populations, par le biais d'abris, d'eau potable, de nourriture ou d'installations d'urgence.

¹ L'ensemble des informations contenues dans ce point (sauf exceptions) proviennent du site internet officiel de Médecins Sans Frontières Belgique : <https://www.msf-azg.be/fr>

² <https://www.msf.org/how-we-are-run>

³ <https://www.msf-azg.be/fr/job/travailler-avec-msf>

Médecins Sans Frontières se distingue des autres organisations d'aide par le fait qu'elle décline l'aide humanitaire en assistance et témoignage. En effet, elle concilie l'action d'urgence avec sa volonté de témoigner publiquement des souffrances et des violations du droit humanitaire dont ses équipes sont témoins sur le terrain. L'ONG incarne le principe du « sans frontiérisme », soulignant le droit de chaque individu à recevoir une aide humanitaire, ce qui lui confère une position de leader dans le domaine (Lopes, 2004).

Par ailleurs, l'ONG adopte une position de retrait par rapport au concept de « droit d'ingérence », ce qui, comme l'indique également Lopes (2004), se traduit par la volonté de l'organisation de s'abstenir d'intervenir dans les affaires intérieures des Etats. Cette approche fut maintenue par les anciens présidents de Médecins Sans Frontières, Rony Brauman (1982 à 1994) et Philippe Biberson (1994 à 2000), qui ont rejeté l'idée de se présenter comme symbole de ce « droit d'ingérence ». Ainsi, l'organisation s'appuie sur ses valeurs d'impartialité, de neutralité et d'indépendance de toute règle politique, économique, militaire ou religieuse afin d'opérer ses propres choix. Son financement, issu à 97,1% de dons privés, lui confère ainsi une marge de manœuvre significative par rapport aux acteurs étatiques. De par ces donations, l'ONG peut financer sa mission sociale, sa collecte de fonds et ses dépenses administratives.

⇒ ***La communication numérique de Médecins Sans Frontières Belgique⁴***

Médecins Sans Frontières Belgique emploie plus de 10.000 collaborateurs à travers le monde, exerçant des métiers très variés, tant médicaux et paramédicaux que non médicaux⁵. Parmi ces derniers, se trouvent des professionnels de la communication réparti en cinq équipes⁶, travaillant soit au siège de MSF, soit directement sur le terrain. Elles

⁴ Une grande partie des informations contenues dans ce point proviennent de l'entretien réalisé avec Madame Christel Magnée, inbound marketing strategist chez Médecins Sans Frontières Belgique

⁵ <https://www.msf-azg.be/fr/job/travailler-avec-msf>

⁶ Voir l'organigramme en annexe 2

incluent l'équipe des relations presse où les press officers informent les journalistes des urgences sur lesquelles MSF intervient. On retrouve l'équipe acquisition qui se concentre sur l'acquisition de donateurs et de leads par le biais, par exemple, de campagnes publicitaires. En son sein, se trouve des individus spécialisés dans les réseaux sociaux, le SEO, le site internet, les événements, les jeunes audiences ou dans d'autres domaines. Ensuite, il y a l'équipe fidélisation qui développe des stratégies de fidélisation des donateurs et de conversion des leads en donateurs, tant au niveau digital (e-mails) qu'en format papier (mailings papier). On retrouve également l'équipe qui gère les partenariats avec les grands donateurs, les legs et les entreprises souhaitant, par exemple, faire un don à MSF ou s'impliquer dans leurs projets. Enfin, il y a l'équipe Face-to-Face et Door-to-Door qui se consacre à recruter des donateurs dans les rues.

C'est au sein de l'équipe acquisition que se trouvent les professionnels responsables de la création de contenu que nous analysons dans ce travail. Une première personne rédige les articles disponibles sur le site internet, tandis qu'une autre se consacre plutôt au contenu sur Facebook et Instagram. En revanche, les messages publiés sur Twitter sont pris en charge par les press officers, visant principalement un public de journalistes.

SA COMMUNICATION NUMÉRIQUE

Médecins Sans Frontières Belgique dispose d'une variété de canaux de communication pour atteindre son audience belge, bénéficiant également d'une couverture médiatique significative. En matière de communication numérique, cela inclut leur site internet, leurs comptes sur les réseaux sociaux Facebook, Instagram, X, LinkedIn et TikTok, une communication par mailing via des newsletters, la publication de rapports annuels, la diffusion de communiqués de presse, une communication par téléphone, une communication Door-to-Door, la production de films et de campagnes de sensibilisation en ligne, à la télévision, à la radio et dans la presse écrite.

Concentrons-nous sur la communication de MSF sur son site internet. Sur ce site, l'ONG publie régulièrement des articles variés sur divers sujets, avec différents objectifs et destinés à divers publics belges, lui permettant de se mettre à jour sur les activités médicales d'urgence de l'organisation. En moyenne, MSF publie 7 articles par mois (moyenne des mois de janvier à juin 2024). Christel Magnée nous a expliqué que leur site internet attire un public en quête d'informations spécifiques, ce qui confère au contenu un objectif principalement informatif. Bien que le site réalise également des appels aux dons, ceux-ci peuvent également être effectués via des pages externes, comme des landing pages. Elle nous affirme que le contenu destiné aux appels aux dons présente un ton et une structure de page distincts, visant spécifiquement à convertir les visiteurs.

En ce qui concerne les réseaux sociaux de Médecins Sans Frontières, on a observé une moyenne mensuelle de 10 publications sur Facebook, 11 sur Instagram, et 16 tweets (hors retweets) sur Twitter (moyenne des mois de janvier à juin 2024). Chaque post sur ces plateformes n'a pas le même objectif, certains chercheront à informer, tandis que d'autre auront plutôt l'objectif d'engager les audiences. En premier lieu, les interventions de l'ONG sur le terrain, leurs effets bénéfiques et les témoignages de membres du personnel sont les contenus qui ont reçu le plus d'interactions (plus de 500 j'aime) sur le média social Facebook. Ensuite, ce sont le vécu et les observations des équipes de MSF sur place qui ont reçu le plus d'interactions (plus de 300 j'aime) sur le média social Instagram. Des photos et vidéos y sont associées. En dernier lieu, le taux d'interactions est très faible sur Twitter (moins de 10 par tweet).

En 2022, l'OCB Bruxelles avait alloué un budget de 6,9 millions d'euros dans la collecte de fonds, permettant de lever 49,7 millions d'euros sur l'année⁷.

7

[https://www.msf-azg.be/sites/default/files/imce/Rapport%20Annuel/2022%20Financier%20statements%20MSF%20Belgium%20\(004\).pdf](https://www.msf-azg.be/sites/default/files/imce/Rapport%20Annuel/2022%20Financier%20statements%20MSF%20Belgium%20(004).pdf)

⇒ *Les tremblements de terre en Turquie et en Syrie*

Une intervention de Médecins Sans Frontières Belgique a été mise en place dans le courant des mois de février, mars et avril 2023, à la suite des tremblements de terre qui ont touché la Turquie et la Syrie. Le 6 février 2023, le Nord-Ouest de la Syrie et le Sud-Est de la Turquie ont été frappé par deux séismes de très forte magnitude, entraînant près de 55.000 décès. Alors qu'au moins 173.000 bâtiments ont subi de graves dommages voire été totalement détruits. Ces tremblements de terre sont l'une des catastrophes naturelles les plus meurtrières du XXI^e siècle (Lahmar, 2023). En raison des températures très froides, des maisons détruites et de la situation délicate vécue par la Syrie suite aux années de guerre, le système médical et de soins de santé a été fragilisé. Les victimes de cette catastrophe sismique nécessitaient donc des soins médicaux, de la nourriture et des abris. Pour ces raisons, l'aide humanitaire était primordiale. Vu l'urgence de la situation, MSF a alerté la population mondiale afin de la sensibiliser et de l'informer pour obtenir un maximum de dons. Rapidement, les membres locaux de l'ONG présent dans le nord de la Syrie sont intervenus. Ils ont recherché les sinistrés, leur ont prodigué les premiers soins et ont rétabli les moyens de communication et les voies d'approvisionnement. Toutes ces actions ont permis aux secours extérieurs d'urgence d'agir. Ils ont installé des unités médicales, distribué des biens de première nécessité et construit des abris (MSF, 2023).

Nous avons choisi ce sujet pour plusieurs raisons. La première est l'attention internationale qu'il a suscité, notamment chez Médecins Sans Frontières qui lui a consacré une part importante de ses contenus sur ses plateformes. Cela nous offre un large panel de discours pour notre analyse. Deuxièmement, il s'agit d'un événement majeur qui, bien que passé, a eu lieu récemment, nous permettant d'obtenir une vue d'ensemble complète de la réponse humanitaire de MSF. Cet événement s'est déroulé sur une période définie, commençant le 6 février 2023, ce qui facilite l'analyse puisqu'il n'est plus en cours actuellement. Troisièmement, lors d'une lecture rapide sur les thématiques d'actualité abordées par MSF, nous avons

remarqué, sur son site internet et ses réseaux sociaux, une large communication sur le sujet des tremblements de terre. Cela constitue un potentiel et une richesse discursive intéressants pour analyser l'influence des objectifs d'information et de collecte de fonds sur le discours de Médecins Sans Frontières Belgique.

METHODOLOGIE ET CORPUS

Afin d'analyser les discours de Médecins Sans Frontières Belgique concernant les tremblements de terre survenus en Turquie et en Syrie, nous avons mis en place un cadre méthodologique et un corpus adaptés.

⇒ *L'analyse de contenu*

Après avoir étudié diverses approches possibles, nous avons opté pour la stratégie d'analyse de contenu en trois phases proposée par Laurence Bardin (2013), à savoir la préanalyse, l'exploitation du matériel, et le traitement et l'interprétation des résultats. Selon Bardin (2013), l'analyse de contenu représente « un ensemble d'instruments méthodologiques de plus en plus raffinés et en constante amélioration s'appliquant à des « discours » (contenus et contenant) extrêmement diversifiés » (p. 13). Nous avons choisi d'appliquer son approche à notre analyse des discours dans le but de bénéficier de son cadre méthodologique pour organiser et structurer notre analyse, et pour en révéler les aspects cachés et non apparents. En outre, cette méthode garantit une rigueur scientifique et permet de mettre en évidence des significations profondes qui garantissent des conclusions bien fondées.

La phase de préanalyse consiste, dans un premier temps, à entrer en contact avec tous les éléments de discours émis par Médecins Sans Frontières Belgique à travers tous leurs canaux de communication concernant la catastrophe naturelle survenue en Turquie et en Syrie. Nous avons effectué une « lecture flottante » de ces documents, qui consiste à les parcourir de manière libre pour se familiariser avec leur contenu, en laissant émerger des impressions et des pistes de réflexion (Bardin, 2013). Cette

lecture flottante nous a permis de constituer notre corpus sur base d'une sélection pertinente de documents. Il convient de souligner que la constitution d'un corpus est une étape indispensable pour toute analyse, car il représente une collection de documents qui sert de base à l'analyse et permet de répondre aux questions posées par la problématique (Robert & Bouillaguet, 2007). Pour affiner notre analyse, nous avons suivi le processus de « catégorisation » tel que proposé par Laurence Bardin (2013, p. 150). La catégorisation permet de structurer les éléments du corpus par catégories, facilitant ainsi leur présentation et la réalisation de comparaisons significatives. Nous avons opté pour un critère sémantique de catégorisation, c'est-à-dire une classification par catégories thématiques, afin de rassembler nos énoncés. Cette étape est cruciale car elle permet d'ajuster l'analyse à divers niveaux de détails en introduisant des catégories génériques correspondant à des genres de discours. Comme discuté dans la partie théorique, un genre de discours se construit en fonction du contexte d'utilisation et de ses intentions communicatives spécifiques (Charaudeau & Maingueneau, 2002). Ainsi, nous avons constitué un corpus d'énoncés provenant de Médecins Sans Frontières, organisés autour de deux thèmes principaux : l'intention communicative d'information et celle de collecte de fonds, dans le contexte spécifique des séismes de 2023 en Turquie et en Syrie⁸. Notre problématique se posant dans un même contexte et impliquant une analyse de contenu similaire, il nous a paru judicieux de constituer un corpus unique, plutôt que de diviser les données en deux corpus distincts. Ce corpus sera donc défini comme étant « clos », ce qui implique que son contenu est déterminé et limité à l'avance par des procédures analytiques, constituant un ensemble de données discursives auxquelles nous appliquerons un certain type d'analyses (Bonnaïfous & Krieg-Planque, 2014). Par ailleurs, il est essentiel de préciser que notre corpus se compose exclusivement d'énoncés écrits, qu'il s'agisse de mots, de phrases ou d'ensemble de phrases. Nous n'y avons pas intégré les images, le texte inscrit sur ces images, les vidéos, ni le texte verbal de ces vidéos, car ces éléments ont été conçus avec des objectifs différents de ceux des énoncés

⁸ La grille de catégories détaillant cette structuration est fournie en annexe 3

écrits, et aurait tronquer notre analyse.

Au sein de notre première catégorie thématique générique, à savoir l'intention communicative d'information, nous avons identifié quatre sous-catégories. Dans notre cas, une sous-catégorie va représenter un canal de communication spécifique de l'organisation. Avant de les détailler, il est important de préciser que la constitution d'un corpus, conformément aux principes établis par Bardin (2013), implique le respect de certaines règles méthodologiques : la règle d'exhaustivité (inclure tous les documents pertinents de tous les canaux), la règle de représentativité (assurer un échantillonnage cohérent), la règle d'homogénéité (chaque thème doit être lié à une intention communicative spécifique) et la règle de pertinence (l'ensemble des éléments du corpus doivent provenir des médias de Médecins Sans Frontières Belgique). Pour notre première sous-catégorie, nous avons rassemblé 12 articles ou extraits d'articles du site internet de Médecins Sans Frontières Belgique : 9 articles complets à objectif informatif publiés entre le 6 février et le 18 avril 2023, 2 éléments de discours provenant d'articles ayant des objectifs mixtes, ainsi qu'1 article publié un an plus tard, le 31 janvier 2024. Notre deuxième sous-catégorie comporte 7 publications du compte Instagram de MSF-B : 6 publiées entre le 9 février et le 12 avril 2023, 1 publiée le 6 février 2024, soit un an plus tard. Notre troisième sous-catégorie mobilise 5 posts de leur compte Facebook : 4 publiés entre le 9 février et le 13 avril 2023, 1 publié le 6 février 2024, soit un an plus tard. Enfin, la quatrième sous-catégorie inclut 14 tweets du compte X de MSF-B : 13 tweets publiés entre le 6 et le 20 février 2023, et 1 tweet publié un an plus tard, le 6 février 2024.

Notre deuxième catégorie générique, axée sur le thème de la collecte de fonds, regroupe des énoncés provenant des mêmes canaux de communication que la première catégorie générique afin de faciliter notre travail de comparaison. Cette catégorie se divise en quatre sous-catégories. Pour notre première sous-catégorie, nous avons rassemblé 3 articles ou extraits d'articles du site internet de Médecins Sans Frontières Belgique : 1 article qui vise entièrement à solliciter des dons, 1 élément de discours

provenant d'un article avec des objectifs mixtes (publiés le 6 et le 20 février 2023) et 1 élément de discours provenant d'un article avec des objectifs mixtes publié le 3 janvier 2024, soit un an plus tard. Notre deuxième sous-catégorie comporte 3 publications du compte Instagram de MSF-B, publiées entre le 7 et le 28 février 2023. Notre troisième sous-catégorie mobilise 4 posts de leur compte Facebook, publiées entre le 6 février et le 3 mars 2023. Enfin, la quatrième sous-catégorie n'inclut qu'un unique tweet du compte X de MSF-B publié le 14 février 2023.

Pour l'analyse des contenus précédents, nous nous sommes concentrés sur une période de trois mois (février, mars et avril 2023). La raison est que l'organisation n'a communiqué au sujet de la catastrophe que durant cette période. Nous estimons que trois mois constitue une période suffisante pour permettre de capter un échantillon représentatif des communications de l'organisation relatives à l'événement. Elles incluent toutes les variations et évolutions dans le discours, les aspects et les retombées de l'événement. Nous avons également choisi d'inclure des contenus publiés un an après la catastrophe, car ils présentent des éléments participant à la communication pour la collecte de fonds et pour l'information. L'analyse de ces contenus va permettre d'identifier les changements dans les messages ainsi que les stratégies de communication à long terme adoptées par l'organisation.

La règle d'exhaustivité de Bardin (2013) impose de recueillir des contenus provenant de chacun des canaux de communication que détient une ONG. Pour notre étude, nous avons collecté tous les articles du site internet de MSF. En revanche, nous n'avons pris aucun communiqué de presse vu qu'ils leurs sont identiques. Nous n'avons pas retenu de contenu provenant du compte LinkedIn de MSF Belgique car, étant axé sur des objectifs de recrutement, il n'est pas pertinent. Enfin, les newsletters, probablement publiées en février, mars et avril 2023, ne sont actuellement plus disponibles, nous n'avons donc pas pu les intégrer à notre analyse.

La deuxième mission de la préanalyse consiste à formuler nos hypothèses et objectifs de travail. Les cinq hypothèses que nous avons

établies, mentionnées précédemment, ont été développées à la suite de notre lecture flottante et lors de la constitution de notre corpus. Il n'existe pas à priori de bons corpus, mais plutôt des corpus valides et pertinents en fonction de leur cohérence avec les hypothèses et de leur capacité à répondre aux questions spécifiques de la recherche (Bonnaïfous & Krieg-Planque, 2014). Notre objectif principal, quant à lui, est d'analyser les variations dans les messages du discours numérique de Médecins Sans Frontières Belgique, en mettant en évidence les différences entre les objectifs d'information et de collecte de fonds.

La préanalyse a pour dernière mission l'élaboration d'indicateurs qui serviront de base à notre analyse, représentés par notre grille d'analyse⁹. Cette grille, construite à partir de nos recherches scientifiques, guide notre étude qualitative à travers cinq thèmes. En premier thème, une analyse narrative permet d'explorer la présence et la forme du storytelling, ainsi que la construction du discours selon le schéma actantiel de Greimas. Notre deuxième thème étudie la linguistique textuelle des composants du corpus. Il se focalise sur les catégories fonctionnelles des mots (les noms, les verbes, les adjectifs, les opérateurs), sur la structure linguistique (le choix du vocabulaire, les répétitions de mots, les éléments marquants, la grammaire, la syntaxe, les corrélations) et sur les formes d'écriture (les majuscules, les capitales). L'analyse de la mise en page, et principalement la structure visuelle, sera abordée dans le troisième thème. Notre quatrième thème se penche sur les dimensions rhétorique et argumentative spécifiques à notre analyse textuelle, en étudiant les techniques de persuasion et le ton des messages. Enfin, nous proposons d'analyser l'évolution chronologique du discours dans le cinquième thème, en le comparant selon ses objectifs de communication.

⁹ La grille d'analyse détaillée est fournie en annexe 4

⇒ *Les limites à la création du corpus*

Nous avons identifié plusieurs limites dans la construction de notre corpus. Tout d'abord, comme nous n'avons pas inclus les communiqués de presse, les newsletters et les campagnes sur les médias traditionnels, celui-ci n'est pas représentatif de l'ensemble des communications de MSF sur le sujet. Ensuite, Facebook et Instagram nous proposent des stories, il s'agit de contenus disponibles uniquement pendant 24 heures. Etant donné que les activités de MSF concernant les séismes ont eu lieu en 2023, nous n'avons pas pu accéder à ces contenus éphémères. Enfin, il est possible que certains contenus manquent ou aient été archivés, ce qui restreint la complétude du corpus.

En conclusion, grâce à notre contextualisation, nous avons situé notre analyse sur l'organisation Médecins Sans Frontières Belgique, et plus particulièrement sur ses divers canaux de communication numérique. En mettant l'accent sur leur réponse aux tremblements de terre en Turquie et en Syrie de 2023, nous avons développé une méthodologie fondée sur la stratégie d'analyse de contenu de Bardin, structurant ainsi notre corpus d'énoncés autour d'une unité d'analyse à la fois publicitaire, thématique et plurigénérique.

PARTIE 3 : ANALYSE DE DISCOURS

Notre objet d'étude ayant été posé, nous pouvons désormais nous concentrer sur notre analyse qualitative visant à répondre à notre problématique. Cette partie présente nos résultats obtenus en trois phases. Tout d'abord, nous exposons quelques observations générales sur le contenu diffusé par Médecins Sans Frontières Belgique, en lien avec ses objectifs d'information et d'appel aux dons. Ensuite, conformément à la deuxième étape de l'analyse de contenu proposé par Bardin (2013, p. 132) qui implique l'exploitation du matériel, nous avons systématiquement appliqué les différentes procédures d'analyse préalablement définies sur les données structurées de notre corpus. Cette étape, réalisée manuellement et disponible en annexe, a été longue et fastidieuse¹⁰. Dans cette deuxième phase, nous présentons de manière comparative les résultats de nos analyses, structurés autour de plusieurs axes : la narrativité, la linguistique textuelle, la mise en page, les procédés argumentatifs et rhétoriques ainsi que l'évolution chronologie du discours. Enfin, nous clôturons notre analyse par une conclusion des stratégies étudiées, correspondant à la troisième étape de l'analyse de contenu proposé par Bardin, qui consiste au traitement et à l'interprétation des résultats (Bardin, 2013, p. 132). Cette partie du processus vise à interpréter nos données afin d'en tirer des conclusions et de répondre à notre problématique.

CONSTATATIONS GENERALES

Avant d'explorer en détails les discours de Médecins Sans Frontières Belgique concernant les séismes survenus en Turquie et en Syrie, nous avons réalisé quelques observations générales sur les contenus publiés par l'organisation.

Dans un premier temps, nous nous sommes attardés sur la répartition des contenus publiés sur leur site internet, Instagram, Facebook et Twitter.

¹⁰ L'analyse détaillée des contenus est fournie en annexe 5

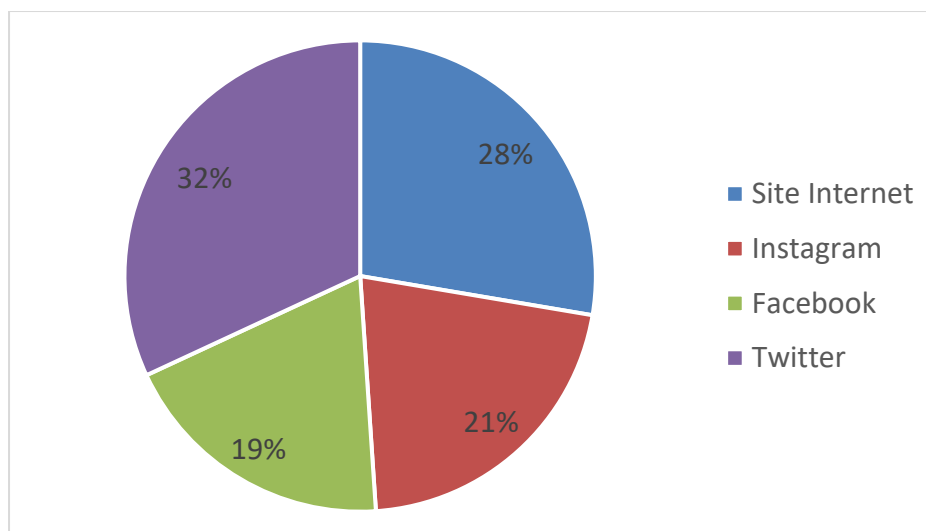


Fig. 1 - Répartition des contenus sur les quatre plateformes

Nous pouvons constater que Twitter est la plateforme la plus utilisée par MSF, représentant près d'un tiers des contenus publiés sur le thème des séismes (15 tweets). Cette prédominance pourrait s'expliquer par la nature de Twitter, qui offre une communication immédiate et réactive, essentielle pour des sujets urgents tels que les séismes. Les articles publiés sur le site internet belge de MSF suivent de près, constituant un peu plus du quart du total des contenus (13 articles). Cela souligne l'importance de ce canal pour l'organisation. Une autre plateforme clé pour l'ONG est Instagram (10 publications), offrant un espace pour des contenus plus visuels. Facebook arrive en dernière position du classement (9 posts), ce qui indique une utilisation légèrement inférieure de cette plateforme par rapport aux autres. Cette répartition illustre la manière dont Médecins Sans Frontières utilise une gamme diversifiée de plateformes numériques pour communiquer sur les séismes qui ont touché la Turquie et la Syrie en 2023.

Nous étudions deux objectifs spécifiques mis en avant à travers ces publications et articles au sein de notre étude : l'information et la collecte de fonds. Nos graphiques révèlent que MSF privilégie l'information dans ses publications sur l'ensemble des plateformes qu'elle utilise. En effet, 75% des articles publiés ont pour objectif de fournir des informations, cette proportion atteignant 80% pour les posts Instagram et 87% pour les posts Twitter. Sur Facebook, en revanche, cette proportion tend à s'équilibrer.

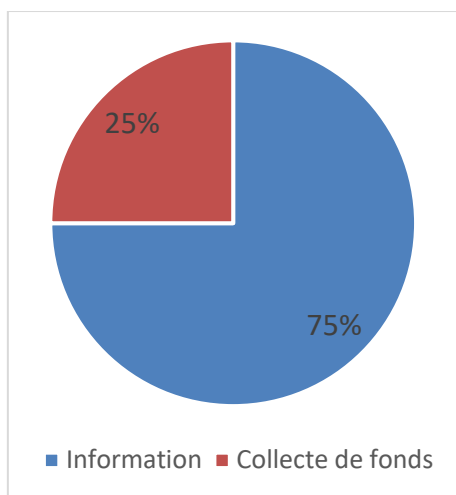


Fig. 2 - Répartition des **articles** par objectif

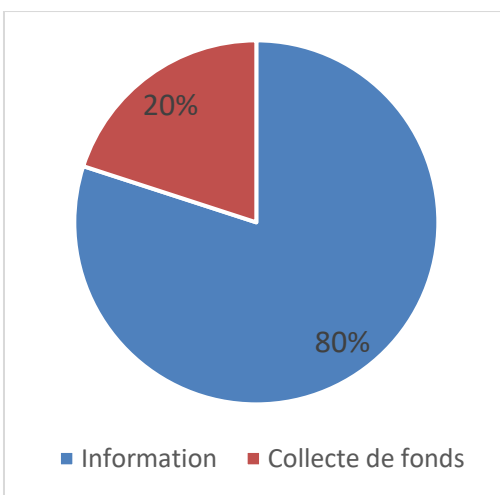


Fig. 3 - Répartition des posts **Instagram** par objectif

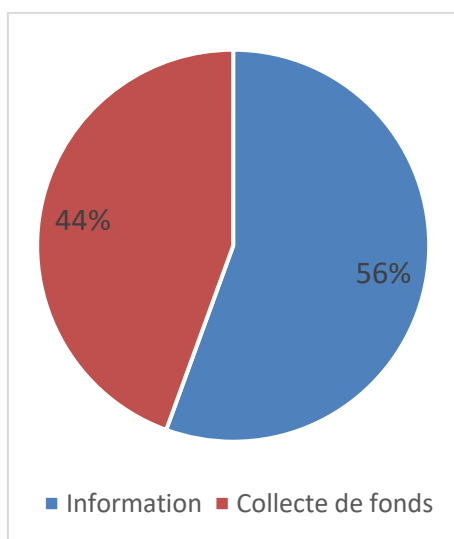


Fig. 4 - Répartition des posts **Facebook** par objectif

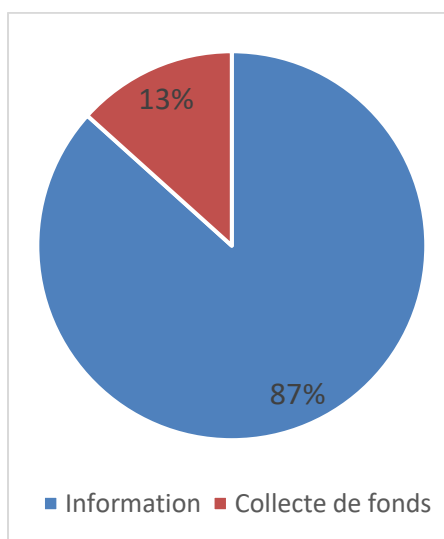


Fig. 5 - Répartition des posts **Twitter** par objectif

La collecte de fonds est moins mise en avant dans les contenus publiés par Médecins Sans Frontières, bien qu'elle demeure un objectif important, ce qui se remarque particulièrement sur Facebook. En effet, 4 publications sur 9 sont consacrées à solliciter des contributions financières sur ce réseau, contre une proportion inférieure à un quart sur les autres plateformes étudiées.

EXPLORATION DES DISPARITES DISCURSIVES AU SEIN DES COMMUNICATIONS DE MSF-B

Suite à notre analyse des 12 articles du site internet, des 10 publications Instagram, des 9 posts Facebook et des 15 tweets produits par l'équipe belge de Médecins Sans Frontières au sujet des tremblements de terre survenus en Turquie et en Syrie en février 2023, nous avons relevé certaines similitudes et différences dans leur production.

⇒ *La narrativité*

LE TYPE DE DISCOURS

La manière dont le discours est utilisé varie selon que son objectif est d'informer le public ou de solliciter des dons. Dans le cadre d'un contenu informatif, nous avons relevé un type de discours généralement descriptif et explicatif. Ceci s'explique par le fait que MSF a cherché à décrire de manière claire et concise les événements, ses conséquences sur les victimes, leurs besoins et les points d'attention pour le futur, ainsi que d'expliquer les actions et activités de l'ONG sur le terrain. Elle justifie également les raisons de ses interventions et l'utilisation des dons, se rendant ainsi transparente envers son public. Par exemple, dans le premier article que nous avons analysé, MSF décrit la situation en Syrie (« des milliers de maisons et de bâtiments ont été détruits, laissant de nombreuses personnes sans abri. »¹¹) et en Turquie, les impacts des séismes et les activités de MSF, et explique son plan d'urgence ainsi que les besoins des victimes. L'exemple suivant « Nous avons distribué de la nourriture et des couvertures dans le gouvernorat d'Alep à plus de 500 familles dans des abris à Afrin »¹² donne des informations sur le lieu et les actions concrètes entreprises par MSF. On retrouve également un discours narratif au sein des contenus analysés. Ce type de discours met en avant des personnages (les victimes ou experts humanitaires) et des histoires (les événements passés) à travers des témoignages, illustrant les informations décrites et expliquées.

¹¹ Extrait provenant de l'article 1 du site internet, catégorie 1

¹² Extrait provenant de l'article 2 du site internet, catégorie 1

Lorsque MSF cherche à obtenir des dons, le discours est davantage argumentatif. Un discours argumentatif permet, grâce à divers éléments rhétoriques, de convaincre le lecteur de faire un don. Nous étudierons ces éléments dans le point des procédés argumentatifs et rhétoriques. Ce type de discours met en avant des arguments pour obtenir des contributions financières. L'exemple suivant « Faire un don à MSF, c'est aider directement les victimes en accélérant et en intensifiant nos interventions médicales d'urgence. »¹³ montre l'impact direct des dons sur les interventions médicales. MSF cherche à rassurer les donateurs sur l'utilisation de leurs dons, leur permettant de sauver des vies. Cet autre exemple « [...] pour sauver des vies dans des contextes de crises majeures : conflits, crises alimentaires, ou catastrophe naturelle comme dans le cas du tremblement de terre en Syrie. »¹⁴ renforce l'argument de l'importance du don, en illustrant la diversité des crises traitées par le Fonds d'urgence. Le discours d'appel aux dons inclut également des séquences descriptives et explicatives. En effet, pour obtenir des dons, MSF contextualise le sujet en décrivant les séismes et leurs conséquences, ainsi que leurs interventions. Dans l'article d'appel aux dons, l'ONG explique, par exemple, les raisons pour lesquelles elle refuse tous autres types de dons que les contributions financières.

LA CONSTRUCTION DU DISCOURS

En fonction de l'objectif de communication, les structures narratives peuvent varier. L'analyse des rôles des actants, grâce au schéma actantiel de Greimas, nous a permis d'en distinguer les différences. Pour mobiliser des fonds, MSF a tendance à placer le citoyen comme sujet, ayant la quête de faire un don pour soutenir l'aide humanitaire. Le discours situe les victimes des séismes comme destinataires de cette aide humanitaire et l'ONG comme destinataire des contributions financières. En revanche, pour informer, c'est MSF qui devient le sujet du discours. L'organisation a pour objectif de fournir des informations sur ses interventions humanitaires en Syrie et en Turquie aux citoyens, jouant le rôle de destinataire. Les dons peuvent

¹³ Extrait provenant du post Instagram 3, catégorie 2

¹⁴ Extrait provenant des éléments de discours 1, catégorie 2

constituer un adjuvant. Ainsi, nous remarquons que les structures narratives diffèrent selon l'objectif de communication.

LE STORYTELLING

L'intérêt pour la narrativité s'exprime au sein du concept de « storytelling ». Sa présence est relativement minime lorsqu'un contenu a un objectif d'appel aux dons, en revanche, elle est forte lorsque son objectif est informatif. Dans ce dernier cas, le storytelling peut prendre plusieurs formes. Dans les contenus analysés, nous avons retrouvé une présence importante de témoignage et d'une forme de constatation. Des témoignages de membre des équipes MSF (chef de mission MSF, coordinateur de projet MSF et autres experts), d'acteurs de terrain (directeur d'un hôpital, sage-femme) et de membre d'ONG locale soutenue par MSF (psychologue) mettent en évidence les activités, les besoins et la réponse de MSF, l'ampleur et la gravité de la situation, ou l'impact émotionnel des victimes et des membres de l'organisation. Cet exemple « nous avons lancé notre plan d'urgence moins de 3 heures après le premier tremblement de terre et mis notre personnel en alerte »¹⁵ cherche à montrer la rapidité de l'intervention de MSF pour venir en aide aux victimes. Tandis que celui-ci « Nous sommes très choqués et attristés par l'impact de cette catastrophe sur les milliers de personnes touchées, y compris nos collègues et leurs familles »¹⁶ fait ressortir de la compassion, soulignant l'impact émotionnel des séismes sur les témoins et développe la solidarité, ce qui justifie la réponse humanitaire. Ces témoignages produisent une forme de crédibilité envers l'organisation. En effet, leur témoin connaît précisément le sujet et était présent sur le terrain, ce qui renforce l'authenticité des faits. D'autre part, il existe également des témoignages de survivants qui apportent une dimension plus émotionnelle aux faits. Comme dans cet exemple « Nos maisons sont devenues des monstres »¹⁷. Ces histoires personnelles expriment directement la souffrance et les défis rencontrés par les survivants. Cette forme de storytelling est présente dans 43% des contenus

¹⁵ Extrait provenant de l'article 3 du site internet, catégorie 1

¹⁶ Extrait provenant de l'article 1 du site internet, catégorie 1

¹⁷ Extrait provenant de l'article 7 du site internet, catégorie 1

publiés par MSF sur le sujet des tremblements de terre. Outre le témoignage, la constatation est une forme de storytelling bien présente au sein des discours de l'ONG lorsqu'elle cherche à informer. Nous l'avons vu précédemment, pour cette intention communicative, le type de discours est descriptif. Ainsi, MSF constate les événements et leurs impacts de manière neutre et chronologique. Elle suit l'enchaînement des événements dans leur ordre réel, construisant une narration logique.

Dans les communications de MSF, nous avons retrouvé une utilisation de narrations dramatisées pour l'appel aux dons. En effet, nous le verrons dans le point destiné à la linguistique textuelle, certains éléments ont été amplifiés afin de rendre l'histoire plus émotionnelle. Voici un exemple de dramatisation « Le besoin est immense. Le nombre de déplacés augmente de jour en jour. »¹⁸, ce passage intensifie l'urgence de la situation. Il souligne un besoin important d'aide et de produits de première nécessité, suggérant ainsi des dons immédiats. Dans quelques rares cas, 22% des publications de MSF au sujet des séismes, on peut retrouver la présence de témoignages. Cet exemple « En quelques secondes vous perdez votre présent, votre passé et votre futur. Tout s'écroule »¹⁹ montre que la dramatisation est au cœur des discours de MSF lors d'appel aux dons. Dans une grande majorité des cas, le storytelling qui y est utilisé met en avant l'urgence d'agir rapidement pour venir en aide aux victimes.

⇒ ***La linguistique textuelle***

LA STRUCTURE LINGUISTIQUE

Le discours de MSF comprend un vocabulaire spécifique au domaine humanitaire (« plan d'urgence », « clinique mobile », « fonds d'urgence », « dons »), au domaine médical (« traumatisme psychologique », « stress post-traumatique », « troubles de l'alimentation ») et aux phénomènes sismiques (« magnitude », « répliques », « échelle de Richter »). Comme nous l'avons observé dans le point précédent, deux

¹⁸ Extrait provenant de l'article 1 du site internet, catégorie 2

¹⁹ Extrait provenant du post Facebook 2, catégorie 2

contenus avec des objectifs distincts peuvent être d'un même type de discours (descriptif et explicatif). C'est pourquoi nous avons relevé les disparités discursives qui ressortaient entre ces derniers. Lorsque le discours est descriptif ou explicatif, les phrases sont souvent longues. En raison de leur densité d'informations, elles peuvent en devenir complexes. Contrairement au discours argumentatif où les phrases sont plus courtes. Etant moins chargées en détails, elles sont claires et directes, comme nous pouvons le remarquer dans cet exemple qui communique un seul message « Chaque don, quel que soit son montant, peut faire une différence »²⁰.

Par ailleurs, certains mots sont fréquemment répétés. Excepté les mots « MSF », « Syrie », « Turquie » et « tremblement de terre », très présents et qui établissent le contexte dans les textes, les mots « don », « besoin », « aide » et « urgence » dominent les discours argumentatifs. Ceci signifie que ces discours cherchent à mobiliser le lecteur en créant un sentiment d'urgence. En revanche, des mots comme « hôpitaux », « familles », « kits », « blessés » ou « matériel » sont plus fréquents dans les autres types de discours. Ceux-ci ont tendance à être plus objectifs, en rapportant les faits et les actions, ou, dans le cas des textes narratifs, à humaniser la situation.

LES CATEGORIES FONCTIONNELLES DE MOTS

Un discours est constitué de phrases, elles-mêmes constituées de noms, de verbes, d'adjectifs et d'opérateurs. Ce sont ces éléments que nous étudions dans ce point. Premièrement, lors de nos analyses, nous avons relevé la présence de noms factuels dans chaque type de discours, et principalement dans les contenus descriptifs et explicatifs. Un nom factuel est utilisé pour transmettre des faits, des informations précises. Dans le cas de discours spécifique à l'aide humanitaire, nous retrouvons des noms comme « convoi de camions », « tentes », « hôpitaux », « professionnels de la santé mentale », « updates », « opération », etc., des noms de lieux géographiques comme « Turquie », « Syrie », « Afrin », « Hatay », etc., et des noms d'organisations telles que « MSF », « organisations locales »,

²⁰ Extrait provenant de l'article 1 du site internet, catégorie 2

« Maya Vakfi », « Nations unies », etc. Dans les discours argumentatifs, et donc lors d'appels aux contributions financières, nous apercevons des noms factuels comme « fonds d'urgence », « don », « financement », « soutien », mais également une forte présence de termes émotionnels. « Victimes », « personnes sans abri », « détresse », « ravages », « besoins croissants », etc. cherchent à faire ressentir des émotions aux lecteurs. Deuxièmement, nous avons relevé la présence de deux types de verbes. D'une part, des verbes d'action et d'état, comme être, faire, intervenir, réagir, distribuer, témoigner, etc. dominent les contenus descriptifs. D'autre part, des verbes qui incitent à l'action, comme « sauvez des vies aujourd'hui », « découvrez », « soutenez-les, faites un don » dominent les contenus argumentatifs. Ainsi, les discours d'appel aux dons ont tendance à utiliser des impératifs pour encourager le lecteur à adopter un certain comportement. Sur Twitter, l'utilisation des verbes est peu fréquente. Troisièmement, nous avons relevé une utilisation relativement similaire d'adjectifs dans les contenus à objectif informatif et ceux à objectif de collecte de fonds. Les adjectifs utilisés peuvent être forts : « besoins criants », « villes les plus durement impactées », « ville dévastée », « services médicaux essentiels », « l'un des événements les plus choquants » et faibles : « populations vulnérables », « l'aide actuelle », « personnes affectées », « effets moins visibles ». Les adjectifs faibles fournissent des informations supplémentaires aux éléments sans les exagérer, tandis que les adjectifs forts sont utilisés pour accentuer la gravité de la catastrophe. Toutefois, on retrouve une utilisation plus importante d'adjectifs forts dans les types de discours narratifs et argumentatifs, comme nous l'avons constaté dans cet exemple « Nous sommes très choqués et attristés par l'impact de cette catastrophe sur les milliers de personnes touchées ». Enfin, nous avons remarqué que MSF utilise souvent la voix passive dans ces articles. De cette manière, elle met en avant l'action ou le résultat dans les contenus descriptifs, ainsi que l'impact des dons dans les contenus argumentatifs, tout en minimisant l'attention portée sur l'organisation. Voici quelques exemples, « Matériel d'aide distribués : 30232 »²¹, « un tapis isolant : 19€ »²², « les tremblements de terre ont été

²¹ Extrait provenant de l'article 6 du site internet, catégorie 1

dévastateurs »²³. D'autre part, nous avons remarqué l'utilisation de la première personne du pluriel dans les discours d'appels aux dons de MSF (« Continuons de les soutenir, ensemble »²⁴, « Ensemble nous réagissons immédiatement »²⁵). Elle permettrait de créer un sentiment de communauté, et ainsi de mobiliser les lecteurs.

LES FORMES D'ECRITURE

Les contenus produits par MSF présentent une utilisation standard des majuscules et minuscules. Certaines phrases sont écrites en capitales et en caractères gras. Il s'agit de points clés (comme le nombre de tentes et de kits d'hiver distribués en Syrie)²⁶, de sous-titres pour marquer les différentes sections, ou d'éléments de témoignages. Les légendes des photos et des vidéos sont écrites en italique, tandis que les appels à l'action sont écrits en lettres capitales.

Sur Instagram et Facebook, nous avons constaté une forte utilisation d'émojis. Par exemple, celui-ci  est utilisé pour attirer l'attention sur le sujet ou l'objectif de la publication ( Nouvelles du terrain ,  Appel aux dons ,  Tremblement de terre en Turquie et en Syrie ) ,  et  sont utilisés pour renvoyer vers un lien ou pour citer le témoin d'un témoignage,  est utilisé pour citer l'auteur d'une photo. Sur Twitter, son utilisation est nettement moins fréquente et même inexistante dans les publications visant à mobiliser des dons.

Afin d'augmenter la visibilité de ses posts, MSF utilise des hashtags. Sur Instagram, l'ONG en utilise quel que soit son objectif de communication, avec une moyenne de 9# pour les posts informatifs et 12# pour les posts d'appel aux dons. En revanche, sur Facebook et Twitter, elle n'en utilise pas ou très peu, avec un maximum de 3# par post d'appel aux dons. Lorsque l'objectif est informatif, nous comptons en moyenne 6# sur Facebook et 4# sur Twitter.

²² Extrait provenant de l'article 1 du site internet, catégorie 2

²³ Extrait provenant de l'article 7 du site internet, catégorie 1

²⁴ Extrait provenant du post Facebook 4, catégorie 2

²⁵ Extrait provenant du post Facebook 3, catégorie 2

²⁶ Voir article 5 du site internet, catégorie 1

⇒ *La mise en forme*

Une grande partie des articles, qu'ils aient un objectif informatif ou de collecte de dons, se présentent suivant une structure visuelle similaire. Le texte est divisé en courts paragraphes, commencent par une brève introduction qui présente le sujet et ne comportent aucune conclusion. Nous avons remarqué la présence de sous-titres, et donc de sections, dans le corps du texte pour marquer les diverses étapes ou moments clés. De temps en temps, nous pouvons y retrouver des photos ou vidéos, apportant des données visuelles au contenu. Lorsque MSF présente ses actions, elles sont fréquemment énumérées sous forme de puces. Par ailleurs, certaines informations sont mises en avant, comme dans l'article recherchant les dons où un court paragraphe ressort sur fond rouge. 54% des articles informatif et 100% des articles d'appel aux dons présentent des appels à l'action, appelés Call-To-Action (CTA) en anglais. Ces derniers sont visuellement mis en évidence dans les textes grâce à des couleurs qui contrastent, telles que le blanc sur fond rouge. Nous les étudierons plus en détails dans le point des procédés argumentatifs et rhétoriques.

Sur le réseau Instagram, les publications sont relativement courtes, à hauteur d'une à trois phrases lorsque MSF cherche à informer et jusqu'à six phrases lors d'un appel aux dons. Permettant le partage de photos et de vidéos, on y retrouve d'ailleurs plus d'informations que dans leurs légendes. Nous comptons un seul contenu visuel par publication pour les appels aux dons, contre un à sept pour les post informatifs. Les textes informatifs sont en blanc, tandis que ceux qui sollicitent des dons sont majoritairement en rouge. Ces publications sont plus longues sur les deux autres réseaux sociaux, divisées en paragraphes sur Facebook et en en plusieurs tweets sur Twitter. Elles commencent par énoncer l'événement, comme « Séisme #Turquie et #Syrie »²⁷ ou « Tremblement de terre »²⁸, ou par « Appel aux dons »²⁹ lorsque l'objectif change. Sur Facebook, les posts comportent

²⁷ Extrait provenant du post Twitter 4, catégorie 1

²⁸ Extrait provenant du post Facebook 3, catégorie 1

²⁹ Extrait provenant du post Instagram 3, catégorie 2

fréquemment un lien direct qui renvoie vers un article du site internet, ou vers un communiqué de presse pour Twitter. Contrairement à Instagram qui ne propose pas de lien direct. Concernant les posts d'appel aux dons, ils renvoient plutôt vers la page de dons.

Peu importe le support de communication ou l'objectif visé, l'identité corporate visuelle de MSF reste omniprésente. L'utilisation des couleurs rouge et blanc, ainsi que la présence systématique du logo, assure la reconnaissance de la marque.

⇒ *Les procédés argumentatifs et rhétoriques*

LE TON

Lorsque le type de discours est descriptif ou explicatif, le ton y est informatif. Nous l'avons vu dans le point qui évoque la linguistique textuelle, un discours qui cherche à transmettre des faits, des informations précises utilisent un langage principalement objectif et factuel. Lorsque le type de discours est narratif, le ton y est empathique. Comme observé précédemment, ce type de discours contient des phrases chargées en émotions, comme des témoignages de victimes. Ils sont utilisés pour humaniser les actions de l'organisation et touchés le lecteur sur le plan émotionnel. Il est ainsi en mesure de comprendre les souffrances et défis que les victimes rencontrent, ce qui suscite l'empathie. Le discours argumentatif contient, quant à lui, un ton incitatif et un ton urgent. La présence d'arguments, d'appels à l'action et d'un langage direct confirme le ton incitatif de ce type de discours. Il cherche à convaincre le lecteur de soutenir l'effort humanitaire de l'ONG par un don. Par ailleurs, des phrases telles que « Sauvez des vies aujourd'hui » ou « Le besoin est immense »³⁰ mettent en avant l'urgence et l'importance d'agir rapidement.

LES ELEMENTS DE PERSUASION

Les éléments de persuasion ont pour objectif de convaincre le lecteur en intervenant sur son comportement. Nous en avons recensé plusieurs par

³⁰ Extraits provenant de l'article 1 du site internet, catégorie 2

type de discours. Tout d'abord, dans les discours argumentatifs, MSF a réalisé plusieurs appels explicites à l'action, comme « faites un don », « je soutiens les équipes, je fais un don », « inscrivez-vous à notre newsletter »³¹, etc., en renvoyant vers la page de dons ou en fournissant directement le numéro de compte. Dans un article, l'ONG a donné des exemples précis de ce que pourrait représenter un don (« un tapis isolant : 19€ »). De plus, MSF utilise la figure d'autorité comme élément de persuasion. Elle parle de son expertise dans le domaine médical et humanitaire d'urgence, de ses valeurs, de ses succès, de ses sources de financement et de les manières de les utiliser. Cette technique de persuasion lui donne une crédibilité et une autorité. Ainsi, le public lui accorde sa confiance. De plus, MSF intègre des données et analyses à ses discours provenant d'autres organisations, telles que le HCR et les Nations unies. De cette manière, MSF offre des informations plus complètes, fiables et vérifiables à son public sur les événements liés à la catastrophe. La mention de ces autorités reconnues renforce la précision des arguments de l'ONG, et ainsi sa crédibilité. Ensuite, dans les discours narratifs, elle utilise des éléments rhétoriques, de type question directe, pour capter l'attention du lecteur. Elle met également en évidence le témoignage, c'est-à-dire des messages sur les expériences personnelles des membres de l'organisation ou des victimes. Il permet de créer un lien émotionnel avec le lecteur et également de fournir une preuve humaine de la catastrophe et de son impact. Enfin, nous avons remarqué la présence d'une rhétorique du chiffre au sein des divers types de discours analysés. Ces données chiffrées sont utilisées pour renforcer les arguments de l'organisation. Lorsque l'objectif est informatif, les contenus quantifient la catastrophe, l'aide et les actions de MSF. En voici deux exemples, « 36 217 pertes humaines sur l'ensemble des zones touchées »³² et « les structures soutenues par #MSF ont soigné plus de 7 600 blessés »³³. Lorsque l'objectif est incitatif, ces chiffres permettent de visualiser les besoins et de les rendre concrets, comme dans cet exemple

³¹ Extraits provenant de l'article 1 du site internet, catégorie 2

³² Extrait provenant du post Instagram 4, catégorie 1

³³ Extrait provenant du post Twitter 10, catégorie 1

« un set d'amputation : 690€ »³⁴. En revanche, ils sont assez peu utilisés dans les contenus des réseaux sociaux.

⇒ *L'évolution chronologique du discours*

En analysant les discours de MSF, nous avons remarqué qu'ils suivaient une évolution spécifique. Lors des premiers jours qui ont suivi la catastrophe, l'organisation a communiqué sur la situation, ses actions sur le terrain, et a partagé son plan d'urgence. Elle a également débuté ses demandes de contributions au Fonds d'urgence en soulignant leur présence actuelle sur le terrain et en précisant que l'intérêt est d'agir ensemble pour sauver des vies. Une semaine après les séismes, MSF a centré ses discours sur le témoignage. Lorsque son objectif était d'informer, ces témoignages mettaient en avant les victimes ou les acteurs de terrain. Lorsque l'objectif était d'obtenir des dons, ils ont exposé les propos d'experts chez MSF. Début mars 2023, soit un mois après la catastrophe, l'ONG a remercié le public pour son engagement et sa générosité, et a présenté les actions que leurs dons ont permis. Dans ses contenus ciblés à la collecte de fonds, elle a insisté sur le fait que les besoins étaient encore importants. Elle a continué d'appeler à un soutien financier, en insistant sur son expertise reconnue et sa transparence dans l'utilisation des dons. Deux mois après les séismes, les discours de Médecins Sans Frontières Belgique ont montré, à travers des témoignages, que la situation n'était pas encore résolue et que les victimes avaient encore besoin d'aide. En dernier lieu, une année après la crise, le discours est revenu sur la catastrophe et les actions de MSF grâce aux dons du public. Il a dévoilé leur présence continue sur le terrain et des témoignages d'individus sur les bénéfices des actions de MSF, notamment sur la clinique de santé mentale. L'ONG a également demandé au public de contribuer au Fonds d'urgence afin qu'elle puisse réagir immédiatement dans le cas d'une prochaine catastrophe, comme elle l'a fait pour celle-ci.

³⁴ Extrait provenant de l'article 1 du site internet, catégorie 2

CONCLUSION DE NOS ANALYSES

Notre analyse des communications numériques de Médecins Sans Frontières Belgique autour du sujet des tremblements de terre survenus en Turquie et en Syrie en 2023 a révélé la présence de plusieurs disparités au sein de son discours.

Nous estimons que MSF utilise des arguments rationnels pour informer, à travers un discours généralement descriptif et explicatif, ainsi qu'un discours argumentatif de part des éléments persuasifs pour obtenir des contributions financières. Son discours comprend un vocabulaire spécifique au domaine humanitaire, au domaine médical et aux phénomènes sismiques. Lorsque l'objectif est informationnel, le langage y est objectif, factuel et empathique, ne confirmant qu'en partie notre première hypothèse. Nous avons constaté une présence importante de storytelling sous forme de témoignages et de constatations. Des témoignages de victime ou d'acteur de terrain, chargés en émotions, permettent d'humaniser les actions de l'organisation, tandis qu'une constatation neutre et chronologique des événements et de leurs impacts construit une narration logique. Lorsque le discours cherche à convaincre le potentiel donateur de soutenir l'effort humanitaire, le ton y est davantage incitatif et urgent. La présence d'un langage direct et dramatique, d'appels à l'action clairs, d'une figure d'autorité et de témoignages d'expert donne une crédibilité à MSF et intensifie l'urgence de la situation, confirmant notre deuxième et notre cinquième hypothèse. Dans ce cas, le témoignage n'est mis en avant que dans 22% des contenus, ce qui infirme notre troisième hypothèse.

Au fil de la diffusion de ses communications, MSF a centré son discours sur ses objectifs informatif et persuasif, plaçant l'ONG comme sujet du discours lors d'émission d'informations et le citoyen lui-même lors de mobilisation de fonds. Seulement, un mois après les séismes, elle a considérablement diminué ses appels aux dons pour focaliser son attention sur ses actions, confirmant ainsi notre quatrième hypothèse.

CONCLUSION

À travers cette recherche, nous avons cherché à exposer les similitudes et différences significatives entre l'objectif informationnel et l'objectif de collecte de fonds, dans la construction du discours numérique de Médecins Sans Frontières Belgique en réponse aux tremblements de terre en Turquie et en Syrie.

Avant d'effectuer notre analyse des discours, nous avons réalisé un état de l'art de la littérature scientifique, construit notre problématique et nos hypothèses de recherche. Notre étude a fait émerger plusieurs éléments clés et a mis en lumière le rôle central du concept de discours, en particulier dans le contexte humanitaire. La méthode d'analyse de contenu de Bardin nous est apparu comme étant un outil précieux dans cette analyse des discours, bénéficiant de son cadre méthodologique pour organiser notre analyse et constituer notre corpus.

Notre analyse nous a permis de relever les principales stratégies mises en place pour informer sur la catastrophe. Ces stratégies sont l'utilisation d'un type de discours généralement descriptif et explicatif de par une constatation factuelle et objective des événements et des actions de l'organisation, ainsi que narratif à travers l'utilisation de témoignages de victimes ou d'acteurs de terrain. Dans ce cas, l'organisation privilégie les longues phrases, souvent complexes, décrivant les faits en détail. Elle s'y place elle-même en tant que sujet du discours, contrairement aux communications d'appel aux dons dans lequel le citoyen dispose de ce rôle. D'autre part, lorsque le discours cherche à convaincre le lecteur d'agir en l'incitant à faire un don, elle met en place un type de discours davantage argumentatif afin de lui donner une crédibilité. Alors, l'ONG utilise des appels explicites à l'action, des impératifs, des arguments dramatiques, tels que des témoignages d'experts qui intensifient l'urgence de la situation, ou en mettant en avant sa propre expertise, formant ainsi une figure d'autorité. L'organisation y utilise des phrases courtes, claires et directes à travers un langage davantage émotionnel et incitatif.

BIBLIOGRAPHIE

OUVRAGES ET ARTICLES SCIENTIFIQUES

Bardin, L. (2013). *L'analyse de contenu*. Presses Universitaires de France.

<https://doi.org/10.3917/puf.bard.2013.01>

Bertrand, D. (2019). De la narratologie à la narrativité, et retour. *Pratiques*, 181-182. <https://doi.org/10.4000/pratiques.6122>

Bokobza Kahan, M. & Amossy, R. (2009). Ethos discursif et image d'auteur. *Argumentation et Analyse du discours*, 3. <https://doi.org/10.4000/aad.656>

Bonnafous, S. & Krieg-Planque, A. (2013). L'analyse du discours. Dans : Stéphane OLIVESI dir., *Sciences de l'information et de la communication. Objets, savoirs, discipline* (pp. 223-238). Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble. https://www.academia.edu/4762625/Lanalyse_du_discours_2013_avec_Simone_Bonnafous

Bonnafous, S. & Krieg-Planque, A. (2014). L'analyse du discours. Dans : Stéphane Olivesi éd., *Sciences de l'information et de la communication* (pp. 223-238). FONTAINE : Presses universitaires de Grenoble. <https://doi.org/10.3917/pug.olive.2014.01.0223>

Boutet, J. & Maingueneau, D. (2005). Sociolinguistique et analyse de discours : façons de dire, façons de faire. *Langage et société*, 114, 15-47. <https://doi.org/10.3917/lis.114.0015>

Carion, F. (2010). La communication associative. *Communication*, Vol. 28/1, 193-206. <https://doi.org/10.4000/communication.2106>

Catellani, A. (2016). Un apport sémiotique aux approches critiques de la communication. Notes sémio-rhétoriques sur le discours environnementaliste et sur la critique on-line du greenwashing.

Communication & organisation : perspectives critiques, 205-214.
<https://books.openedition.org/septentrion/7460>

Cazenave, B., Garbe, E. & Morales, J. (2020). III. Vendre de manière désintéressée : le paradoxe de la communication des ONG. Dans : Bruno Cazenave éd., *Le management des ONG* (pp. 53-74). Paris : La Découverte.
<https://www.cairn.info/le-management-des-ong--9782348059018-page-53.htm>

Charaudeau, P. & Maingueneau, D. (2002, février). *Dictionnaire d'analyse du discours*. Editions du Seuil. <https://tantancours.com/wp-content/uploads/2019/12/Dictionnaire-danalyse-du-discours.pdf>

Dacheux, E. (1998). (Re) penser la communication humanitaire. *Communication. Information Médias Théories*, 18-2, 116-141.
https://www.persee.fr/doc/comin_1189-3788_1998_num_18_2_1830

Dauvin, P. (2010, avril). *La communication des ONG humanitaires*. Editions Pepper.
https://books.google.be/books?id=iODAA6KmzyUC&printsec=frontcover&hl=fr&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Dion, F. (2023). Discours et analyse du discours : une introduction par Dominique Maingueneau. *Communiquer*, 36.
<https://doi.org/10.4000/communiquer.11069>

Durdilly, S. (2023, mars). L'humanitaire en campagne ... de com'. *Alternatives Humanitaires*, 22. <https://www.alternatives-humanitaires.org/fr/2023/03/21/lhumanitaire-en-campagne-de-com/>

Ferguson, D. P. (2018, 22 août). Nongovernmental Organization (NGO) Communication. *The International Encyclopaedia of Strategic Communication*, 1-13. <https://doi.org/10.1002/9781119010722.iesc0120>

Juhem, P. (2001). La légitimation de la cause humanitaire : un discours sans adversaires. *Mots. Les langages du politique*, 65, 9-27.
https://www.persee.fr/doc/mots_0243-6450_2001_num_65_1_2484

Kunert, S. (2013). Le paradoxe de la catégorisation discursive. Le cas de la

co-construction des discours publicitaires et antipub. *Cahiers de recherche sociologique*, 54, 95-111. <https://doi.org/10.7202/1025994ar>

Le Coconnier, M. & Pommier, B. (2017). Chapitre V - Exigence de maîtrise de la communication. Dans : Marie-Laure Le Coconnier éd., *L'action humanitaire* (pp. 63-68). Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France. <https://www.cairn.info/l-action-humanitaire--9782130795131-page-63.htm>

Lopes, P. (2004). L'humanitaire et les Opérations extérieures : point de vue et action critique d'une ONG (Médecins sans Frontières – France). *Les Champs de Mars*, 15, 153-177. <https://doi.org/10.3917/lcdm1.015.0153>

Maingueneau, D. (2012). Que cherchent les analystes du discours ? *Argumentation et Analyse du Discours*, 9. <https://doi.org/10.4000/aad.1354>

Maingueneau, D. (2021). *Discours et analyse du discours : Une introduction*. Armand Colin. <https://doi.org/10.3917/arco.maing.2021.02>

Michel, S. & Bidan, M. (2018, 3 octobre). Proposition de caractérisation de la logistique humanitaire à la lumière de MSF Log : un fort couplage du système d'information et de la *supply chain*. *Logistique & Management*, 26 (3), 156-167. <https://doi.org/10.1080/12507970.2018.1496802>

Ngouana, L. (2020). L'espace de la communication des organisations humanitaires comme espace de négociation d'enjeux de légitimité. *Études internationales*, 51 (3), 455-479. <https://doi.org/10.7202/1085606ar>

Ngouana, L. (2020). Une approche interdisciplinaire des enjeux, défis et évolutions liés aux pratiques des acteurs de l'humanitaire. *Études internationales*, 51 (3), 409-427. <https://doi.org/10.7202/1085575ar>

Oustinoff, M. & Ruiz, U. (2022). Les ONG à l'épreuve de la communication. *Hermès, La Revue*, 89, 11-16. <https://www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2022-1-page-11.htm>

Pérouse de Montclos, M. (2009). Du développement à l'humanitaire, ou le triomphe de la com'. *Revue Tiers Monde*, 200, 751-766. <https://doi.org/10.3917/rtm.200.0751>

Robert, A. & Bouillaguet, A. (2007). Chapitre II. Méthodologie générale de l'analyse de contenu et application à un exemple. *L'analyse de contenu*, 24-46. Paris cedex 14 : Presses Universitaires de France. <https://www.cairn.info/l-analyse-de-contenu--9782130563839-page-24.htm>

Rodet, D. (2012). ONG et cie. Mobiliser les gens, mobiliser l'argent, S. Lefèvre. *Sociologie du travail*, Vol. 54 (3), 401-402. <https://doi.org/10.4000/sdt.6846>

Seignour, A. (2011). Méthode d'analyse des discours : L'exemple de l'allocation d'un dirigeant d'entreprise publique. *Revue française de gestion*, 211, 29-45. <https://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2011-2-page-29.htm?contenu=article>

Willig, C. (2017). Chapitre 4. L'analyse discursive. Dans : Marie Santiago Delefosse éd., *Les méthodes qualitatives en psychologie et sciences humaines de la santé* (pp. 85-105). Paris : Dunod. <https://doi.org/10.3917/dunod.santi.2017.01.0085>

DOCUMENTS INSTITUTIONNELS ET RAPPORTS

Binet, L. & Saulnier, M. (s.d.). *Médecins Sans Frontières, évolution d'un mouvement international associatif 1971-2011*. MSF International. https://www.msf.org/sites/default/files/2022-09/Histoire_Aso_MSF_VF.pdf

Humanitaire. (2013, 5 février). https://www.eduki.ch/fr/doc/dossier_1_huma.pdf

Médecins Sans Frontières. (s.d.). *La place des secours humanitaires dans les catastrophes naturelles*. <https://www.msf.fr/decryptages/la-place-des-secours-humanitaires-dans-les-catastrophes-naturelles#widget-31507>

MSF Belgium & Operational Centre Brussels. (s.d.). Financial Statements 2022. [https://www.msf-azg.be/sites/default/files/imce/Rapport%20Annuel/2022%20Financial%20statements%20MSF%20Belgium%20\(004\).pdf](https://www.msf-azg.be/sites/default/files/imce/Rapport%20Annuel/2022%20Financial%20statements%20MSF%20Belgium%20(004).pdf)

SITES ET PAGES INTERNET

Karns, M. (2024, 5 avril). *Nongovernmental organization*. Britannica. Consulté le 1 avril sur <https://www.britannica.com/topic/nongovernmental-organization>

Lahmar, L. (2023, 24 mai). *Séismes en Turquie et en Syrie : que s'est-il passé ?* Terre & Univers. Consulté le 25 juin sur <https://www.insu.cnrs.fr/fr/cnrsinfo/seismes-en-turquie-et-en-syrie-que-sest-il-passe>

LISTE DES ANNEXES

Annexe 1 : Retranscription entretien Christel Magnée	66
Annexe 2 : Organigramme département communication de MSF-B...	74
Annexe 3 : Grille de catégories	74
* Catégorie 1 : Article du site internet 1	74
* Catégorie 1 : Article du site internet 2	77
* Catégorie 1 : Article du site internet 3	78
* Catégorie 1 : Article du site internet 4	80
* Catégorie 1 : Article du site internet 5	82
* Catégorie 1 : Article du site internet 6	83
* Catégorie 1 : Article du site internet 7	86
* Catégorie 1 : Article du site internet 8	88
* Catégorie 1 : Article du site internet 9	90
* Eléments de discours 1 provenant d'articles à objectif mixte	94
* Eléments de discours 2 provenant d'articles à objectif mixte	95
* Catégorie 1 : Post Instagram 1	96
* Catégorie 1 : Post Instagram 2	98
* Catégorie 1 : Post Instagram 3	98
* Catégorie 1 : Post Instagram 4	99
* Catégorie 1 : Post Instagram 5	102
* Catégorie 1 : Post Instagram 6	104
* Catégorie 1 : Post Instagram 7	106
* Catégorie 1 : Post Facebook 1	107
* Catégorie 1 : Post Facebook 2	108
* Catégorie 1 : Post Facebook 3	109
* Catégorie 1 : Post Facebook 4	110
* Catégorie 1 : Post Facebook 5	111
* Catégorie 1 : Post X 1	112
* Catégorie 1 : Post X 2	112
* Catégorie 1 : Post X 3	113

* Catégorie 1 : Post X 4	114
* Catégorie 1 : Post X 5	114
* Catégorie 1 : Post X 6	115
* Catégorie 1 : Post X 7	117
* Catégorie 1 : Post X 8	118
* Catégorie 1 : Post X 9	118
* Catégorie 1 : Post X 10	119
* Catégorie 1 : Post X 11	119
* Catégorie 1 : Post X 12	120
* Catégorie 1 : Post X 13	120
* Catégorie 1 : Post X 14	121
* Catégorie 2 : Article du site internet 1	121
* Eléments de discours 1 provenant d'articles à objectif mixte.....	124
* Eléments de discours 2 provenant d'articles à objectif mixte.....	124
* Catégorie 2 : Post Instagram 1	125
* Catégorie 2 : Post Instagram 2	125
* Catégorie 2 : Post Instagram 3	126
* Catégorie 2 : Post Facebook 1.....	127
* Catégorie 2 : Post Facebook 2.....	128
* Catégorie 2 : Post Facebook 3.....	129
* Catégorie 2 : Post Facebook 4.....	130
* Catégorie 2 : Post X 1	131
Annexe 4 : Grille d'analyse	132
Annexe 5 : Analyse des contenus.....	133
* Catégorie 1 : Article du site internet 1	133
* Catégorie 1 : Article du site internet 2	134
* Catégorie 1 : Article du site internet 3	135
* Catégorie 1 : Article du site internet 4	136
* Catégorie 1 : Article du site internet 5	138
* Catégorie 1 : Article du site internet 6	139
* Catégorie 1 : Article du site internet 7	140

* Catégorie 1 : Article du site internet 8	142
* Catégorie 1 : Article du site internet 9	143
* Éléments de discours 1 provenant d'articles à objectif mixte	144
* Éléments de discours 2 provenant d'articles à objectif mixte	146
* Catégorie 1 : Post Instagram 1	147
* Catégorie 1 : Post Instagram 2	148
* Catégorie 1 : Post Instagram 3	149
* Catégorie 1 : Post Instagram 4	149
* Catégorie 1 : Post Instagram 5	151
* Catégorie 1 : Post Instagram 6	152
* Catégorie 1 : Post Instagram 7	153
* Catégorie 1 : Post Facebook 1	154
* Catégorie 1 : Post Facebook 2	155
* Catégorie 1 : Post Facebook 3	156
* Catégorie 1 : Post Facebook 4	156
* Catégorie 1 : Post Facebook 5	157
* Catégorie 1 : Post X 1	158
* Catégorie 1 : Post X 2	159
* Catégorie 1 : Post X 3	160
* Catégorie 1 : Post X 4	161
* Catégorie 1 : Post X 5	162
* Catégorie 1 : Post X 6	163
* Catégorie 1 : Post X 7	164
* Catégorie 1 : Post X 8	165
* Catégorie 1 : Post X 9	166
* Catégorie 1 : Post X 10	167
* Catégorie 1 : Post X 11	168
* Catégorie 1 : Post X 12	169
* Catégorie 1 : Post X 13	169
* Catégorie 1 : Post X 14	170
* Catégorie 2 : Article du site internet 1	171

* Eléments de discours 1 provenant d'articles à objectif mixte.....	172
* Eléments de discours 2 provenant d'articles à objectif mixte.....	173
* Catégorie 2 : Post Instagram 1	174
* Catégorie 2 : Post Instagram 2	176
* Catégorie 2 : Post Instagram 3	177
* Catégorie 2 : Post Facebook 1.....	178
* Catégorie 2 : Post Facebook 2.....	179
* Catégorie 2 : Post Facebook 3.....	179
* Catégorie 2 : Post Facebook 4.....	180
* Catégorie 2 : Post X 1	181

ANNEXES

ANNEXE 1 : RETRANSCRIPTION ENTRETIEN CHRISTEL MAGNEE

Lucie : Tout d'abord, un grand merci d'avoir accepté de répondre à mes questions. Je vais commencer par me présenter, je m'appelle Lucie et je suis étudiante en communication à l'UCLouvain. Cette année, je réalise mon mémoire sur la communication de Médecins Sans Frontières Belgique, et plus précisément sur les discours à objectif informatif et de collecte de dons. Donc, j'aurais quelques questions. Mais tout d'abord est-ce que vous pourriez vous présenter ?

Christel Magnée : Bonjour, je m'appelle Christel Magnée, je suis inbound marketing strategist et je travaille chez Médecins Sans Frontières depuis 5 ans maintenant. Donc, mon rôle est multiple on va dire, je travaille au sein du département communication et fundraising. Dans ce département, il y a une équipe acquisition qui gère l'acquisition de nouveaux donateurs et de lead. Les leads sont des contacts qui donnent leur adresse email par exemple. Et à côté de cette équipe acquisition, il y a l'équipe fidélisation qui s'occupe de fidéliser les donateurs qui font un don pour une première fois et de convertir ces leads en donateur. Moi, je me situe dans l'équipe fidélisation et je suis responsable du CRM. CRM c'est customer relationship management, c'est une data base, un outil marketing qui nous permet de collecter les datas de ces donateurs. Une fois que le contact entre dans la data base, on va activer une stratégie de fidélisation par rapport à ces contacts. Donc moi, je suis responsable de cet outil qui a pour but d'envoyer le bon message au bon moment au bon contact. On va vraiment travailler sur l'identification du contact, essayer d'en connaître plus sur son comportement, sur ses besoins et ça on le fait grâce à ce CRM, grâce au data qu'on va collecter qu'on va traquer sur l'attitude, le comportement d'un contact. Après avoir analysé ça, on va créer du contenu spécifique qui répond aux besoins de ce contact.

Lucie : D'accord, merci beaucoup ! J'aurai des questions par rapport à l'organisation Médecins Sans Frontières. Est-ce que vous pourriez me dire quand est ce qu'a été fondé la section belge de Médecins Sans Frontières ?

Christel Magnée : Ben je n'ai pas la réponse, ça commence déjà par une mauvaise réponse, mais je peux me renseigner. Je vais prendre note.

Lucie : Oui, merci beaucoup ! Et est-ce que vous sauriez combien de missions vous menez et dans combien de pays vous êtes présent ?

Christel Magnée : Alors, on est présent dans plus de septante pays. Les missions, je n'ai pas les derniers chiffres. Mais chaque année, MSF publie un rapport d'activité, un rapport financier, et donc tu trouveras ça sur le site dans la partie « que faisons-nous avec votre argent ». Je ne suis pas la bonne personne pour retenir les chiffres.

Lucie : Je regarderai à ça, merci. Maintenant, on va rentrer dans les questions plus spécifiques à la communication de Médecins Sans Frontières. Est-ce que vous pourriez me parler de la structure de Médecins Sans Frontières dans le domaine de la communication ? Par exemple, combien de collaborateurs êtes-vous, au siège et sur le terrain, quels sont vos principales activités, objectifs, et cetera

Christel Magnée : Ok, alors au niveau de la communication en Belgique, donc moi je fais partie du département communication, donc en fait notre audience, c'est l'audience belge. On a une équipe qui s'occupe, par exemple, des relations avec la presse, donc on a des presses officer. Leur objectif c'est d'informer les journalistes sur les urgences de MSF, aussi bien au niveau de nos actions, de nos interventions, mais aussi dans les valeurs de MSF. Il y a vraiment cette volonté de dénoncer, dénoncer des injustices, des situations inacceptables, avec le retour qu'on a des gens sur le terrain. Les press officer travaillent, communiquent avec le reste de l'équipe. Pourquoi, parce qu'en fait ce qu'on constate en termes de levée de fonds, c'est que on a vraiment besoin de cette visibilité de la presse pour toucher le public. On appelle ça des urgences CNN, des urgences news, comme par exemple le début de la

guerre en Ukraine, une inondation. On sait que c'est à ce moment-là qu'il faut montrer qu'on est présent et qu'il faut activer nos audiences pour convertir les leads, fidéliser des donateurs, et cetera. C'est à ce moment-là que ça marche le mieux. C'est pour ça que quand les press officers font des communiqués de presse qu'ils envoient aux journalistes, toute l'équipe com est au courant. A côté de ça, on a des gens qui s'occupent du contenu sur le site. Ici, c'est un contenu purement informatif. C'est quelque chose qui se fait en collaboration avec l'équipe acquisition parce que le site n'est pas que de la communication, c'est aussi un moyen d'acquérir des leads, des donateurs. Mais pas que, on a aussi pas mal de gens qui viennent sur le site pour travailler chez MSF, on les appellent des candidats headshare, c'est une plateforme qui a différents buts, donc d'acquérir des candidats, des donateurs, informer et convertir. Quand je dis convertir, ça peut être convertir par un don ou par le téléchargement d'une brochure sur une thématique spécifique. Donc, l'équipe acquisition, elle va travailler sur les différentes campagnes publicitaires d'acquisition, et dans cette équipe on a vraiment des profils très très différents, on a des personnes qui vont plus s'occuper du SEO, des réseaux sociaux, on a des personnes qui s'occupent du site, de l'intégration, on a une personne qui s'occupe des audiences plus jeunes, puisque là on a une stratégie vraiment différente, on s'adresse pas de la même manière à un vieux donateur de 80 ans qu'à une audience jeune. Donc, on a des profils assez différents. Et dans l'équipe fidélisation, dans l'équipe digitale, moi je travaille là-dessus donc sur la stratégie de fidélisation au niveau digital, donc c'est principalement des emails, la création d'emails automatiques en fonction du statut de l'intérêt des gens, il y a tous des schémas automatiques qui vont se créer dans ce CRM. Il y a aussi d'autres stratégies au niveau digital, on est en train de développer des publicités spécifiques pour ces audiences. A côté du digital, il y a tout ce qui est mailing papier, et ça rapporte aujourd'hui une grosse partie de nos dons, ça marche toujours chez une audience plus âgée. Il faut savoir qu'aujourd'hui, MSF a une grosse majorité de donateur plutôt ancien. Il y a la partie télémarketing, donc contact par téléphone. Il y a la partie leg, donc les gens qui veulent mettre MSF dans leur testament, donc il y a une équipe

qui gère le suivi de ces legs, qui est en contact avec les notaires quand une personne décède. C'est vraiment tout le suivi administratif par rapport à ça, mais il y a aussi une équipe qui va travailler sur la communication pour essayer d'attirer de nouvelles personnes qui vont mettre MSF dans leur testament. On a aussi une équipe qui gère les grands donateurs spécifiquement, avec des contacts beaucoup plus personnels. Et on a une équipe qui gère aussi les partenariats avec les entreprises, donc ce sont des entreprises qui veulent faire un don à MSF mais ça peut être plus un partenariat dans le sens où ils vont demander d'intervenir sur des projets spécifiques parce que voilà ils ont un intérêt pour le Mali ou quelque chose comme ça, ou certaines thématiques. Donc voilà, il y a une équipe dédiée qui s'occupe vraiment avec les entreprises. Et il y a aussi, j'ai oublié dans l'équipe acquisition, une équipe qu'on appelle face to face et door to door, ça ce sont les gens qui sont dans la rue qui accostent des gens pour refaire des demandes de dons mensuelles.

Lucie : Justement, j'avais une question par rapport à ça, donc ce sera juste pour confirmer. Si je comprends bien, vous avez une équipe qui gère une plateforme spécifique, donc par exemple pour le site internet ou les réseaux sociaux, ce sont deux équipes différentes qui vont gérer ces plateformes ?

Christel Magnée : Deux personnes différentes, on est une petite structure. Donc, il y a un webmaster pour le site, qui va gérer toute l'implémentation technique pour la création de choses spécifiques. Maintenant, la personne qui fait du contenu, donc qui rédige le contenu peut créer des pages sur le site pour des choses simples, c'est des templates, donc voilà, c'est facile. Le webmaster va être là pour développer des choses un petit peu plus complexes, pour coder, et cetera. Il est aussi responsable du système de paiement, qui est un outil à part.

Lucie : Et du coup, j'imagine que ces personnes se coordonnent entre elles pour transmettre le même message.

Christel Magnée : Alors, il y a deux choses, il y a l'outil technique, donc l'implémentation technique des choses et il y a la stratégie marketing et le

contenu, c'est deux choses différentes. Il y a, une fois par semaine, des meetings, qui s'appellent des content meeting, où les personnes qui gèrent les réseaux sociaux, les emails, le contenu sur le site vont partager ce qu'elles veulent entreprendre au niveau de la communication comme sujet, et l'idée est de s'aligner effectivement un maximum sur les différents canaux. Maintenant, tu as le contenu de base, et puis chacun adapte le contenu en fonction de son support, de son audience, et cetera. On ne communique pas de la même manière sur les réseaux sociaux, que dans un email ou une page web. Donc oui, il y a cet alignement qui est indispensable.

Lucie : Et pour les réseaux sociaux, est-ce que c'est une personne qui gère chacun de ces réseaux ?

Christel Magnée : Non, alors les réseaux sociaux, il y a Facebook et Instagram qui est géré par une personne, à la base c'est de l'organique. Mais, l'organique aujourd'hui ne fonctionne plus très bien, dans le sens où les algorithmes changent aussi et si on ne booste pas un poste, ça ne performe plus très bien. Donc, on n'est plus dans de l'organique, on est dans du payant. Mais, donc l'idée c'est d'alimenter malgré tout les audiences avec du contenu régulier. Le compte Twitter est lui géré par, pour le moment, les press officer. C'est plus lié au contenu presse. Et on a du TikTok, occasionnellement, qui est géré par la personne qui elle gère les audiences plus jeunes.

Lucie : Ok, merci. Pour mon mémoire, je me concentre sur 2 objectifs particuliers, l'information et la collecte de dons. Sur votre site internet, par exemple, vous aviez dit que vous mettiez plus en avant l'information du public, mais j'ai vu que vous aviez aussi un article qui faisait référence à l'appel aux dons. Ma question est, est-ce que c'est une même personne qui réalise ces deux articles ?

Christel Magnée : Non, en fait, généralement, le contenu site, donc la personne qui gère le contenu dans l'équipe acquisition, on essaie de lui inculquer des automatismes. Par exemple, rédiger une page web, ce à quoi il

faut faire attention, c'est aussi le SEO, comment avec les bons clés faire en sorte que cette page performe en organique. Donc, il y a quand même un input qui est fait à cette personne pour optimiser ces pages. Maintenant, toute la partie acquisition, en fait ce que tu vois sur le site n'est pas tout ce qui existe. Donc, le site est fait pour des personnes qui vont en organique sur notre site, qui cherche quelque chose de particulier. Alors, quand on fait des campagnes d'acquisition avec des appels aux dons spécifiques, c'est quelque chose qui est évidemment présent sur le site, mais on peut aussi faire des pages externes au site, des landing page, avec un contenu qui va beaucoup plus être adapté à l'appel aux dons, avec un toner voice qui est beaucoup plus adapté à l'appel aux dons, une structure de page qui est faite pour l'appel aux dons. Donc les pages news de notre site n'ont pas pour objectif de convertir, elles ont pour but d'informer. Et à côté de ça, on va construire un contenu spécifique pour l'appel aux dons. Et c'est pareil au niveau des emails, on a des emails qui ont pour but d'informer, on a des emails qui ont pour but d'engager avec notre audience. Ça veut dire quoi engager, ça veut dire la garder active et la garder informer de nos activités, et par exemple, faire des petites choses comme des quiz, des choses un peu interactives et dynamiques, ou envoyer des messages sur le terrain. Donc, avoir des calls to action qui sont différents de l'appel aux dons, parce que si on fait des appels aux dons tout le temps, ben ça n'est pas efficace. Donc, il faut vraiment se concentrer sur les choses qui fonctionnent.

Lucie : D'accord, merci beaucoup. Est-ce que vous auriez-vous un organigramme à me transmettre pour les collaborateurs en communication ?

Christel Magnée : Oui, bien sûr.

Lucie : Qu'en est-il de la rédaction de vos messages si vous souhaitez faire un appel aux dons ou plutôt informer ?

Christel Magnée : Au niveau de la récolte de dons, l'appel aux dons, c'est quelque chose qui est très complexe parce qu'il y a certaines personnes qui vont réagir, par exemple, à quelque chose d'émotionnel. C'est pour ça, qu'on travaille beaucoup avec des témoignages, des témoignages de patients, des

témoignages de personnes qui travaillent sur le terrain, de chirurgien, ou même il y a beaucoup d'autres profils que les profils médicaux. Donc, le témoignage, c'est quelque chose qui fonctionne très bien en termes d'appel aux dons. La clé numéro un de l'appel aux dons, c'est la visibilité médiatique. On a un tremblement de terre, ce qui est clé, c'est d'envoyer la communication le plus rapidement possible. Par exemple, au niveau des emails, on n'a pas besoin de beaucoup d'informations pour rédiger un email, le plus important c'est de l'envoyer le plus rapidement possible. Si l'information est dans les médias, sur les réseaux sociaux, les gens sont au courant qu'il y a un tremblement de terre, ils se disent MSF est présent, bam je fais un don. Donc, c'est la rapidité et l'urgence médiatique qui fait que ça va fonctionner. Maintenant, le challenge, c'est comment communiquer quand il n'y a pas d'urgences. C'est aussi ça qui est complexe, c'est essayer d'aller comprendre les intérêts des gens. Et c'est ce qu'on essaie de mettre en place grâce à ce CRM, c'est-à-dire qu'on va aller via des formulaires, via des questionnaires qu'on va intégrer dans différents workflow, essayer de savoir pourquoi les gens s'intéressent à MSF, est-ce qu'il y a des sujets en particulier qui vous intéressent, est-ce qu'il y a des pays en particulier qui vous intéressent, est-ce que vous voulez soutenir MSF par des moyens spécifiques, par exemple créer une page de collecte ou participer à un événement, il n'y a pas que le don. Donc, c'est ça qu'on essaie d'identifier, qui sont nos donateurs ou nos leads et d'essayer de répondre aussi à ces attentes. Donc, il y a le don d'urgence médiatique, et puis à côté de ça, on va essayer de mieux connaître les besoins, et pouvoir y répondre. Maintenant, à côté de ça, il y a aussi des gens qui ont plus besoin de chose concrète. Par exemple, qu'est-ce qu'ils fonctionnent dans un email en cas d'urgence, c'est ok, la situation sur place, c'est ça, voilà ce que MSF a mis en place jusqu'à présent, et voilà ce dont on a besoin. En fait, l'argument qui fonctionne le mieux, c'est la transparence. Donc, la question que se pose les gens c'est où va mon argent, quand je fais un don qu'est-ce que ça devient. Alors, dans un monde idéal, il faudrait une traçabilité du don du contact et dire ok votre don a servi à acheter 3 poches de sang pour une dame en Afghanistan. Ça c'est ce que le donateur aimerait entendre, c'est techniquement impossible.

Mais cette transparence est un élément clé dans notre communication, et c'est pour ça qu'on fait ce rapport d'activité qui va sortir d'ici fin juillet pour donner confiance à nos donateurs et pour faire en sorte qu'ils continuent de donner.

Lucie : Parfait, merci beaucoup. Et enfin, j'aurais une toute dernière question qui est plus spécifique à votre communication dans le cadre d'une urgence, et ici en l'occurrence d'une catastrophe naturelle. J'aimerais savoir si vous suivez un certain protocole pour communiquer sur cette urgence à votre public.

Christel Magnée : Tout à fait ! Quand il y a une urgence, il y a une team d'urgence, donc c'est vraiment des gens qui vont sur le terrain. Voilà, il y a une inondation, il y a une team d'urgence qui va sur place pour analyser la situation. Donc, ça peut être complexe parce que c'est souvent dans des conditions qui sont extrêmes, il y a plus de routes, donc il faut trouver des alternatives pour arriver sur place, il y a plus internet, il y a plus de moyens de communication possible, donc parfois les choses prennent un petit peu du temps. Ensuite, l'équipe qui est sur place, elle va identifier les besoins, aussi avec les autorités locales, ça c'est important. Les équipes de MSF ne travaillent jamais seule, parfois il y a d'autres ONG qui sont sur place, donc ça c'est vraiment une collaboration avec les gens qui sont déjà sur place. Ensuite, une fois que les besoins sont établis, on va pouvoir informer nos donateurs. Alors, parfois, on informe avant, il suffit de dire, par exemple inondation au Pakistan, une équipe d'exploration est sur place et analyse les besoins. Si l'urgence est vraiment importante, on va déjà communiquer avec ça, on va pas attendre l'identification des besoins. Maintenant, lors d'une urgence, moi je parle encore une fois au niveau des emails, ce qui marche aussi, c'est les relances, on va pas communiquer une fois, on va tenir informé les gens sur le long terme et on va le faire différemment pour une personne qui a donné, que pour une personne qui n'a pas donné. C'est là qu'on adapte aussi le contenu de l'email en fonction du statut de la personne, si elle a fait un don ou pas. On va aussi s'adresser différemment à un donateur mensuel qui donne déjà tous les mois, qu'à un donateur qui a

donné il y a 3 ans. Voilà.

Lucie : D'accord, un tout grand merci de m'avoir consacré du temps et d'avoir répondu à toutes mes questions.

ANNEXE 2 : ORGANIGRAMME DEPARTEMENT COMMUNICATION DE MSF-B



ANNEXE 3 : GRILLE DE CATEGORIES

⇒ **Catégorie générique 1 : Intention communicative d'information**

SOUS-CATEGORIE 1 : ARTICLES DU SITE INTERNET DE MSF-B

* **Catégorie 1 : Article du site internet 1**

Date de publication : 06 février 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/news/tremblements-de-terre-turquiesyrie-besoins-m%C3%A9dicaux-et-humanitaires-imm%C3%A9diat>

Texte :

Tremblements de terre Turquie-Syrie : Besoins médicaux et humanitaires immédiat

Lundi 06 février 2023 | Temps de lecture: 5 minutes

Naviguez ▼

Partager | Haut de page

Turquie | Syrie
Catastrophes naturelles

Update 9 février

Depuis les tremblements de terre du 6 février, on dénombre des milliers de pertes humaines et le bilan risque de s'alourdir tant en Syrie qu'en Turquie, car de nombreuses personnes sont encore coincées sous les décombres.

QUELLE EST LA SITUATION DANS LE NORD-OUEST DE LA SYRIE ?

Les structures de santé soutenues par Médecins Sans Frontières (MSF) dans les gouvernorats d'Alep et d'Idlib ont également vu de nombreuses personnes blessées, et un bilan élevé de décès.

Dans toute la région, des milliers de maisons et de bâtiments ont été détruits, laissant de nombreuses personnes sans abri. De plus, les températures sont très froides. Les gens restent dehors et beaucoup dorment dans leur voiture par crainte de nouvelles répliques qui se sont poursuivies pendant un certain temps.

Le nord-ouest de la Syrie se trouve déjà dans une situation humanitaire délicate en raison des années de guerre, de la situation économique, de la pandémie et, plus récemment, d'une épidémie de choléra. Ce tremblement de terre rend la situation encore plus difficile, et le système médical et de soins de santé reste très fragile dans ce processus.

QUELLE EST LA SITUATION EN TURQUIE ?

Les autorités mettent en place des écoles pour les futurs abris et des équipes mobiles sont déployées pour que les gens puissent donner leur sang. Ils ont déclaré le niveau d'alerte 4 ainsi que l'état d'urgence pour 3 mois dans les 10 provinces les plus touchées.

Selon les autorités, les abris, la distribution de Non-Food Item (NFI), et la distribution de nourriture sont les plus urgents. Les besoins médicaux sont encore en cours d'identification.

Les équipes d'urgence de MSF évaluent les besoins dans les zones les plus touchées du sud de la Turquie. Hatay, Gaziantep et Diyarbakir semblent avoir été durement touchés par le tremblement de terre. La ville de Hatay est désormais fermée, car les bâtiments continuent de s'effondrer. L'aide sera fournie dans la périphérie de la ville.

Nos équipes se tiennent prêtes à fournir une assistance en Turquie et à mobiliser sa capacité de réponse d'urgence. Nous discutons actuellement avec les autorités et les partenaires locaux du soutien que nous pouvons apporter au mieux.

Sauvez des vies aujourd'hui

JE FAIS UN DON >

COMMENT LES ÉQUIPES DE MÉDECINS SANS FRONTIÈRES AIDENT-T-ELLES LES VICTIMES EN SYRIE ?

Dès les premières heures qui ont suivi le premier tremblement de terre, nos collègues syriens se sont efforcés de fournir de l'aide et des soins, et ce, même si leur situation personnelle était difficile.

PLAN D'URGENCE DE MSF : SOUTIEN AUX HÔPITAUX ET LANCEMENT D'UNE CLINIQUE MOBILE

Les patients blessés ont été pris en charge dans les hôpitaux que nous gérons et que nous soutenons. Nous avons traité plus de 200 patients dans les premières heures. En outre, nous avons mis en place une clinique mobile au centre d'accueil de Kelly, dans le gouvernorat d'Idlib, et nous apportons également notre soutien aux ambulances pour faciliter le transfert des patients nécessitant une aide d'urgence.

MSF a réagi immédiatement sur la base de son plan d'urgence, en soutenant les hôpitaux d'Idlib et d'Alep avec des kits d'urgence, des kits de traumatologie, des kits chirurgicaux. Nous avons soutenu les hôpitaux avec le personnel de direction de nos équipes. Nous avons également augmenté la capacité des lits dans nos installations médicales en ajoutant des tentes et des postes de secours, là où c'était nécessaire.

En guise de réponse initiale, nous avons distribué des couvertures, des kits d'hygiène et des colis alimentaires à 2 500 familles dans la zone de Jindiris, dans le district d'Afrin du gouvernorat d'Alep.

AUGMENTATION DE LA CAPACITÉ DU SYSTÈME MÉDICAL

Nous nous sommes également efforcés d'accroître la capacité du système médical en fournissant des fournitures et des kits médicaux d'urgence à plus de 23 hôpitaux et cliniques du nord d'Idlib. Et nous lançons des activités de secourisme psychologique dans les établissements que nous soutenons et dans les cliniques mobiles.

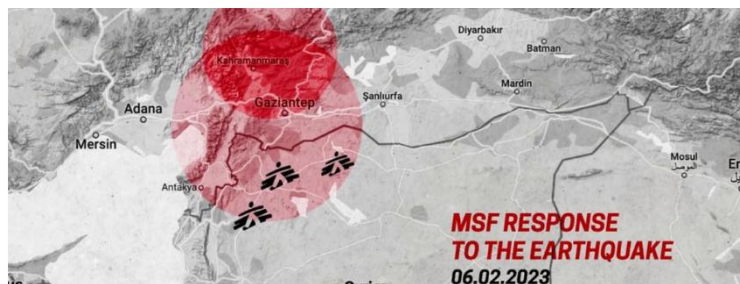
En plus de l'aide d'urgence, nos équipes poursuivent son assistance médicale dans les hôpitaux qui n'ont pas été touchés, afin de soutenir la population. De même, la prise en charge des personnes les plus vulnérables, telles que les femmes enceintes, les personnes atteintes de maladies chroniques, etc. est garantie.

Dans le nord-ouest de la Syrie, nous travaillons également avec deux ONG locales, qui sont également très mobilisées.

[JE FAIS UN DON >](#)

6 février

Médecins Sans Frontières (MSF), en collaboration avec ses partenaires locaux, mobilise ses équipes et répond aux besoins croissants suite aux puissants tremblements de terre du 6 février dans le sud de la Turquie et le nord-ouest de la Syrie. Les premières estimations des Nations Unies confirment plus de 9 000 blessés et 2 300 morts dans les deux pays.



Les zones touchées en Turquie et en Syrie, février 2023, ©MSF

MEMBRE DU PERSONNEL DE MSF TUÉ

En tant qu'organisation humanitaire médicale, MSF était déjà présente dans le nord-ouest de la Syrie avant le tremblement de terre, pour soutenir la population. Malheureusement, un membre de notre personnel a été retrouvé mort sous les décombres de sa maison à Idlib, et d'autres ont perdu des membres de leur famille.

"Nous sommes très choqués et attristés par l'impact de cette catastrophe sur les milliers de personnes touchées, y compris nos collègues et leurs familles", a déclaré Sébastien Gay, chef de la mission MSF en Syrie.

LES SOINS DE SANTÉ SONT DÉPASSÉS

"Les établissements de santé ont été touchés et débordés, et le personnel médical du nord de la Syrie travaille 24 heures sur 24 pour répondre au nombre considérable de blessés qui se présentent dans les établissements. Dès les premières heures, nos équipes ont traité environ 200 blessés et en ont accueilli 160 dans les installations et les cliniques que nous gérons ou soutenons dans le nord d'Idlib. Nos ambulances sont également déployées pour venir en aide à la population", ajoute-t-il.

MSF a apporté un soutien immédiat à 23 centres de santé dans les gouvernorats d'Idlib et d'Alep en leur donnant des kits médicaux d'urgence et en les soutenant avec du personnel médical pour renforcer leurs équipes.

LA POPULATION VIT DANS LA CRAINTE DE RÉPLIQUES SISMIQUES

Nos équipes ont fait don de couvertures et de kits de survie essentiels aux milliers de personnes déplacées dans le nord-ouest de la Syrie. Des centaines de maisons ont été détruites, laissant des milliers de personnes sans abri. Il neige depuis trois jours et la population reste dehors par crainte de nouvelles répliques qui se poursuivraient tout au long de la journée.

"Les besoins sont très importants dans le nord-ouest de la Syrie, car ce tremblement de terre ajoute une couche dramatique aux populations vulnérables qui luttent toujours après de nombreuses années de guerre", a ajouté M. Gay. "L'impact énorme de cette catastrophe nécessite une action de secours internationale à la mesure de l'ampleur de la catastrophe."

MSF est en contact étroit avec les autorités locales dans le nord-ouest de la Syrie et avec les autorités turques pour apporter notre soutien là où cela est nécessaire. Nous évaluons actuellement la situation et les besoins à Idlib, au nord d'Alep et au sud de la Turquie afin d'intensifier notre réponse en conséquence, alors que le nombre de morts et de blessés augmente d'heure en heure.

* Catégorie 1 : Article du site internet 2

Date de publication : 13 février 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/news/tremblements-de-terre-en-turquie-et-en-syrie-une-semaine-apr%C3%A8s>

Texte :

Tremblements de terre en Turquie et en Syrie : une semaine après

Lundi 13 février 2023 | Temps de lecture: 1 minutes

Partager | Haut de page

Syrie | Turquie

Catastrophes naturelles

Il y a une semaine, de puissants tremblements de terre ont frappé le sud-est de la Turquie et le nord-ouest de la Syrie. Les pertes humaines et le nombre de blessés sont considérables. Quant aux infrastructures, celles-ci sont gravement endommagées dans les deux pays.

QUE POUVONS-NOUS VOUS DIRE À L'AVANCE ?

Turquie

Nous sommes en train de recenser les endroits où notre aide est la plus nécessaire en Turquie. Nous travaillons également avec les autorités pour voir où il y a un besoin. Et comment nous pouvons accéder aux zones touchées aussi rapidement que possible. Pour ce faire, nos équipes sont à Hatay, Gaziantep et Diyarbakir : les trois villes qui semblent avoir été le plus durement touchées.

Nord-ouest de la Syrie

Le nord-ouest de la Syrie se trouve déjà dans une situation humanitaire catastrophique en raison de près de 12 ans de guerre et des effets aggravants de la situation économique, de la pandémie de Covid-19 et, plus récemment, de l'épidémie de choléra. Ce tremblement de terre rend la situation encore plus difficile, alors que le système médical et sanitaire était déjà très fragile et dépendant de l'aide humanitaire).

Des réfugiés syriens se trouvent également dans la région de la Turquie touchée par le séisme. La Turquie accueille la plus grande population de réfugiés au monde, dont plus de 3,7 millions de Syriens, selon le HCR.

Qu'a fait Médecins Sans Frontières jusqu'à présent?

- Soutien à 30 hôpitaux et établissements de santé par des dons de kits d'urgence, de kits de traumatologie, de fournitures médicales et de couvertures, tels que les établissements d'Azaz, d'Afrin, de Mare' et de Bab El Hawa, entre autres.
- Du personnel médical, tel que des chirurgiens, a été envoyé pour aider les hôpitaux à accueillir les

blessés.

- Dans 4 établissements de santé (hôpitaux et cliniques) du gouvernorat d'Idlib, nous traitons les patients blessés. La capacité des hôpitaux où nous travaillons a été augmentée en ajoutant des tentes de triage aux salles extérieures.
- Nous avons déployé nos ambulances et nous soutenons 90 ambulances pour faciliter le transport des patients nécessitant des soins d'urgence vers les établissements de santé les plus proches.
- Des cliniques mobiles ont été installées dans trois abris de la ville d'Idlib et de ses environs afin de fournir des services médicaux essentiels (aux personnes touchées par les tremblements de terre).

Fournir une assistance aux familles touchées:

- Avec des partenaires locaux, nous avons distribué de la nourriture et des couvertures dans le gouvernorat d'Alep à plus de 500 familles dans des abris à Afrin.
- Plus de 450 kits, comprenant des articles d'hygiène, des kits de cuisine, des kits d'hiver et des couvertures, ont été distribués aux personnes touchées à Jindires, l'une des villes les plus durement touchées, et aux familles vivant dans des abris à Azaz et Mare' et dans les villages environnants.
- Dans l'ouest d'Idlib, nous avons distribué 2 500 couvertures, des bâches en plastique et 100 kits d'hiver aux familles.
- L'aide d'urgence immédiate aux personnes sans abri par ce temps froid reste une priorité pour notre équipe. Nous continuerons à évaluer les besoins et à adapter notre réponse en conséquence.

*** Catégorie 1 : Article du site internet 3**

Date de publication : 15 février 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/blog/syrie-les-h%C3%B4pitaux-regorgaient-de-bless%C3%A9s-et-de-morts>

Texte :

SYRIE : "LES HÔPITAUX REGORGAIENT DE BLESSÉS ET DE MORTS"

MERCREDI 15 FÉVRIER 2023

Syrie

Catastrophes naturelles

Selon les dernières estimations, les tremblements de terre qui ont touché la Turquie et la Syrie ont causé le décès de plus de 35 000 personnes. Dans le nord-ouest de la Syrie, une région largement enclavée, les équipes MSF présentes sur le terrain déployé un plan d'urgence dès le 6 février. L'objectif : soutenir les hôpitaux et apporter une aide médicale et matérielle aux populations, en mobilisant une grande partie des 500 membres de son personnel actifs dans le pays. L'hôpital MSF d'Atmeh, d'ordinaire spécialisé dans la prise en charge des grands brûlés, a ainsi effectué de nombreux dons de matériel médical et non médical et détaché ses chirurgiens en renfort dans plusieurs hôpitaux de la région. Globalement, MSF a effectué des donations à 30 hôpitaux de la région.

"Le 6 février, nous avons rapidement compris que nous faisons face à une situation catastrophique", explique Mohammad Darwish, directeur adjoint de l'hôpital d'Atmeh. "Les destructions étaient massives dans la région, nous avons lancé notre plan d'urgence moins de 3 heures après le premier tremblement de terre et mis notre personnel en alerte."

Les équipes d'Atmeh ont commencé à envoyer du matériel médical à une dizaine d'hôpitaux de la région, à Bab al-Hawa, Darat Izza, Idlib, ou encore à Atarib. "Tous les hôpitaux étaient débordés, le nôtre aussi", explique Samih Kaddour, directeur de l'hôpital d'Aqabat, spécialisé dans la chirurgie orthopédique et reconstructrice. "Les équipes MSF ont été les premières à nous aider et à partager leurs ressources. Elles nous ont donné du matériel, de quoi notamment faire des plâtres et stériliser les plaies. Nous avons reçu 800 personnes aux urgences dont 250 avaient besoin d'une prise en charge chirurgicale. Encore aujourd'hui [samedi 11 février], les blessés continuent d'affluer."

Les chirurgiens MSF de l'hôpital ont également été envoyés dans certaines structures de santé de la région, afin d'aider leurs confrères qui faisaient face à un nombre important de blessés à prendre en charge. "Je me suis rendu dans un hôpital situé à proximité immédiate de la Turquie", explique le Dr Mohammad Zaitoun. "En raison de la fermeture de la frontière, et de l'impossibilité de recevoir du soutien extérieur ou de transférer les blessés, cela nous a mis une pression immense. Il y avait de nombreux blessés, le personnel médical était épuisé. Avec les équipes MSF d'Atmeh, nous avons fait de notre mieux. En tant que chirurgien, j'étais en salle d'opération. Nous n'avions jamais assisté à un tel afflux de blessés, sauf peut-être lors des bombardements ou des massacres qui ont eu lieu dans la région."

Les ambulances de l'hôpital d'Atmeh ont aussi été mises à contribution. Elles ont permis de réaliser des transferts de patients entre hôpitaux. Quant aux cliniques mobiles MSF, leur plan d'intervention a été adapté à la situation et elles ont été dépêchées dans des endroits où les victimes du séisme affluaient. Les équipes qui composent ces cliniques mobiles interviennent de manière régulière depuis plusieurs années, elles permettent d'offrir des soins de santé aux personnes vivant dans les nombreux camps de la région, qui accueillent les déplacés de guerre. Aujourd'hui, elles se rendent quotidiennement dans les lieux où se réfugient les personnes qui ont perdu leur foyer, que ce soit à Sarmada, Kammouneh ou Al Dana.

"Nous n'avions pas de vision claire de la situation dans les environs immédiats d'Atmeh", poursuit Mohammad Darwish. "On savait juste que les hôpitaux regorgaient de blessés et de morts et que les besoins sont immenses. Les habitants de la région ont besoin de tout. Nous avons tout de suite ouvert nos entrepôts logistiques et distribué des articles essentiels par centaines, mais ce n'est pas suffisant." Dès les premiers jours, 2 500 couvertures ont ainsi été données aux hôpitaux pour leurs patients, et des centaines de kits de biens de première nécessité ont été distribués à des familles, entre autres."

Dans l'immédiat, les équipes MSF de la région puisent dans leur stock d'urgence, en attendant un approvisionnement international, compliqué par les tensions politiques qui entourent cette région enclavée. Jusqu'aux tremblements de terre, Bab al-Hawa était l'unique lieu de passage de l'aide humanitaire depuis la Turquie vers cette région enclavée du nord-ouest syrien.

"Près d'une semaine après les tremblements de terre, nous n'avons reçu aucune aide venant de l'extérieur", déplore Moheed Kaddour, directeur d'un hôpital à Atmeh, et frère de Samih Kaddour. "Le soutien est uniquement venu des autres hôpitaux, des communautés locales ou d'organisations déjà présentes avant la catastrophe. En cela, l'hôpital MSF d'Atmeh a joué un rôle important. Pourtant, cette réactivité, construite à travers le soutien régulier à un réseau d'une vingtaine de structures de santé, est aujourd'hui confrontée à certaines limites, comme l'impossibilité de transférer vers la Turquie les patients étant dans un état grave."

"D'ordinaire, nous pouvons transférer nos patients les plus sévèrement brûlés vers des structures de santé adaptées en Turquie", explique Mohammad Darwish. "L'hôpital MSF d'Atmeh fournit des soins essentiels, mais a aussi ses limites et ne peut prendre en charge convenablement que les personnes souffrant de brûlures modérées. Aujourd'hui, il n'y a plus aucun lit d'hôpital spécialisé dans le gouvernorat d'Idlib et on ne peut pas traverser la frontière."

Dans le Nord-ouest syrien, ces tremblements de terre viennent bouleverser une région qui compte déjà plus de 2 millions de personnes déplacées vivant dans des camps et où l'accès aux soins de santé est défaillant. « Neuf jours après les tremblements de terre, nous sommes toujours mobilisés par la prise en charge de nos patients, avance Moheeb Kaddour. Nous réalisons encore des opérations chirurgicales afin de sauver des vies, auprès de victimes du syndrome d'écrasement. Cette pathologie, qui résulte d'une compression prolongée des muscles, peut-être mortelle, en provoquant une saturation et une insuffisance rénale. La situation est indescriptible et pour l'instant, nous sommes seuls."

* **Catégorie 1 : Article du site internet 4**

Date de publication : 17 février 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/blog/nordouest-de-la-syrie-t%C3%A9moignage-aisha-une-sagefemme-msf>

Texte :

NORD-OUEST DE LA SYRIE : TÉMOIGNAGE AISHA, UNE SAGE-FEMME MSF

VENDREDI 17 FÉVRIER 2023

Syrie

Catastrophes naturelles

Les équipes de Médecins Sans Frontières (MSF) ont recueilli le témoignage d'Aisha, une sage-femme superviseuse MSF qui vit à Azaz, dans le nord de la Syrie. Aisha a vécu les tremblements de terre et est immédiatement intervenu en secours des blessés en lien étroit avec notre personnel présent dans le pays.

Scènes apocalyptiques

« Lorsque le tremblement de terre a eu lieu à 4h17 du matin, ma famille et moi étions endormis. Nous avons senti le bâtiment trembler au-dessus de nos têtes. Au début, nous ne savions pas ce qui se passait, mais après une dizaine de secondes, nous avons compris que c'était un tremblement de terre. Mon mari a attrapé notre fille de deux ans, Lareen, tandis que je suis allée chercher nos autres enfants et nous avons couru dehors. Pour les sauver, nos voisins des étages supérieurs ont jeté leurs enfants par les fenêtres afin que nous les rattrapions. C'est ce que nous avons fait, puis nous les avons éloignés. Dehors, nous avons regardé autour de nous, nous avons eu un choc. Nos larmes étaient mélangées à du sang. Nous ne comprenions pas ce qui se passait. »

Se mobiliser et soigner

« J'ai réalisé que je devais aller sauver des gens. Certaines personnes étaient restées dans leur immeuble, d'autres avaient peut-être vu leur maison s'effondrer sur elles. J'ai couru dans la rue, pieds nus. Mon mari me criait de revenir : « Aisha, où vas-tu ? Reviens ! »

Je ne pouvais pas rester immobile alors que tant de gens avaient besoin d'aide. Il y a des personnes coincées sous les décombres, ai-je répondu. Je suis soignante, je dois les aider.

« J'ai parcouru les rues de notre quartier jusqu'à ce que je sois sûre qu'aucun bâtiment ne s'était effondré. Seulement après, je suis revenue et j'ai pris mes enfants dans mes bras. Nous avons passé le reste de la nuit avec nos voisins dans la cour, sous la pluie. Nous étions terrifiés. En tant que mère, je voulais simplement être là pour mes enfants, d'autant plus que mon fils aîné avait été tué lors du bombardement d'Alep. La première chose qui me venait à l'esprit était la nécessité de les protéger et de les emmener dans un endroit sûr. Mais je ne pouvais pas rester longtemps avec eux. Je devais aller aider les autres. Les hôpitaux appelaient des équipes médicales en renfort. Les personnes secourues arrivaient en nombre dans les hôpitaux, qui étaient complètement débordés. Mes enfants m'ont encouragée à y aller. Mon fils m'a dit : "Maman, va aider les gens. Ne reste pas ici !" Cela m'a donné la force de partir. J'ai pris la voiture et je me suis rendue [en tant que volontaire] à l'hôpital qui avait le plus besoin de personnel médical. Je suis arrivée dans la salle d'urgence et j'ai commencé à travailler. J'étais en contact étroit avec les équipes MSF de la région. La référente médicale MSF m'a demandé ce dont nous avions besoin en termes de médicaments et de matériel chirurgical et médical dans cette structure. »

Agir vite pour sauver le plus de vies possibles

« A 13 h 24, nous avons ressenti une forte réplique. Le bâtiment de l'hôpital étant constitué de panneaux métalliques, il aurait pu s'effondrer à tout moment. Les personnes blessées se sont précipitées pour sortir de l'hôpital. Nous avons reçu plus de 50 blessés de toutes les régions. Les quatre blocs opératoires étaient pleins. Nous manquions d'équipement et les chirurgiens ne pouvaient pas réaliser toutes les opérations, nous avons donc référé les patients vers d'autres hôpitaux pour y être pris en charge. Nous avons essayé de soulager la douleur des enfants autant que nous le pouvions. Nous les avons emmenés dans loin

des salles de soins pour leur éviter le sang et la violence du lieu. C'est tout ce que nous pouvions faire. »

Soutien aux régions sinistrées et populations marginalisées

« Le deuxième jour, je me suis rendu au bureau MSF d'Al-Salameh, dans le nord de la Syrie. Nous avons contacté les hôpitaux touchés par le tremblement de terre pour connaître leurs besoins. Ensuite, nous avons formé quatre groupes, composés de médecins et de logisticiens, pour visiter avec nos partenaires chacune des régions touchées par le tremblement de terre : Afrin, Jindiris, Azaz et Marea. Lorsque nous avons rejoint ces zones, nous avons commencé par aider les organisations locales à distribuer aux personnes dans le besoin des oreillers, des matelas, des couvertures, des produits de nettoyage, des ustensiles de cuisine, c'est-à-dire des biens de première nécessité pour les personnes qui avaient trouvé refuge dans les champs, sous les oliviers ou sur des terrains désertiques. Il faisait très froid, il pleuvait et il neigeait. Des gymnases, des terrains de jeux et des centres communautaires ont été ouverts pour les personnes qui ne pouvaient plus rentrer chez elles. Nous leur avons fourni de la nourriture, des couvertures et des matelas. Il est difficile de répondre seul à tous les besoins des gens, car ces régions ont été durement touchées et les dégâts du tremblement de terre sont immenses. Nous aidons donc en priorité celles et ceux qui ont perdu leur maison. »

* Catégorie 1 : Article du site internet 5

Date de publication : 20 février 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/news/un-convoi-daide-msf-de-14-camions-pour-les-victimes-du-s%C3%A9isme-entre-dans-le-nordouest-de-la>

Texte :

Un convoi d'aide MSF de 14 camions pour les victimes du séisme entre dans le nord-ouest de la Syrie

🕒 Lundi 20 février 2023 | ⌚ Temps de lecture: 3 minutes

Partager 📄 Haut de page ^

📍 Syrie

🏠 Catastrophes naturelles

L'organisation internationale appelle à une augmentation urgente de l'aide humanitaire, qui n'atteint même pas les volumes pré-tremblement de terre.

Un convoi de 14 camions de Médecins Sans Frontières est entré aujourd'hui dans le nord-ouest de la Syrie, en provenance de Turquie, par le poste frontière de Hammam. Ce premier convoi transporte **1296 tentes** destinées aux personnes déplacées et aux familles (de 5 personnes ou plus) laissées sans abri par le séisme ainsi que **1296 kits** d'hiver pour protéger les gens du froid. D'autres convois MSF devraient suivre rapidement pour livrer du matériel médical et non médical.

Cependant, prévient MSF, une augmentation urgente du volume des fournitures est nécessaire pour répondre à l'ampleur de la crise humanitaire. Dans les dix jours qui ont suivi le séisme, le nombre de camions qui ont traversé la frontière vers le nord-ouest de la Syrie était inférieur au nombre moyen de 2022. Présentes dans la région depuis plus de 10 ans, les équipes MSF ont pu immédiatement activer une réponse d'urgence.

Il est urgent d'augmenter le stock

"Nous avons vidé nos stocks d'urgence en trois jours, donnant 4 000 mètres cubes soit 12 tonnes de matériel chirurgical, pansements et médicaments aux hôpitaux. Nos équipes ont apporté leur soutien aux structures de santé de la région jusqu'à épuisement", explique Hakim Khaldi, chef de mission pour MSF en Syrie. "Mais nous n'avons vu aucune aide de l'extérieur. L'aide arrive au compte-gouttes en quantités négligeables pour le moment."

Nos équipes ont identifié d'énormes besoins en termes d'aide. L'accès à un logement et à des conditions d'hygiène décentes est loin d'être sécurisé, d'autant que les 180 000 personnes nouvellement déplacées par le séisme du 6 février s'ajoutent aux deux millions de personnes déplacées par 12 ans de guerre et vivant déjà dans des conditions précaires. MSF fournit actuellement un soutien logistique et médical aux personnes vivant dans cinq centres d'accueil au nord d'Idlib. Des activités visant à assurer la continuité de l'accès aux soins de santé, tant pour les victimes du séisme que pour la population globale, débutent la semaine prochaine.

L'aide humanitaire fournie à la région par le biais du mécanisme transfrontalier n'a même pas encore atteint son volume moyen d'avant le tremblement de terre. Selon les données des Nations unies, cinq jours après le tremblement de terre, seuls dix camions étaient entrés en Syrie par Bab al-Hawa, un point de passage frontalier coordonné par les Nations unies pour l'aide humanitaire en provenance de la Turquie voisine.

Au 17 février, un total de 178 camions chargés d'aide fournie par six agences des Nations Unies avaient traversé le nord-ouest de la Syrie par Bab Al-Hawa et Bab Al-Salama depuis les tremblements de terre survenus onze jours auparavant. En 2022, 7 566 camions chargés d'aide ont traversé la Turquie vers le nord-ouest de la Syrie, soit une moyenne de 227 camions pour la même période de 11 jours.

En outre, une partie des 178 camions qui ont atteint le nord-ouest de la Syrie ne faisait pas partie de la réponse au tremblement de terre mais correspondait à des livraisons déjà planifiées. Même en considérant 3 jours de fermeture de la frontière, le volume actuel de l'aide atteint à peine celui d'avant la catastrophe.

Le passage de la frontière du convoi MSF a été possible grâce au soutien d'Al Ameen, une ONG syrienne partenaire de MSF. La livraison a été organisée en dehors du mécanisme humanitaire transfrontalier des Nations Unies coordonné par l'OMS, qui ne couvre pas les biens de première nécessité.

MSF appelle à une augmentation immédiate de l'aide aux personnes touchées par le tremblement de terre dans le nord-ouest de la Syrie, afin de répondre aux nouveaux besoins humanitaires qui s'ajoutent à ceux déjà présents dans la région. La priorité doit notamment être donnée à la fourniture d'abris, d'eau et d'équipements sanitaires, ainsi qu'aux fournitures médicales nécessaires aux soins post-opératoires et au maintien de la continuité des soins, entre autres besoins urgents.

* Catégorie 1 : Article du site internet 6

Date de publication : 06 mars 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/news/comment-m%C3%A9decins-sans-fronti%C3%A8res-a-r%C3%A9agi-aux-tremblements-de-terre-en-syrie-et-en-turquie>

Texte :

Comment Médecins Sans Frontières a réagi aux tremblements de terre en Syrie et en Turquie jusqu'à présent ? Accueil ▾

A+ Lundi 06 mars 2023 Temps de lecture: 5 minutes Partager Haut de page ▾

SYRIE

Qu'a fait Médecins Sans Frontières en Syrie jusqu'à présent?

- Matériel d'aide distribués : 30232
- Consultations dans des cliniques mobiles : 5667
- Consultations en santé mentale : 450
- Dons de matériel médical : 27 tonnes
- Hôpitaux soutenus : 32

Médecins Sans Frontières (MSF) était déjà présent dans le nord-ouest et le nord-est de la Syrie avant que les tremblements de terre ne surviennent. Cela nous a permis de réagir relativement vite dans les zones les plus touchées, principalement dans le nord-ouest de la Syrie. Le nord-est de la Syrie ayant été moins touché.

Nous avons ajusté nos activités afin de pouvoir répondre immédiatement aux besoins humanitaires. Dans les premiers jours, il s'agissait principalement de :

- Soutenir les installations médicales pour traiter les patients en leur apportant une aide matérielle et humaine.
- Faciliter le transport des patients en soutenant les ambulances
- Distribuer des articles de première nécessité aux personnes touchées.

Dans un deuxième temps, nous avons intensifié nos efforts en déployant des cliniques mobiles, en distribuant des biens de secours, en menant des activités dans le domaine de l'eau, de l'assainissement et de la logistique, et en fournissant une première aide psychologique.

Nord-ouest de la Syrie

Soutien aux services de santé dans les gouvernorats d'Idlib et d'Alep

MSF a soutenu 32 hôpitaux et structures de santé grâce à des dons de kits d'urgence, de kits de traumatologie, de fournitures médicales et de couvertures. Nous avons envoyé du personnel médical, notamment des chirurgiens. Dans 4 structures de santé du gouvernorat d'Idlib, nous avons traité des patients blessés et l'ajout de tentes permettant le triage des patients en fonction de leurs besoins nous a permis d'augmenter la capacité de l'hôpital. En outre, nous avons déployé des ambulances MSF et soutenu 90 autres ambulances.

Cliniques mobiles

Des cliniques mobiles ont été mises en place dans trois centres d'accueil et 11 camps différents dans le nord-ouest de la Syrie. L'objectif est de fournir des services médicaux essentiels.

Services de santé mentale

Nos équipes ont mis en place un service d'assistance téléphonique en permettant un soutien psychologique. Celle-ci est communiquée au sein de la communauté par l'intermédiaire de nos promoteurs de santé et de nos spécialistes en santé mentale.

Assistance aux familles affectées

Dans le gouvernorat d'Alep, nous avons travaillé avec des partenaires locaux pour distribuer de la nourriture et des couvertures à plus de 500 familles dans des abris à Afrin. 800 kits, tels que des articles d'hygiène, des kits de cuisine, des kits d'hiver et des couvertures, ont été distribués aux personnes touchées à Jindires, l'une des villes les plus durement impactées. Ces kits ont également été distribués aux familles vivant dans des abris à Azaz et Mare' et dans les villages environnants. Dans le nord-ouest de la Syrie, ils ont distribué un total de 19 594 couvertures. La priorité reste de fournir une aide d'urgence appropriée aux personnes touchées par les tremblements de terre, en particulier : celles qui ne disposent pas d'abri dans ces conditions extrêmes. Nous continuerons à évaluer les besoins et à adapter notre réponse en conséquence.

Dons dans le nord-ouest de la Syrie

Toujours dans l'optique de poursuivre notre soutien, le dimanche 26 février 2023, MSF a envoyé un convoi de 15 camions avec 1234 tentes et kits d'hiver qui seront distribués dans les prochains jours. En outre, 24 tonnes de fournitures médicales ont été importées en vue de l'intensification des opérations.

Nord-est de la Syrie

Aucun dommage majeur n'a été signalé aux environs de nos opérations dans le nord-est de la Syrie. Cependant, l'équipe explore activement les possibilités de fournir un soutien à d'autres zones touchées en Syrie.

JE FAIS UN DON >

TURQUIE

L'aide humanitaire fournie par MSF en Turquie se fait en partenariat avec les ONG locales sur le terrain.

- Distribution de 27 000 kits d'hygiène
- Distribution de 14 000 articles de secours
- Approvisionnement de plus de 20 000 litres d'eau
- Plus de 180 000 repas ont été servis
- Distribution de 9 000 produits alimentaires
- Distribution de plus de 34 tonnes de bois

Soutien à la santé mentale

- **Hatay, Kahramanmaras, Pazarcik et Kayseri**

MSF a apporté un soutien psychologique et psychosocial aux personnes touchées. Il s'agit notamment de volontaires et d'équipes de recherche et de sauvetage participant à l'intervention, grâce à des consultations individuelles et en groupe et au don de matériel pédagogique pour des ateliers psychosociaux.

Don de matériel de secours essentiels et de fournitures médicales, WASH et nourriture

- **Adiyaman**

Les équipes MSF ont fait don de générateurs électriques et de plus de 7 000 kits d'hygiène et articles de secours, tels que des couvertures, des sacs de couchage, des batteries d'alimentation, des cuisinières électriques, des couches et des sous-vêtements d'hiver. Plus de 20 000 litres d'eau, un véhicule pour le transport de médicaments et du carburant pour les cliniques mobiles ont également été donnés.

- **Elbistan**

Nous avons fait don de 250 kits d'hygiène et de 400 sous-vêtements thermiques pour les premiers intervenants. De la nourriture a également été distribuée dans plusieurs villages de la périphérie d'Elbistan.

- **Gaziantep**

MSF a fait don de 3 000 kits d'hygiène au Croissant-Rouge turc.

- **Islahiye discrét**

Les équipes MSF ont donné du matériel médical et non médical à l'hôpital et au camp de déplacés d'Islahiye, et de kits d'hygiène au Croissant-Rouge turc.

- **Hatay**

Nous avons donné plus de 14 000 kits d'hygiène et 3 000 articles de secours et tentes aux hôpitaux, ainsi que de la nourriture et de l'eau. Plus de 8 000 produits alimentaires ont été donnés, notamment du pain et des colis alimentaires. Les installations d'eau et d'assainissement dans la ville et dans les camps de fortune pour personnes déplacées ont été améliorées. En outre, MSF a aidé une organisation partenaire

à mettre en place des cliniques mobiles pour mères et enfants (soins prénatals, soins néonataux, soins aux nourrissons et aux enfants) et a fait don de traitements médicaux contre la gale.

- **Kilis**

Nous avons soutenu la distribution de 180 000 repas chauds à 6 000 personnes dans quatre camps à Kilis, en collaboration avec l'IBC et le Croissant-Rouge turc.

- **Kahramanmaras, Pazarcik et Kayseri**

Les équipes MSF ont fait don d'articles de secours tels que des sacs de couchage, des vêtements d'hiver pour les bébés, des articles de soins personnels et des kits d'hygiène. Des fruits et légumes frais ont également été donnés aux organisations offrant des repas aux personnes déplacées.

- Malatya

Nous avons fait don de 500 kits d'hygiène et de 150 paquets de couches pour adultes pour les personnes vivant dans des camps informels et des villages dans des zones difficiles à atteindre.

Soutenir les victimes

FAIRE UN DON ➔

* Catégorie 1 : Article du site internet 7

Date de publication : 12 avril 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/news/soutien-%C3%A0-la-sant%C3%A9-mentale-des-personnes-touch%C3%A9es-par-les-tremblements-de-terre-en-turquie>

Texte :

Soutien à la santé mentale des personnes touchées par les tremblements de terre en Turquie

A+ Mercredi 12 avril 2023 Temps de lecture: 5 minutes

Turquie

Catastrophes naturelles

Partager

Haut de page

En Turquie, les conséquences des tremblements de terre de février sont très visibles dans les zones touchées: bâtiments détruits, camps de fortune et tentatives de reconstruction. Les fortes pluies ont provoqué des inondations, ce qui a encore aggravé la situation. Les tremblements de terre ont également eu des effets moins visibles, mais néanmoins importants, sur les survivants. En Turquie, Médecins Sans Frontières (MSF) soutient des organisations locales qui apportent un soutien psychosocial aux personnes qui tentent de reconstruire leur vie.

"NOS MAISONS SONT DEVENUES DES MONSTRES" : LES SURVIVANTS NE SE SENTENT PLUS EN SÉCURITÉ ENTRE QUATRE MURS

Dans les jours qui ont suivi les tremblements de terre, les gens sont restés à l'extérieur de leurs maisons détruites pendant que les équipes de recherche et de secours essayaient de sauver d'autres personnes sous les décombres. Outre le traumatisme psychologique causé par l'impact des tremblements de terre, les survivants de la première phase ont dû identifier chaque corps trouvé dans les décombres et vérifier qu'il s'agissait bien d'un être cher. Début avril, plus de 50 300 personnes avaient trouvé la mort rien qu'en Turquie, selon les autorités turques.

"Malgré les conditions sanitaires problématiques et parfois les mauvaises conditions météorologiques, la plupart des gens ont encore trop peur pour entrer dans les bâtiments. Ils ne se sentent pas en sécurité et restent dehors par instinct de survie", explique Adiyaman Nazlı Sinem Koytak, psychologue pour l'Iniciyatif, une ONG locale soutenue par MSF.

"Dans l'un des villages, les participants ont déclaré que leurs maisons étaient "devenues des monstres". Les gens avaient l'habitude de s'abriter dans leurs maisons, mais maintenant les maisons sont devenues un lieu de peur, un lieu qui les tue", explique Koytak.

Groepsessie buiten

Nazlı Sinem Koytak, psychologue d'une organisation soutenue par MSF, anime une session de soutien psychosocial pour les femmes à Kayatepe (Rezip), dans la banlieue d'Adiyaman. Mars 2023 © Mariana Abdalla.

LES SYMPTÔMES DE STRESS POST-TRAUMATIQUE NE S'ESTOMPENT PAS ET FONT DES RAVAGES SUR LE PLAN PHYSIQUE

Les professionnels de la santé mentale encouragent les gens à partager leurs émotions, leurs histoires et leurs difficultés. Ils expliquent aux victimes que leurs sentiments sont normaux en raison de ce qu'elles ont vécu. Les séances de groupe créent un lien entre les participants et rassemblent les gens afin qu'ils puissent se soutenir mutuellement.

Les personnes restent en état d'hyperalerte et souffrent de problèmes de concentration et de sommeil. Certains font des cauchemars toutes les nuits, ont des pertes de mémoire ou perdent l'appétit. Les répliques quotidiennes font que les gens revivent constamment dans leur esprit ce qui s'est passé et croient qu'une autre catastrophe pourrait se produire. Selon la présidence turque pour la gestion des catastrophes et des urgences (AFAD), il y a eu plus de 25 000 répliques depuis les tremblements de terre du 6 février, dont 47 ont dépassé une magnitude de 5 sur l'échelle de Richter. En conséquence, les psychologues constatent que les symptômes de stress post-traumatique ne diminuent pas. Le bilan psychologique de la catastrophe se traduit aussi parfois par des crises de panique, des douleurs musculaires et des troubles de l'alimentation.

Dans les zones rurales d'Adiyaman, où İmece İnisiyatifi (İmece Initiative) organise des activités de soutien, la plupart des familles ont perdu au moins une personne. Elles tentent de reconstruire leurs moyens de subsistance et leurs communautés. En outre, les personnes doivent souvent héberger des membres de leur famille vivant dans les villes.

LES EFFETS DES TREMBLEMENTS DE TERRE CATALYSENT LES TENSIONS PRÉEXISTANTES ENTRE DIFFÉRENTS GROUPES

Dans les zones urbaines, les tensions préexistantes entre différents groupes peuvent s'aggraver en raison des ressources. En raison de l'ampleur de la catastrophe, les besoins en nourriture, en eau, en installations sanitaires, en tentes et autres articles non alimentaires sont énormes. Yardım Konvoyu, une association de convois de secours, se concentre, avec le soutien de MSF, sur les distributions aux personnes vivant dans des camps de fortune. "La perte des moyens de subsistance crée une autre situation difficile à laquelle les gens doivent s'adapter", explique Koytak.

"Les gens ne peuvent plus travailler ou s'occuper de leurs tâches ménagères. Adiyaman, par exemple, est une ville dévastée. Au fil du temps, cette situation affectera de plus en plus les émotions et le comportement des personnes, notamment à cause de la peur. Cela rend le rétablissement à long terme beaucoup plus difficile. Les organisations locales soutenues par MSF offrent un soutien psychosocial à un large éventail de personnes : travailleurs de la santé turcs, réfugiés syriens, bénévoles, hommes, femmes et enfants. L'aide psychosociale peut prendre différentes formes, en particulier pour les enfants, pour qui notamment des activités simples comme le dessin, la danse ou l'écoute de la musique sont proposées.

Les tremblements de terre ont été dévastateurs et leurs effets affecteront la vie des gens pendant des années. En travaillant avec des organisations locales pour fournir un soutien psychosocial, MSF vise à aider les personnes à accéder aux ressources nécessaires pour reconstruire et faire face à l'immense traumatisme qu'elles ont subi.

MSF SOUTIENT LES ORGANISATIONS LOCALES QUI APPORTENT UN SOUTIEN PSYCHOSOCIAL AUX PERSONNES VIVANT DANS LES ZONES TOUCHÉES.

Cela inclut les provinces d'Adiyaman et de Malatya avec İmece İnisiyatifi, et les provinces de Hatay et de Kahramanmaraş avec Maya Vakfı. Au 24 mars, plus de 7 500 personnes avaient été contactées dans le cadre de consultations individuelles et collectives.

En Turquie, MSF soutient des organisations locales telles que İmece İnisiyatifi et Yardım Konvoyu. İmece İnisiyatifi est une organisation à but non lucratif basée à Izmir, en Turquie, qui utilise le principe traditionnel turc de "imece", basée sur l'action collective et le soutien mutuel. Depuis les tremblements de terre, l'organisation se concentre sur le développement communautaire et distribue des secours d'urgence, de l'éducation et un soutien psychosocial aux populations vulnérables.

Maya Vakfi est une organisation turque à but non lucratif qui se concentre sur le développement mental, physique et académique des enfants et des jeunes âgés de 5 à 24 ans et de ceux qui s'en occupent. Actuellement, l'organisation mène des activités psychosociales et organise des événements pour améliorer les capacités d'adaptation et le processus de guérison des personnes touchées. Cela fait partie de la réponse aux tremblements de terre et de l'expérience croissante de l'organisation en matière de gestion des catastrophes. Maya Vakfi propose également des activités de renforcement des capacités et de bien-être destinées aux employés du gouvernement qui sont des intervenants de longue date.

Yardım Konvoyu est une organisation d'aide d'urgence basée à Istanbul qui fournit une assistance dans les zones de catastrophe et de crise, en se concentrant sur la santé, l'eau et l'assainissement et la sécurité alimentaire. Depuis les tremblements de terre, l'organisation est présente sur le terrain à Kahramanmaraş, Adıyaman, Hatay et Gaziantep.

* Catégorie 1 : Article du site internet 8

Date de publication : 18 avril 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/news/mise-%C3%A0-jour-comment-m%C3%A9decins-sans-fronti%C3%A8res-atil-r%C3%A9agi-aux-tremblements-de-terre-en-syrie-et>

Texte :

Mise à jour: comment Médecins Sans Frontières a-t-il réagi aux tremblements de terre en Syrie et en Turquie? Naviguez ▾

A- A+ Mardi 18 avril 2023 | Temps de lecture: 4 minutes Partager 18 Haut de page ^

Syrie Turquie

Catastrophes naturelles

SYRIE

Qu'a fait Médecins Sans Frontières en Syrie jusqu'à présent?

- Produits d'aide distribués: 84.810
- Consultations dans les cliniques mobiles: 23.790
- Consultations en santé mentale: 6.000
- Fournitures médicales données: 35 tonnes
- Hôpitaux soutenus: 32

Médecins Sans Frontières (MSF) était déjà présent dans le nord-ouest et le nord-est de la Syrie avant les tremblements de terre. Cela nous a permis de réagir relativement rapidement dans les zones les plus touchées, et ce principalement dans le nord-ouest de la Syrie. Le nord-est de la Syrie ayant été moins touché.

Aujourd'hui, MSF a intensifié ses efforts en déployant des cliniques mobiles, en distribuant du matériel de secours, en menant des activités logistiques et d'approvisionnement en eau et d'assainissement, ainsi qu'en fournissant des premiers soins psychologiques et des soins de santé mentale.

En outre, MSF soutiendra la réhabilitation de certains établissements de santé touchés.

Nord-ouest de la Syrie

Soutien aux structures de santé dans les gouvernorats d'Idlib et d'Alep

MSF a soutenu 32 hôpitaux et centres de santé en faisant don de kits d'urgence, de kits de traumatologie, de matériel médical et de couvertures. Nous avons envoyé du personnel médical, y compris des chirurgiens. Dans 4 centres de santé d'Idlib, nous avons traité des patients blessés et l'ajout de tentes de triage nous a permis d'augmenter la capacité de l'hôpital. En outre, nous avons déployé des ambulances MSF et nous en avons soutenu 90 autres. Par ailleurs, nous avons intensifié nos efforts en déployant des cliniques mobiles et en distribuant des fournitures de secours.

Cliniques mobiles

Nous avons mis en place 13 cliniques mobiles dans différents abris et camps dans le nord-ouest de la Syrie. L'objectif est de fournir des services médicaux essentiels.

Services de santé mentale

Nos équipes ont mis en place un service d'assistance téléphonique en matière de santé mentale. Celle-ci est relayée au sein de la communauté par nos promoteurs de santé et nos spécialistes de la santé mentale.

Nous fournissons également des services de santé mentale dans les cliniques mobiles et les centres de santé que nous soutenons, et nous mettons en place des espaces sûrs pour les activités sociales et récréatives destinées aux femmes et aux enfants. Nous construisons également une unité de soins psychosociaux (PSCU) pour fournir un soutien post-crise à notre personnel MSF affecté par la catastrophe.

Assistance aux familles touchées

Dans le gouvernorat d'Alep, nous avons travaillé avec nos partenaires locaux pour distribuer de la nourriture et des couvertures à plus de 500 familles dans les abris d'Afrin. 840 kits d'hygiène ont été distribués aux personnes déplacées vivant dans des camps à la périphérie de la ville. Nous avons également fourni à une boulangerie 20 tonnes de farine et 5 000 litres de carburant.

En outre, 940 familles déplacées ont reçu un ensemble complet de biens essentiels, tels que des kits d'hygiène, des kits de cuisine, des couvertures, des matelas et des jerrycans, et 4 366 kits d'hygiène ont été distribués dans 36 camps de la région de Sharran à Alep.

Dans plus de 200 camps de la province d'Idlib, notre équipe continue de distribuer des biens de première nécessité aux familles les plus touchées. En mars 2023, 150 tentes et 2 743 kits ont été distribués aux familles hébergées dans les camps de Sarmada, Al-Dana, Marat Mersin et d'autres districts. Au total, 30 900 couvertures ont été distribuées dans le nord-ouest de la Syrie.

Construction d'un nouveau centre de maternité à Jindires, Alep

Suite à la destruction du centre de maternité à Jindires, nous aiderons à la construction d'un nouveau centre de maternité afin de fournir un espace sûr et approprié pour les femmes qui accouchent.

Eau et installations sanitaires

Dans le gouvernorat d'Idlib, nous fournissons des services d'eau et d'assainissement dans 18 camps de personnes déplacées. Nous réparons les latrines, fournissons des camions-citernes, installons des réservoirs d'eau et soutenons les services de collecte des déchets.

Donations/AZG aide dans le nord-ouest de la Syrie

MSF a envoyé un convoi de 53 camions avec des tentes, des kits d'hiver et d'autres articles essentiels. Nos équipes les ont distribués aux victimes du tremblement de terre. De plus, 35 tonnes de matériel médical ont été importées pour préparer l'intensification des opérations.

Nord-est de la Syrie

Les tremblements de terre n'ont pas fait de dégâts majeurs ni de blessés dans ou à proximité de nos projets dans le nord-est de la Syrie. Cependant, l'équipe utilise activement toutes les opportunités pour apporter son soutien aux zones touchées par le tremblement de terre ailleurs en Syrie.

TURQUIE

L'aide humanitaire fournie par MSF en Turquie se fait en partenariat avec des ONG locales sur le terrain. Elle comprend des interventions psychosociales, l'amélioration des installations d'eau et d'assainissement ainsi que la distribution de matériels de secours et de dons en tenant compte de l'évolution de la situation d'urgence humanitaire.

MSF continue de donner et de distribuer du matériel médical, de la nourriture, de l'eau et des fournitures logistiques, ainsi que des dizaines de milliers d'articles de secours tels que des kits d'hygiène, des couvertures, des chauffages et des sous-vêtements. Nous répondons également aux immenses besoins en eau et en assainissement. Nous construisons des douches et des toilettes, et nous installons et remplissons des réservoirs d'eau dans les camps de fortune, entre autres.

Qu'a fait Médecins Sans Frontières en Turquie jusqu'à présent?

- Activités psychosociales: 7.668 personnes
- Donation:
 - 167 toilettes
 - 22 douches
 - 54 réservoirs d'eau
 - 40 tonnes de fruits et légumes
 - 743 850 litres d'eau
- Distribution
 - 2.058 réservoirs d'énergie
 - 267 tentes
 - 3.109 bâches
 - 36.843 couvertures
 - 50,5 tonnes de bois de chauffage
 - 10.614 couchers
 - 10.500 jerrycans pour l'eau
 - 14.003 sous-vêtements
 - 25.666 kits d'hygiène
 - 6.809 kits d'hiver
 - 99.923 bidons d'eau

C'est grâce au soutien de nos donateurs que nous pouvons apporter une aide médicale humanitaire dans les zones touchées, et décupler notre impact.

Vous souhaitez rester informé de nos autres projets ? Inscrivez-vous à notre lettre d'information!

JE M'INSCRIS >

* Catégorie 1 : Article du site internet 9

Date de publication : 31 janvier 2024

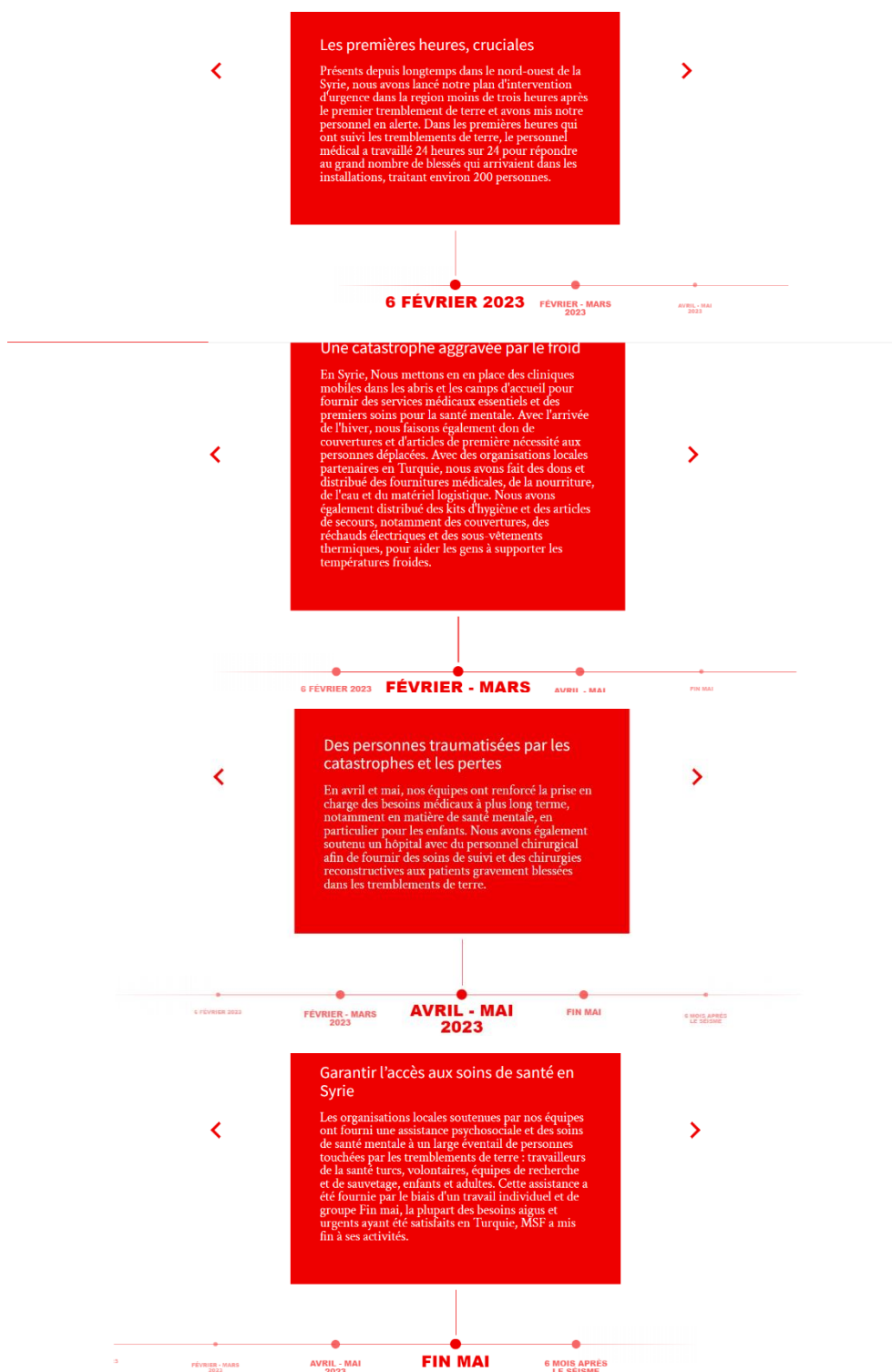
Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/sur-les-traces-du-s%C3%A9isme-turquiesyrie-un-an-plus-tard>

Texte :



Nous avons fait appel à vos dons pour pouvoir réagir au plus vite et vous avez répondu présent. Découvrez l'impact de vos dons partout où le séisme a fait des ravages.

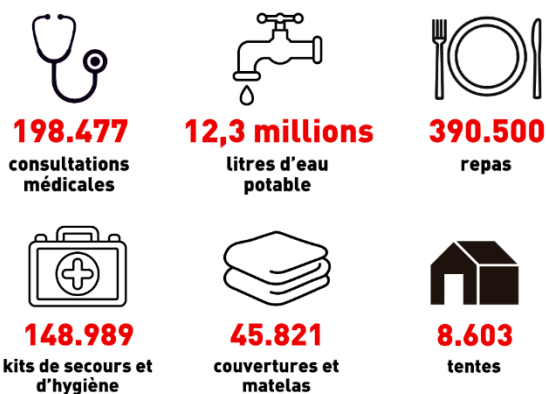
🚒 COMMENT AVONS-NOUS RÉAGI À L'URGENCE ?





Notre intervention en quelques chiffres

Grâce à votre générosité et à la mobilisation de nos équipes sur le terrain, nous avons été en mesure de fournir :



C'est grâce à vos dons à notre fonds d'urgence que nous avons été en mesure d'intervenir rapidement en Syrie et en Turquie et que nous pouvons continuer de le faire dans d'autres pays.

Dans de tels moments critiques, les dons au fonds d'urgence de MSF jouent un rôle vital. Ces contributions permettent à Médecins Sans Frontières d'intervenir immédiatement, fournissant des soins médicaux d'urgence, des abris temporaires, de la nourriture et de l'eau potable aux survivants. Chaque don devient un acte concret de solidarité qui aide à atténuer la souffrance des personnes touchées.

Vos dons ont sauvé des vies, aidez-nous à réagir immédiatement lors de la prochaine catastrophe.

 [Je fais un don au fonds d'urgence](#)

Tant qu'il y a des besoins médicaux, MSF reste sur le terrain

Un an après les tremblements de terre qui ont exacerbé une situation sanitaire désastreuse en Syrie, les équipes de MSF sont toujours présentes sur le terrain. Dans le camp d'Al Hol, les conditions dangereuses et insalubres du camp, ainsi que la nature prolongée de leur détention dont on ne voit pas la fin, ont entraîné un énorme besoin de soutien en santé mentale pour les personnes qui y sont détenues.

En 2023, MSF a soutenu plus de 10 000 personnes au camp d'Al Hol avec des activités de santé mentale pour les enfants, les adolescents et les adultes, hommes et femmes, et a fourni 2000 consultations lors de séances de conseil thérapeutique individuel.

Les activités de santé mentale sont un élément essentiel de toute intervention médicale. Elles peuvent fournir un environnement sûr et favorable aux personnes pour qu'elles expriment leurs sentiments, traitent leurs expériences et apprennent des mécanismes d'adaptation.

 Je suis les activités de MSF sur le terrain

“Je viens ici pour pleurer et raconter mes peines. Quand je quitte la clinique, j'ai l'impression d'avoir tout jeté derrière moi.

*OM OTHMAN | 42 ANS

 Partagez cette citation

“Dans notre société, quand quelqu'un est déprimé, on dit que son esprit est possédé et qu'il a besoin d'un exorcisme, mais j'ai décidé de suivre la voie scientifique et de me rendre à la clinique MSF. J'étais gêné de dire à mes voisins et à mes amis que je suivais des séances de santé mentale, de peur qu'ils ne me considèrent comme un fou. Ces séances m'ont beaucoup apporté, car je sais que la vie ne consiste pas seulement à prendre soin des autres, mais aussi à prendre soin de soi !

*UM KHALED | 35 ANS

 Partagez cette citation

“Je viens ici à la clinique de santé mentale de MSF pour me débarrasser de la négativité dans nos vies. C'est bien d'avoir quelqu'un qui peut vous écouter et vous accorder du temps et de l'attention.

*ABU OMAR | 43 ANS

 Partagez cette citation

**Les noms ont été modifiés pour respecter l'anonymat de nos patients, à leur demande.*

* Éléments de discours 1 provenant d'articles à objectif mixte

Date de publication : 17 février 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/news/update-s%C3%A9ismes-o%C3%B9-en-sont-les-op%C3%A9rations-de-m%C3%A9decins-sans-fronti%C3%A8res-en-syrie-et-en-turquie>

Texte :

Update séismes : où en sont les opérations de Médecins Sans Frontières en Syrie et en Turquie ?

A A+ Vendredi 17 février 2023 | Temps de lecture: 2 minutes

Partager H Haut de page <

Alors que la réponse aux tremblements de terre entre dans sa deuxième phase, après les premiers sauvetages, les équipes de Médecins Sans Frontières envisagent maintenant les effets secondaires du séisme. Les graves perturbations dans l'accès aux soins de santé affectent les plus vulnérables, et augmentent les risques d'épidémies. Il est clair que l'aide actuelle ne répond pas aux besoins de la population du nord-ouest de la Syrie. La réponse humanitaire doit être renforcée immédiatement et adressée au plus près des communautés qui ont urgemment besoin d'hébergements, de nourriture, de matériel pour se chauffer et de soins médicaux.

Afin de répondre à certains des besoins immédiats, les organisations humanitaires doivent pouvoir accéder à tous les points frontaliers possibles. Médecins Sans Frontières constate actuellement un manque de carburant, d'électricité, d'eau et d'installations sanitaires adéquates. Il est également très difficile pour les personnes touchées par le tremblement de terre de bénéficier d'un soutien psychologique, au combien important, y compris pour notre personnel.

EN SYRIE

Activités de MSF dans le nord-ouest de la Syrie

- Entre le 6 et le 12 février, les structures soutenues par MSF ont déclaré avoir soigné plus de 7 600 personnes blessées et enregistré environ 1 000 décès.
- MSF soutient 38 hôpitaux et structures de santé, via des dons de kits d'urgence, de kits de traumatologie, de fournitures médicales et d'équipements de laboratoire, de médicaments et de couvertures. Cela inclut des installations à Idlib, Azaz, Afrin, Mare', Bab El Hawa, entre autres villes.
- Nous avons envoyé certains cadres de nos équipes dans les hôpitaux et augmenté la capacité des lits dans nos installations médicales en ajoutant des tentes là où nécessaire et des points de traitement des blessures. Sans oublier l'approvisionnement des ambulances en carburant.
- Dans le gouvernorat d'Idlib, MSF gère 4 cliniques mobiles dans des centres d'accueil, offrant des consultations générales, des services de santé reproductive et des consultations psychologiques. Au 13 février, nous avons effectué 2 134 consultations. Nous avons fourni 6 100 couvertures à 13 hôpitaux, et nous soutenons la production d'oxygène pour 8 établissements de santé. Nous avons également fait don de carburant à deux hôpitaux afin qu'ils puissent poursuivre leurs activités.
- Dans le gouvernorat d'Alep, le 13 février, nous avons lancé une clinique mobile à Jindires, pour aider les communautés déplacées. Rien que le premier jour, nous avons traité 119 patients, dont des enfants, des femmes enceintes et des personnes blessées, en plus des consultations de santé mentale.

Aide d'urgence

- Dans le gouvernorat d'Idlib et le district d'Afrin à Alep, nous avons distribué avec nos partenaires locaux plus de 700 kits familiaux comprenant des couvertures, des matelas et un kit d'arrivée. En plus de 7 700 couvertures individuelles, 1 100 kits d'hygiène, 50 tentes et 550 matelas supplémentaires dans les centres d'accueil.
- Nous avons distribué aux personnes affectées à Jindires et aux familles dans les abris d'Azaz et de Mare' et des villages environnants, en collaboration avec des partenaires locaux, plus de 515 kits complets produits non alimentaires, comprenant des produits hygiéniques, des kits de cuisine, des kits d'hiver et des couvertures.
- Dans la ville d'Idlib Ouest, Médecins Sans Frontières a distribué des couvertures, des bâches en plastique et des kits d'hiver aux familles. Nous avons également distribué 109 m³ d'eau et placé 5 réservoirs d'eau dans différents centres d'accueil.

Dans le nord-ouest de la Syrie, MSF travaille également avec des ONG locales. En plus de l'aide d'urgence, nos équipes continuent à fournir une assistance médicale régulière et les activités dans les hôpitaux qui n'ont pas été touchés se poursuivent.

EN TURQUIE

En collaboration avec l'ONG turque International Blue Crescent et le Croissant Rouge turc, MSF distribue depuis le 8 février de la nourriture et des premiers soins dans plusieurs centres d'hébergement à Kilis, une zone frontalière de la province de Gaziantep.

Suite aux tremblements de terre, nous avons soumis deux propositions au ministère des Affaires étrangères les 6 et 7 février pour aider la population turque grâce à nos équipes médicales et l'installation d'hôpitaux de campagne. Les autorités turques n'ont pour l'instant demandé que des dons de matériel médical et autres fournitures. Le modèle et l'ampleur de notre réponse humanitaire dépendra donc de l'évaluation de la situation et de l'espace dont nous disposerions pour mener une action efficace.

* Eléments de discours 2 provenant d'articles à objectif mixte

Date de publication : 3 janvier 2024

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/domaines-action/8-temps-forts-de-lann%C3%A9e-2023>

Texte :

8 temps forts de l'année 2023

8 temps forts de l'année 2023

Partager

Haut de page

8 TEMPS FORTS DE L'ANNÉE 2023

Tout au long de l'année 2023, nos équipes ont agi dans le monde entier pour apporter une aide médicale aux personnes dans le besoin. Derrière chacune de ces actions, il y a quelque chose de spécial : votre soutien.

Grâce à vous, dans de nombreux endroits où se trouvent des communautés vulnérables - celles qui sont les plus exposées aux crises humanitaires et sanitaires - les équipes de MSF sont déjà sur place. Même quand les caméras n'y sont pas.

Merci d'avoir rendu nos actions possibles.

2 | RÉPONSE AUX SÉISMES

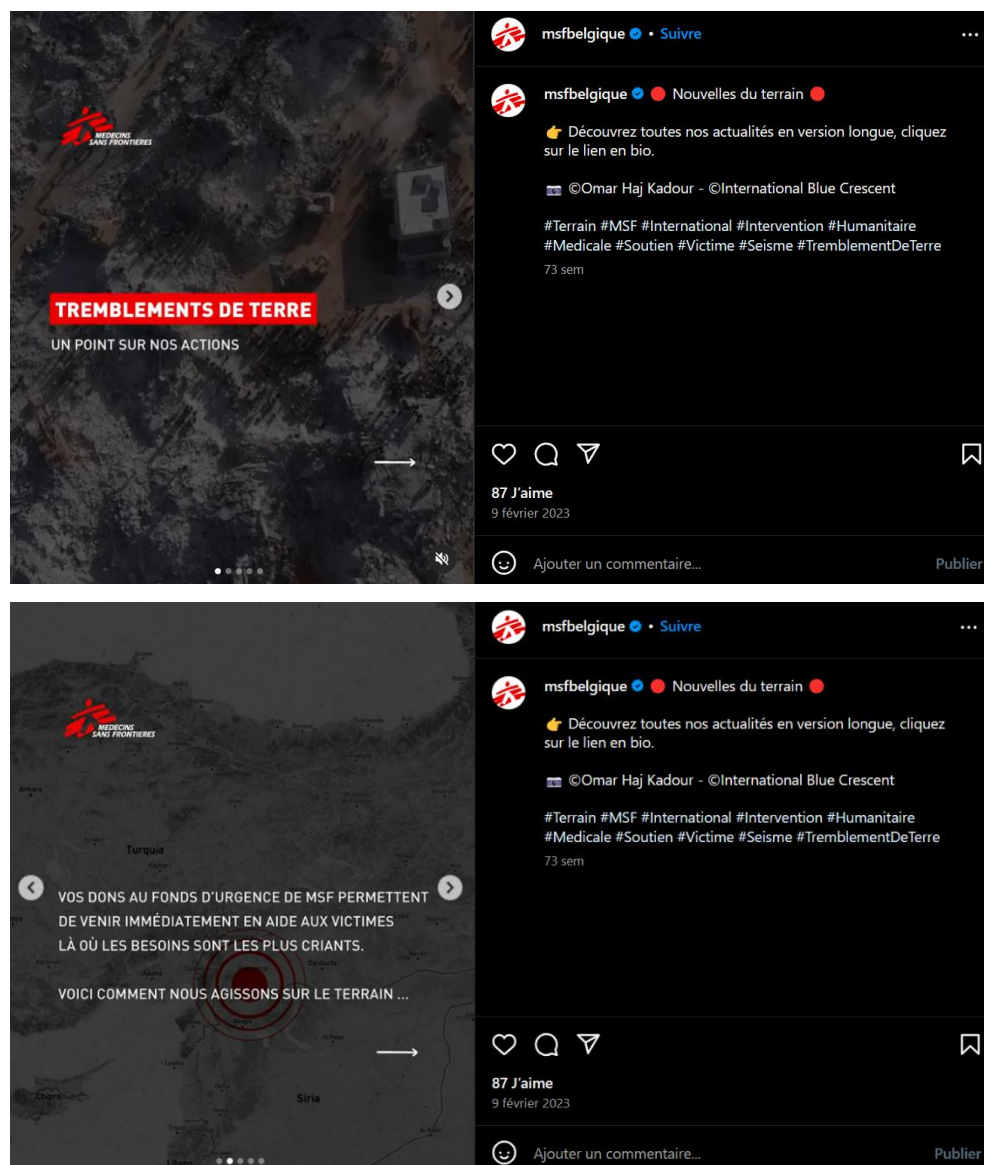
L'un des événements les plus choquants de l'année 2023 s'est produit aux premières heures du lundi 6 février, lorsque deux violents tremblements de terre ont frappé le nord-ouest de la Syrie et le sud-est de la Turquie. 55 000 personnes ont été tuées, des villes entières ayant été réduites à l'état de décombres alors que les habitants dormaient dans leur lit.

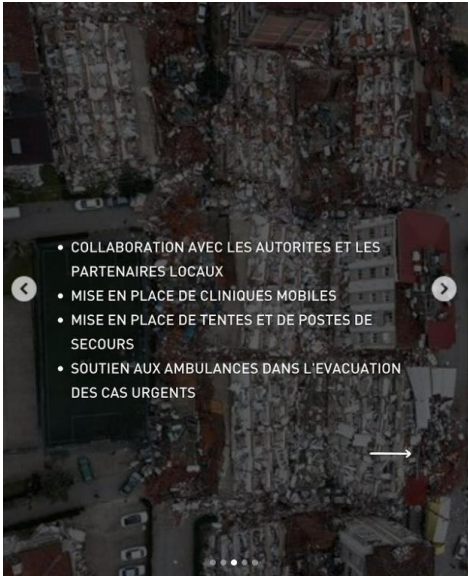
Le personnel de MSF qui travaillait déjà dans le nord de la Syrie, a réagi immédiatement. Dans les deux semaines qui ont suivi la catastrophe, nos hôpitaux ont traité plus de 7 600 personnes, nous avons livré du matériel médical d'urgence à 38 hôpitaux et traité 5 600 survivants dans des cliniques mobiles situées dans des centres d'accueil et des camps.

SOUS-CATEGORIE 2 : POSTS DU COMPTE INSTAGRAM DE MSF-B

* Catégorie 1 : Post Instagram 1

Date de publication : 09 février 2023





- COLLABORATION AVEC LES AUTORITES ET LES PARTENAIRES LOCAUX
- MISE EN PLACE DE CLINIQUES MOBILES
- MISE EN PLACE DE TENTES ET DE POSTES DE SECOURS
- SOUTIEN AUX AMBULANCES DANS L'EVACUATION DES CAS URGENTS


msfbelgique • Suivre


Nouvelles du terrain

Découvrez toutes nos actualités en version longue, cliquez sur le lien en bio.

©Omar Haj Kadour - ©International Blue Crescent

#Terrain #MSF #International #Intervention #Humanitaire
 #Medicale #Soutien #Victime #Seisme #TremblementDeTerre

73 sem





87 J'aime

9 février 2023


 Ajouter un commentaire...

Publier



- SOUTIEN AUX HÔPITAUX : KITS D'URGENCE, KITS DE TRAUMATOLOGIE, KITS CHIRURGICAUX, ...
- PRISE EN CHARGE DES PATIENTS
- DISTRIBUTION DE COUVERTURES, DE KITS D'HYGIENE, ET DE COLIS ALIMENTAIRES
- ...


msfbelgique • Suivre


Nouvelles du terrain

Découvrez toutes nos actualités en version longue, cliquez sur le lien en bio.

©Omar Haj Kadour - ©International Blue Crescent

#Terrain #MSF #International #Intervention #Humanitaire
 #Medicale #Soutien #Victime #Seisme #TremblementDeTerre

73 sem





87 J'aime

9 février 2023


 Ajouter un commentaire...

Publier



#MSF

AGISSONS ENSEMBLE


msfbelgique • Suivre


Nouvelles du terrain

Découvrez toutes nos actualités en version longue, cliquez sur le lien en bio.

©Omar Haj Kadour - ©International Blue Crescent

#Terrain #MSF #International #Intervention #Humanitaire
 #Medicale #Soutien #Victime #Seisme #TremblementDeTerre

73 sem





87 J'aime

9 février 2023


 Ajouter un commentaire...

Publier

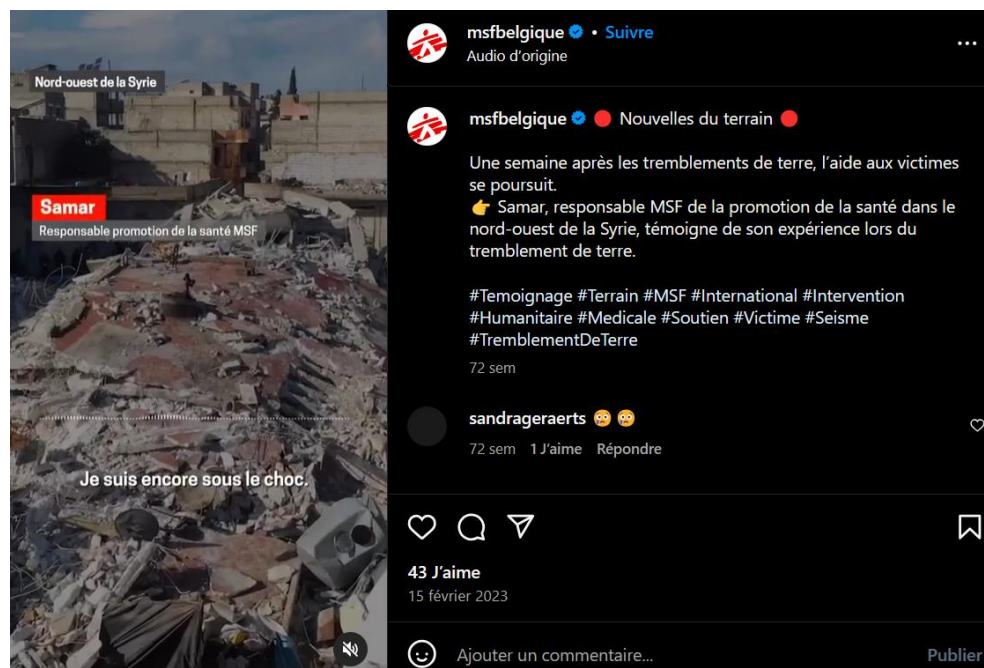
* Catégorie 1 : Post Instagram 2

Date de publication : 13 février 2023



* Catégorie 1 : Post Instagram 3

Date de publication : 15 février 2023



* Catégorie 1 : Post Instagram 4

Date de publication : 17 février 2023



msfbelgique • Suivre

msfbelgique • Nouvelles du terrain

Les victimes témoignent de leur réalité

©Omar Haj Kadour - ©Igor Barbero

#Temoignage #Terrain #MSF #International #Intervention
#Humanitaire #Medicale #Soutien #Victime #Seisme
#TremblementDeTerre

72 sem

64 J'aime
17 février 2023

Ajouter un commentaire... Publier



msfbelgique • Suivre

msfbelgique • Nouvelles du terrain

Les victimes témoignent de leur réalité

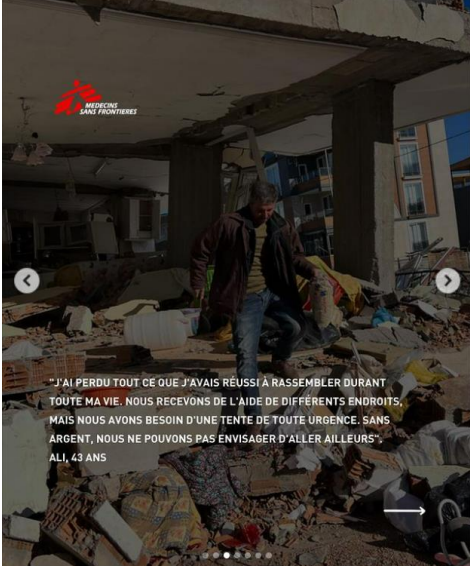
©Omar Haj Kadour - ©Igor Barbero

#Temoignage #Terrain #MSF #International #Intervention
#Humanitaire #Medicale #Soutien #Victime #Seisme
#TremblementDeTerre

72 sem

64 J'aime
17 février 2023

Ajouter un commentaire... Publier




MEDICINS SANS FRONTIÈRES

"J'AI PERDU TOUT CE QUE J'AVAIS RÉUSSI À RASSEMBLER DURANT TOUTE MA VIE. NOUS RECEVONS DE L'AIDE DE DIFFÉRENTS ENDRITS, MAIS NOUS AVONS BESOIN D'UNE TENTE DE TOUTE URGENCE. SANS ARGENT, NOUS NE POUVONS PAS ENVISAGER D'ALLER AILLEURS".
 ALI, 43 ANS


 msfbelgique • Suivre


 msfbelgique • Nouvelles du terrain

Les victimes témoignent de leur réalité

📷 ©Omar Haj Kadour - ©Igor Barbero

#Temoignage #Terrain #MSF #International #Intervention
 #Humanitaire #Medicale #Soutien #Victime #Seisme
 #TremblementDeTerre

72 sem



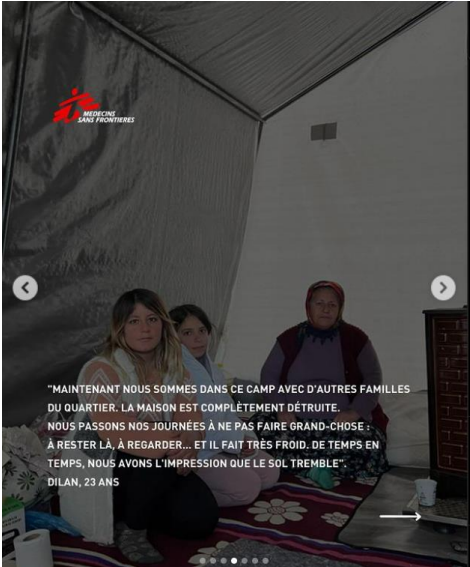


64 J'aime

17 février 2023

😊 Ajouter un commentaire...

Publier




MEDICINS SANS FRONTIÈRES

"MAINTENANT NOUS SOMMES DANS CE CAMP AVEC D'AUTRES FAMILLES DU QUARTIER. LA MAISON EST COMPLÈTEMENT DÉTRUITE. NOUS PASSONS NOS JOURNÉES À NE PAS FAIRE GRAND-CHOSE. À RESTER LÀ, À REGARDER... ET IL FAIT TRÈS FROID, DE TEMPS EN TEMPS, NOUS AVONS L'IMPRESSION QUE LE SOL TREMBLE".
 DILAN, 23 ANS


 msfbelgique • Suivre


 msfbelgique • Nouvelles du terrain

Les victimes témoignent de leur réalité

📷 ©Omar Haj Kadour - ©Igor Barbero

#Temoignage #Terrain #MSF #International #Intervention
 #Humanitaire #Medicale #Soutien #Victime #Seisme
 #TremblementDeTerre

72 sem



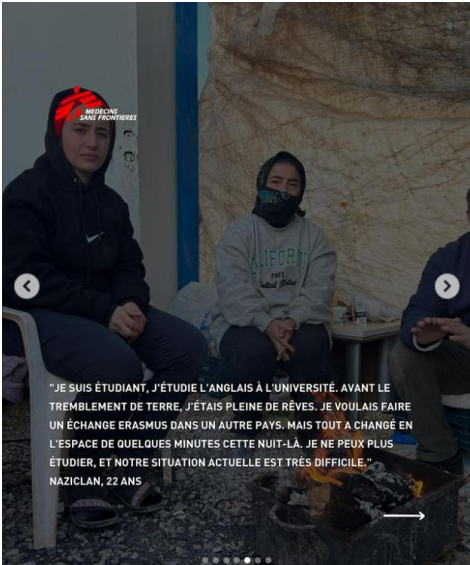


64 J'aime

17 février 2023

😊 Ajouter un commentaire...

Publier




MEDICINS SANS FRONTIÈRES

"JE SUIS ÉTUDIANT, J'ÉTUDE L'ANGLAIS À L'UNIVERSITÉ. AVANT LE TREMBLEMENT DE TERRE, J'ÉTAIS PLEIN DE RÊVES. JE VOULAIS FAIRE UN ÉCHANGE ERASMUS DANS UN AUTRE PAYS. MAIS TOUT A CHANGÉ EN L'ESPACE DE QUELQUES MINUTES CETTE NUIT-LÀ. JE NE PEUX PLUS ÉTUDIER, ET NOTRE SITUATION ACTUELLE EST TRÈS DIFFICILE".
 NAZICLAN, 22 ANS


 msfbelgique • Suivre


 msfbelgique • Nouvelles du terrain

Les victimes témoignent de leur réalité

📷 ©Omar Haj Kadour - ©Igor Barbero

#Temoignage #Terrain #MSF #International #Intervention
 #Humanitaire #Medicale #Soutien #Victime #Seisme
 #TremblementDeTerre

72 sem



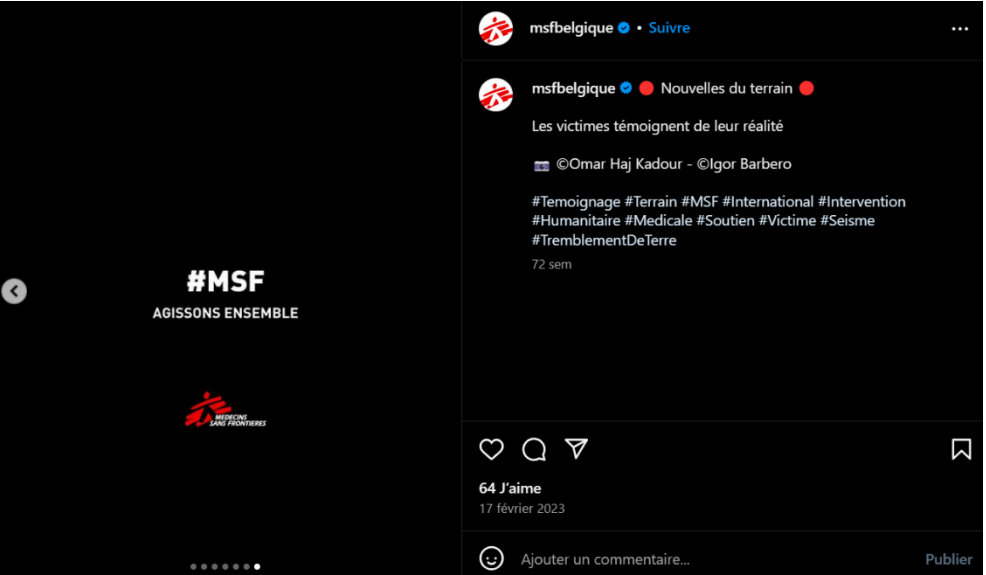


64 J'aime

17 février 2023

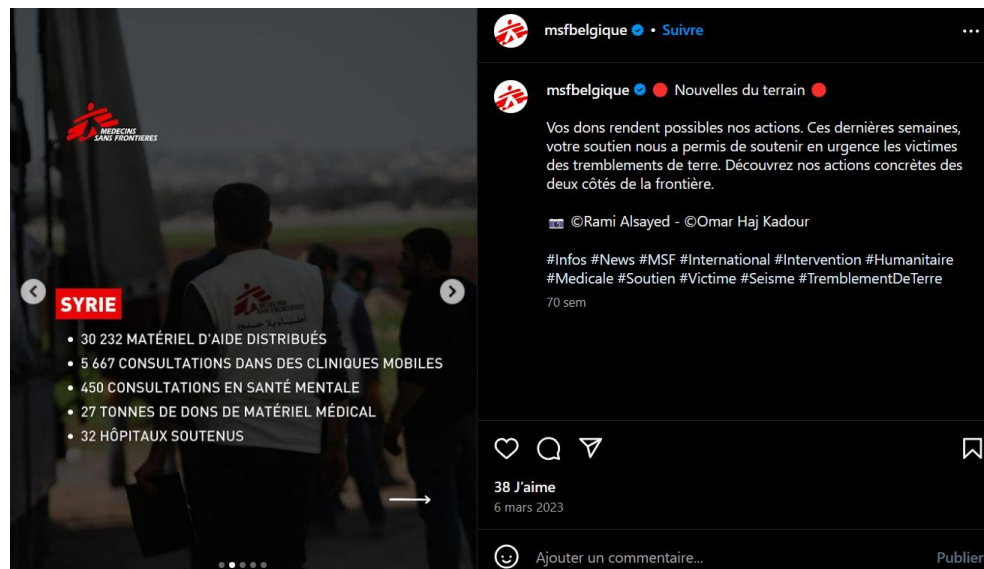
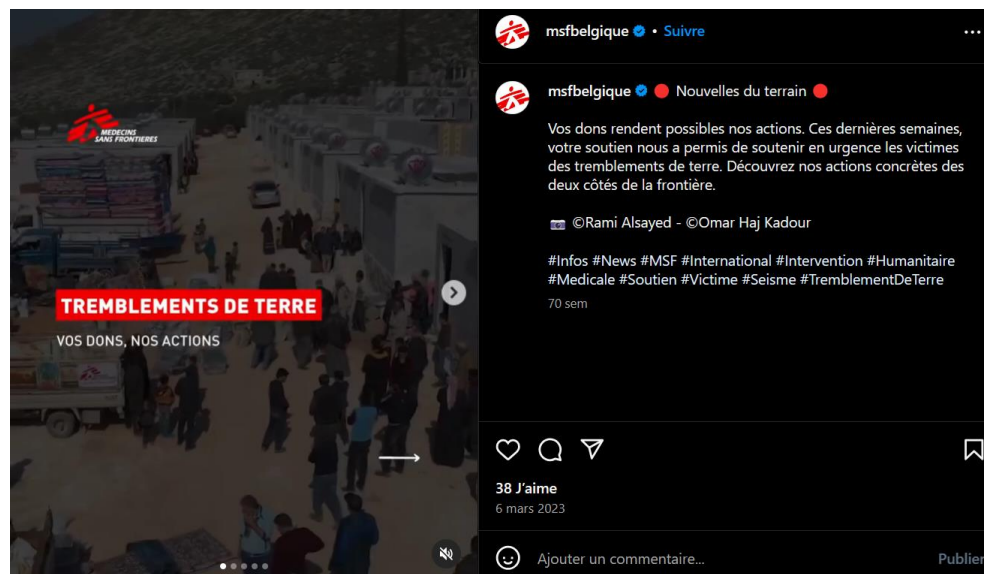
😊 Ajouter un commentaire...

Publier



* Catégorie 1 : Post Instagram 5

Date de publication : 06 mars 2023





TURQUIE

- 27 000 KITS D'HYGIÈNE DISTRIBUÉS
- 14 000 ARTICLES DE SECOURS DISTRIBUÉS
- +20 000 LITRES D'EAU APPROVISIONNÉS
- +180 000 REPAS SERVIS
- 9 000 PRODUITS ALIMENTAIRES DISTRIBUÉS
- +34 TONNES DE BOIS DISTRIBUÉS


msfbelgique • Suivre


Nouvelles du terrain

Vos dons rendent possibles nos actions. Ces dernières semaines, votre soutien nous a permis de soutenir en urgence les victimes des tremblements de terre. Découvrez nos actions concrètes des deux côtés de la frontière.

🇸🇦 ©Rami Alsayed - ©Omar Haj Kadour

#Infos #News #MSF #International #Intervention #Humanitaire #Medicale #Soutien #Victime #Seisme #TremblementDeTerre

70 sem

38 J'aime
6 mars 2023

😊
Ajouter un commentaire...
Publier



SEISME APRÈS SEISME

LES DEUX PAYS ONT SUBI DES TREMBLEMENTS DE TERRE À RÉPÉTITION. VOS DONNS NOUS PERMETTENT D'INTERVENIR EN URGENCE AUPRÈS DES POPULATIONS, MAIS LES BESOINS SE SONT AMPLIFIÉS, ET NOS RESSOURCES S'AMENUISSENT. NOUS AVONS BESOIN DE VOUS !


msfbelgique • Suivre


Nouvelles du terrain

Vos dons rendent possibles nos actions. Ces dernières semaines, votre soutien nous a permis de soutenir en urgence les victimes des tremblements de terre. Découvrez nos actions concrètes des deux côtés de la frontière.

🇸🇦 ©Rami Alsayed - ©Omar Haj Kadour

#Infos #News #MSF #International #Intervention #Humanitaire #Medicale #Soutien #Victime #Seisme #TremblementDeTerre

70 sem

38 J'aime
6 mars 2023

😊
Ajouter un commentaire...
Publier

#MSF

AGISSONS ENSEMBLE




msfbelgique • Suivre


Nouvelles du terrain

Vos dons rendent possibles nos actions. Ces dernières semaines, votre soutien nous a permis de soutenir en urgence les victimes des tremblements de terre. Découvrez nos actions concrètes des deux côtés de la frontière.

🇸🇦 ©Rami Alsayed - ©Omar Haj Kadour

#Infos #News #MSF #International #Intervention #Humanitaire #Medicale #Soutien #Victime #Seisme #TremblementDeTerre

70 sem

38 J'aime
6 mars 2023

😊
Ajouter un commentaire...
Publier

* Catégorie 1 : Post Instagram 6

Date de publication : 12 avril 2023



SUD DE LA TURQUIE
DE NOMBREUSES PERSONNES ONT ENCORE BESOIN D'UN SOUTIEN MÉDICAL, PSYCHOSOCIAL ET MATÉRIEL.

msfbelgique • Suivre

msfbelgique Deux mois après les tremblements de terre dans le sud de la Turquie, de nombreuses personnes ont encore besoin d'un soutien médical, psychosocial et matériel. MSF travaille avec des partenaires locaux pour apporter de l'aide, mais les besoins sont énormes. ❤️🙏🗨️

#turquie #tremblementdeterre #MSF #soutien #aidehumanitaire #urgence #solidarité #ensemble

©Mariana Abdalla
Modifié · 64 sem

52 J'aime
12 avril 2023

Ajouter un commentaire... Publier



MSF travaille avec des partenaires locaux pour apporter de l'aide, mais les besoins sont immenses.

msfbelgique • Suivre

msfbelgique Deux mois après les tremblements de terre dans le sud de la Turquie, de nombreuses personnes ont encore besoin d'un soutien médical, psychosocial et matériel. MSF travaille avec des partenaires locaux pour apporter de l'aide, mais les besoins sont énormes. ❤️🙏🗨️

#turquie #tremblementdeterre #MSF #soutien #aidehumanitaire #urgence #solidarité #ensemble

©Mariana Abdalla
Modifié · 64 sem

52 J'aime
12 avril 2023

Ajouter un commentaire... Publier



msfbelgique • Suivre

Deux mois après les tremblements de terre dans le sud de la Turquie, de nombreuses personnes ont encore besoin d'un soutien médical, psychosocial et matériel. MSF travaille avec des partenaires locaux pour apporter de l'aide, mais les besoins sont énormes. ❤️🙏🗨️

#turquie #tremblementdeterre #MSF #soutien #aidehumanitaire #urgence #solidarité #ensemble

©Mariana Abdalla
Modifié · 64 sem

52 J'aime
12 avril 2023

Ajouter un commentaire...

Publier



msfbelgique • Suivre

Deux mois après les tremblements de terre dans le sud de la Turquie, de nombreuses personnes ont encore besoin d'un soutien médical, psychosocial et matériel. MSF travaille avec des partenaires locaux pour apporter de l'aide, mais les besoins sont énormes. ❤️🙏🗨️

#turquie #tremblementdeterre #MSF #soutien #aidehumanitaire #urgence #solidarité #ensemble

©Mariana Abdalla
Modifié · 64 sem

52 J'aime
12 avril 2023

Ajouter un commentaire...

Publier



msfbelgique • Suivre

Deux mois après les tremblements de terre dans le sud de la Turquie, de nombreuses personnes ont encore besoin d'un soutien médical, psychosocial et matériel. MSF travaille avec des partenaires locaux pour apporter de l'aide, mais les besoins sont énormes. ❤️🙏🗨️

#turquie #tremblementdeterre #MSF #soutien #aidehumanitaire #urgence #solidarité #ensemble

©Mariana Abdalla
Modifié · 64 sem

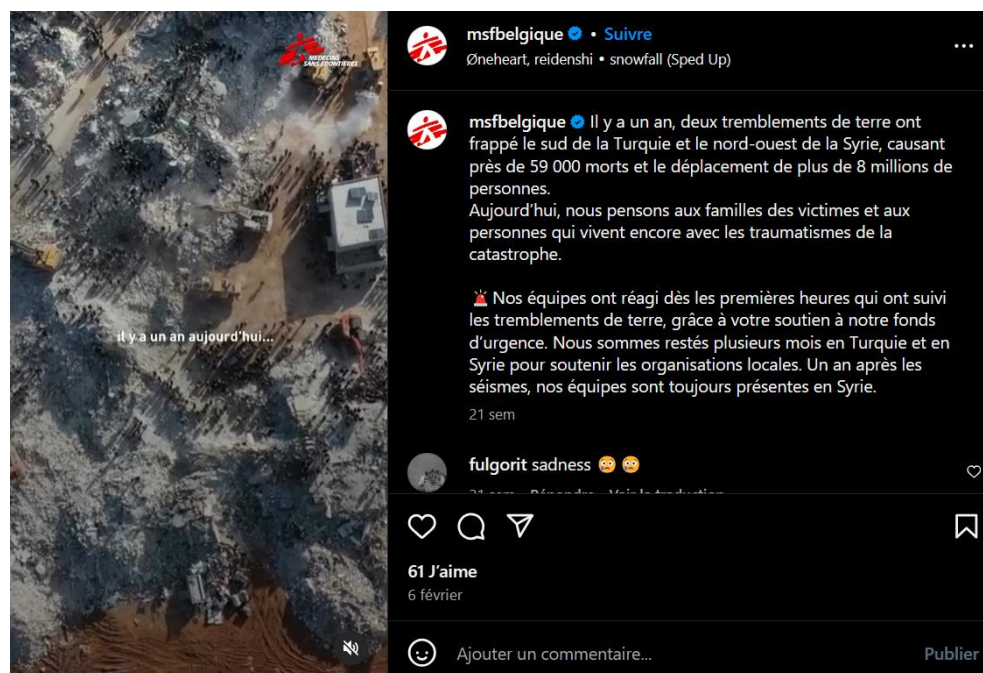
52 J'aime
12 avril 2023

Ajouter un commentaire...

Publier

* Catégorie 1 : Post Instagram 7

Date de publication : 06 février 2024



SOUS-CATEGORIE 3 : POSTS DU COMPTE FACEBOOK DE MSF-B

* **Catégorie 1 : Post Facebook 1**

Date de publication : 09 février 2023



Médecins Sans Frontières ✓

9 févr. 2023 · 🌐

...



UPDATE : Tremblement de terre

Un point sur nos actions au jour 4 :



Quelle est la situation sur place ?



Quel est notre plan d'urgence ?



Les réponses juste ici 📌

#Temoignage #Terrain #MSF #International
#Intervention #Humanitaire #Medicale #Soutien
#Victime #Seisme #TremblementDeTerre



msf-azg.be

Tremblements de terre Turquie-Syrie : Besoins médicaux et humanitaires immédiat

👍👎🗨️ 31

1 commentaire 7 partages

* Catégorie 1 : Post Facebook 2

Date de publication : 15 février 2023



Médecins Sans Frontières

15 févr. 2023 · 🌐



🔴 Tremblements de terre : Les médecins syriens témoignent

📢 "Le 6 février, nous avons rapidement compris que nous étions confrontés à une situation catastrophique. La dévastation dans la région était énorme, nous avons lancé notre plan d'urgence moins de 3 heures après le premier tremblement de terre et mis notre personnel en état d'alerte."

👉 Soutenir nos équipes, c'est renforcer et accélérer nos interventions. Aidez-nous, faites un don : https://donate.msf-azg.be/b?cid=1&lang=fr_FR

#Temoignage #Terrain #MSF #International
#Intervention #Humanitaire #Medicale #Soutien
#Victime #Seisme #TremblementDeTerre



msf-azg.be

Syrie : "Les hôpitaux regorgaient de blessés et de morts"

👍👎👤 35

3 partages

* **Catégorie 1 : Post Facebook 3**

Date de publication : 06 mars 2023



Médecins Sans Frontières

6 mars 2023 ·



Tremblement de terre

Vous avez été nombreux à répondre à notre appel aux dons. Merci infiniment pour votre soutien. Vos messages, vos partages, vos dons sont tous précieux pour nous. ❤️

Grâce à votre générosité, nous pouvons intervenir en urgence auprès des victimes. Tentes, cliniques mobiles, services de santé mentale, assistance aux familles affectées, ... Découvrez dans notre dernier article les détails de vos/nos actions des deux côtés de la frontière

Ca se passe juste ici 📍



msf-azg.be

Comment Médecins Sans Frontières a réagi aux tremblements de terre en Syrie et en Turquie jusqu'à...

21

1 commentaire 3 partages

* Catégorie 1 : Post Facebook 4

Date de publication : 13 avril 2023



Médecins Sans Frontières

13 avr. 2023 · 🌐



Sud de la Turquie

Les tremblements de terre de février ont des impacts psychologiques considérables sur les victimes : "Nos maisons sont devenues des monstres" : les survivants ne se sentent plus en sécurité entre quatre murs.

De plus, les fortes pluies provoquent des inondations, ce qui aggrave encore les problèmes.

Médecins Sans Frontières soutient les organisations locales en Turquie qui apportent un soutien psychosocial. Lire la suite ➡ <http://bit.ly/3KWnP9L>

©Mariana Abdalla

#AZG #MSF #Turquie #Séisme #Adiyaman #Malatya #Hatay #kahramanmaras



👍👎👉 25

2 commentaires 2 partages

* Catégorie 1 : Post Facebook 5

Date de publication : 06 février 2024



Médecins Sans Frontières

6 févr. · 🌐

...

Il y a un an, deux puissants tremblements de terre frappaient le sud de la Turquie et le nord-ouest de la Syrie, causant près de 59 000 morts et le déplacement de plus de 8 millions de personnes.



Comment MSF a répondu à l'urgence?

Nous avons lancé un appel aux dons pour pouvoir réagir le plus rapidement possible et vous avez répondu présent.

Dès les premières heures qui ont suivi les tremblements de terre, le personnel médical a travaillé 24 heures sur 24 pour répondre au grand nombre de blessés qui arrivaient dans les installations, soignant environ 200 personnes.

Découvrez l'impact de vos dons partout où les tremblements de terre ont causé des ravages. 📌



msf-azg.be

Sur les traces du séisme Turquie/
Syrie: un an plus tard

En savoir plus

👍👎👉 193 42 commentaires 29 partages 15 718 vues

SOUS-CATEGORIE 4 : POSTS DU COMPTE X DE MSF-B

* Catégorie 1 : Post X 1

Date de publication : 06 février 2023



* Catégorie 1 : Post X 2

Date de publication : 06 février 2023



* Catégorie 1 : Post X 3

Date de publication : 08 février 2023



MSF Belgique @msfbelgique · 8 févr. 2023

UPDATE #Séisme #Turquie & #Syrie

Nos équipes #MSF travaillent 24 heures sur 24 après les tremblements de terre survenus dans le sud de la #Turquie et le nord-ouest de la #Syrie le 6 février.

Voici nous savons, ce que nous faisons. | #MSFPresse



1

3

5

795

795

[Voir plus de réponses](#)



MSF Belgique @msfbelgique · 8 févr. 2023

Notre priorité est de fournir les soins médicaux et l'aide d'urgence nécessaire à la suite de cette dévastation. Nos équipes se tiennent prêtes dans les centres de santé.

Nous fournissons également une aide d'urgence telle que des abris, de la nourriture et des couvertures.

1

3

5

57

57



MSF Belgique @msfbelgique · 8 févr. 2023

Nous intensifions notre réponse en #Syrie, en augmentant la capacité des lits et en installant des tentes pour les blessés.

Nous soutenons 7 hôpitaux et 12 centres dans le nord-ouest.

Nos installations à #Idlib et #Alep ont provisoirement reçu 3 465 blessés, 551 morts.

1

3

5

94

94



MSF Belgique @msfbelgique · 8 févr. 2023

Nos équipes d'intervention évaluent les besoins dans les zones les plus touchées du sud de la Turquie et sont actuellement en discussion avec les autorités pour y définir notre action.

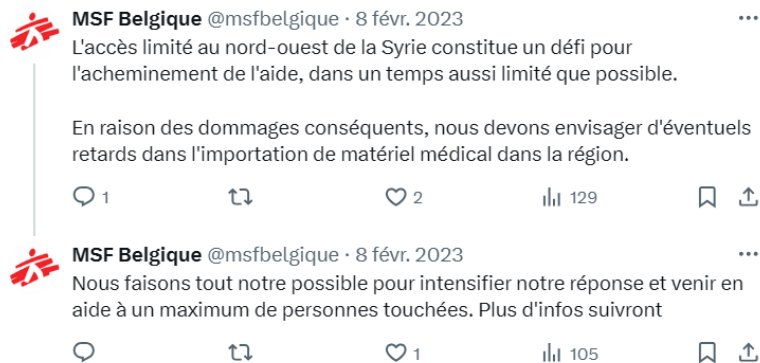
1

3

5

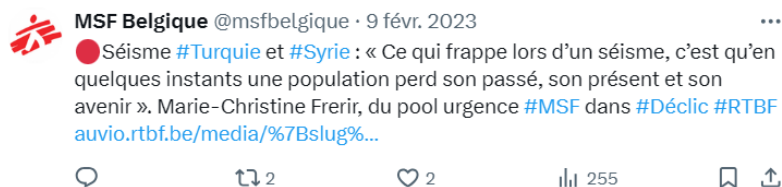
102

102



* Catégorie 1 : Post X 4

Date de publication : 09 février 2023



* Catégorie 1 : Post X 5

Date de publication : 09 février 2023





MSF Belgique @msfbelgique · 9 févr. 2023

...

Partie 2 :



De rtl.be



96



* Catégorie 1 : Post X 6

Date de publication : 10 février 2023



MSF Belgique @msfbelgique · 10 févr. 2023

...

Voici le témoignage d' Abdulbari, patient #MSF de 19 ans. Il a été victime d'un tir de missile en 2015 et gravement brûlé. Il est suivi depuis 8 ans dans l'hôpital #MSF d'Atmeh, dans le nord-ouest de la #Syrie. #MSF est actif dans la région depuis plus de 10 ans [#Thread] 1/5



1



542



[Voir plus de réponses](#)



MSF Belgique @msfbelgique · 10 févr. 2023

...

« Je m'appelle Abdulbari et j'habite à une trentaine de km au sud ouest d'Idlib, en Syrie. Mais lorsque les tremblements de terre ont eu lieu, j'étais en visite chez ma tante qui n'habite près très loin de là. » 2/5



1



97



MSF Belgique @msfbelgique · 10 févr. 2023

...

Nous avons été réveillés en pleine nuit, tout le monde à commencer à fuir sa maison et à crier dans la rue. Dans ce village, les maisons sont vieilles, bcp se sont effondrées. Les secours sont arrivés rapidement et nous avons commencé à aider les victimes sous les décombres. 3/5



1



93



MSF Belgique @msfbelgique · 10 févr. 2023

...

Désormais, les gens vivent dans la rue, sous des tentes ou sous des arbres. Ils sont pauvres et n'ont pas d'accès à un abri. Je sais aussi que de nombreux enfants ont été secourus, mais pas leurs parents qui sont restés sous les décombres. 4/5



1



149



MSF Belgique @msfbelgique · 10 févr. 2023

...

J'ai également entendu l'appel qui a été passé aux personnes valides, afin d'aider les secours dans d'autres zones. La défense civile est débordée et n'arrive pas à gérer cela toute seule. Nous avons besoin d'équipement, mais nous n'avons rien pour l'instant. 5/5



101



* **Catégorie 1 : Post X 7**

Date de publication : 10 février 2023



MSF Belgique @msfbelgique · 10 févr. 2023

...

"Après que cela se soit calmé, nous sommes allés dans la rue et on aurait dit le jour du jugement dernier."

Hasan est logisticien pour [#MSF](#). Il était à [#AIDana](#) en [#Syrie](#) lors du [#séisme](#) le 6 février. [#témoignage](#) [#MSFPresse](#)

*« Après que cela
se soit calmé,
nous sommes allés
dans la rue et
on aurait dit
le jour du
jugement dernier. »*

* **Catégorie 1 : Post X 8**

Date de publication : 15 février 2023



MSF Belgique @msfbelgique · 15 févr. 2023

...

"Tous les hôpitaux étaient débordés, le nôtre aussi", explique Samih Kaddour, directeur de l'hôpital d'Aqrabat. "Les équipes #MSF ont été les premières à nous aider et à partager leurs ressources". Cliquez ici pour plus d'informations. bit.ly/3YOLo8v #seisme #Syrie



↻ 3

♥ 4

📊 402



* **Catégorie 1 : Post X 9**

Date de publication : 15 février 2023



MSF Belgique @msfbelgique · 15 févr. 2023

...

Update séismes : où en sont les opérations de Médecins Sans Frontières en #Syrie et en #Turquie ? press.msf-azg.be/s/cd1eb306-59c... #MSFPresse



↻ 1

♥ 1

📊 166



* **Catégorie 1 : Post X 10**

Date de publication : 17 février 2023



MSF Belgique @msfbelgique · 17 févr. 2023

...

Depuis les [#séismes](#) du 6 février, [#MSF](#) apporte une réponse humanitaire d'urgence dans le nord-ouest de la [#Syrie](#), soutenant les hôpitaux et distribuant des tentes et des couvertures. Du 6 au 12 février, les structures soutenues par [#MSF](#) ont soigné plus de 7 600 blessés.



1

3

221



* **Catégorie 1 : Post X 11**

Date de publication : 17 février 2023



MSF Belgique @msfbelgique · 17 févr. 2023

...

"Je ne pouvais pas rester immobile alors que tant de gens avaient besoin d'aide. Il y a des personnes coincées sous les décombres, ai-je répondu. Je suis soignante, je dois les aider."

👉 Lisez le témoignage d'Aisha ici: [bit.ly/3YBQRzK#séisme #syrie](https://bit.ly/3YBQRzK#séisme_syrie)



msf-azg.be

Nord-ouest de la Syrie : témoignage Aisha, une sage-
Les équipes de Médecins Sans Frontières (MSF) ont
recueilli le témoignage d'Aisha, une sage-femme ...



1

2

164



* **Catégorie 1 : Post X 12**

Date de publication : 19 février 2023



MSF Belgique @msfbelgique · 19 févr. 2023

...

Un convoi MSF de 14 camions est entré aujourd'hui dans le nord-ouest de la Syrie avec 1 296 tentes et 1 296 kits d'hiver pour isoler les tentes du froid. D'autres convois MSF suivront bientôt pour livrer du matériel médical et non médical. press.msf-azg.be/un-convoi-daid... #MSFPresse



De press.msf-azg.be



3

2

157



* **Catégorie 1 : Post X 13**

Date de publication : 20 février 2023



MSF Belgique @msfbelgique · 20 févr. 2023

...

#Breaking - nouveau tremblement de terre - À peine 2 semaines après que les premiers tremblements de terre ont causé une perte de vie tragique, ce dernier tremblement de terre est extrêmement inquiétant pour les habitants de la #Syrie et de la #Turquie | #MSFPresse

1

5

2

782



[Voir plus de réponses](#)



MSF Belgique @msfbelgique · 20 févr. 2023

...

Nous évaluons actuellement l'impact de ce dernier tremblement de terre. Jusqu'à présent et quelques minutes après le séisme, nos équipes ont déjà reçu et soigné des patients dans les cliniques et hôpitaux que nous soutenons dans le nord d'#Idlib, en Syrie.

1

1

159



MSF Belgique @msfbelgique · 20 févr. 2023

...

Nous poursuivons l'assistance médicale et autre en cours au grand nombre de personnes touchées par les tremblements de terre, soit directement, soit par l'intermédiaire d'organisations partenaires.

1

1

2

168



MSF Belgique @msfbelgique · 20 févr. 2023

...

Il faudra un certain temps pour bien comprendre toutes les répercussions de ce dernier tremblement de terre. Si nous avons des mises à jour supplémentaires, nous vous le ferons bien sûr savoir."



1

2

130



* Catégorie 1 : Post X 14

Date de publication : 06 février 2024



MSF Belgique @msfbelgique · 6 févr.

Le 6 février 2023, deux puissants #tremblementsdeterre ont frappé le sud de la #Turquie et le nord-ouest de la #Syrie, faisant près de 59 000 morts et plus de 8 millions de déplacés.

Découvrez comment MSF a réagi 🇲🇪 msf-azg.be/fr/sur-les-tra...



0:58 1 1 153

⇒ *Catégorie générique 2 : Intention communicative de récolte de dons*

SOUS-CATEGORIE 1 : ARTICLES DU SITE INTERNET DE MSF-B

* Catégorie 2 : Article du site internet 1

Date de publication : 06 février 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/news/tremblement-de-terre-syrie-turquie>

Texte :

Tremblement de terre - Syrie - Turquie

Lundi 06 février 2023 | Temps de lecture: 3 minutes

Accueil ▾

Partager Partager Haut de page ^

Syrie Turquie
Catastrophes naturelles

AIDEZ-NOUS À RÉPONDRE AUX BESOINS MÉDICAUX ET HUMANITAIRES DES VICTIMES DES TREMBLEMENTS DE TERRE EN TURQUIE ET EN SYRIE

Suite aux puissants tremblements de terre qui ont frappé le sud de la Turquie et le nord-ouest de la Syrie le 6 février, nous, Médecins Sans Frontières (MSF), déjà présents sur le terrain auprès de la population du nord-ouest de la Syrie, avons mobilisé nos équipes en collaboration avec des partenaires locaux pour répondre aux besoins croissants dans la région.

FAITES UN DON >

BESOINS ACTUELS

Alors que nous continuons à travailler pour répondre aux besoins des communautés locales, nous avons besoin de votre soutien. Votre don peut aider à fournir des médicaments, des soins médicaux, de l'eau potable, de la nourriture et des abris à ceux qui en ont besoin. Le besoin est immense. Le nombre de déplacés augmente de jour en jour.

Chaque don, quel que soit son montant, peut faire une différence.

Faites un don et sauvez des vies aujourd'hui. Il n'est pas trop tard.

FAITES UN DON >

Voici, à titre d'exemple, ce que votre don peut représenter :

- Un tapis isolant : 19 €
- Un kit hiver : 21 €
- Une set de 20 couvertures : 75 €
- Un set de 10 pansements : 114 €
- Un brancard pliable : 160€
- Un kit de chirurgie de base : 240 €
- Un set d'amputation : 690 €

JE SOUTIENS LES EQUIPES, JE FAIS UN DON >

QU'A FAIT MÉDECINS SANS FRONTIÈRES JUSQU'À PRÉSENT ?

Soutien à 30 hôpitaux et établissements de santé par des dons de kits d'urgence, de kits de traumatologie, de fournitures médicales et de couvertures, tels que les établissements d'Azaz, d'Afrin, de Mare' et de Bab El Hawa, entre autres.

- Du personnel médical, tel que des chirurgiens, a été envoyé pour aider les hôpitaux à accueillir les blessés.
- Dans 4 établissements de santé (hôpitaux et cliniques) du gouvernorat d'Idlib, nous traitons les patients blessés. La capacité des hôpitaux où nous travaillons a été augmentée en ajoutant des tentes de triage aux salles extérieures.
- Nous avons déployé nos ambulances et nous soutenons 90 ambulances pour faciliter le transport des patients nécessitant des soins d'urgence vers les établissements de santé les plus proches.
- Des cliniques mobiles ont été installées dans trois abris de la ville d'Idlib et de ses environs afin de fournir des services médicaux essentiels (aux personnes touchées par les tremblements de terre).
- Avec des partenaires locaux, nous avons distribué de la nourriture et des couvertures dans le gouvernorat d'Alep à plus de 500 familles dans des abris à Afrin.
- Plus de 450 kits, comprenant des articles d'hygiène, des kits de cuisine, des kits d'hiver et des couvertures, ont été distribués aux personnes touchées à Jindires, l'une des villes les plus durement touchées, et aux familles vivant dans des abris à Azaz et Mare' et dans les villages environnants.
- Dans l'ouest d'Idlib, nous avons distribué 2 500 couvertures, des bâches en plastique et 100 kits d'hiver aux familles.
- L'aide d'urgence immédiate aux personnes sans abri par ce temps froid reste une priorité pour notre équipe. Nous continuerons à évaluer les besoins et à adapter notre réponse en conséquence.

Pour suivre nos actualités de MSF sur le terrain, [inscrivez-vous à notre newsletter](#).

POURQUOI DONNER À MÉDECINS SANS FRONTIÈRES

Les sources de financement de MSF

Médecins Sans Frontières est financée par des dons privés, provenant de particuliers, d'entreprises, de fondations et d'organisations. Nous refusons toute forme de financement qui pourrait compromettre notre indépendance, notre neutralité ou notre impartialité. Nous sommes neutres et nous n'avons qu'un seul intérêt à l'esprit : celui de nos patients.

Notre logique de collecte de fonds ne répond donc pas à celle du Consortium 12-12, par exemple, qui s'active uniquement lors de crises exceptionnelles bénéficiant souvent d'une forte visibilité médiatique.

EN SAVOIR PLUS SUR LE CONSORTIUM 12-12 ET MSF >

C'est la raison pour laquelle nous avons besoin de vous !

Notre expertise

Nous avons une longue expérience dans le domaine des soins médicaux vitaux et d'assistance humanitaire d'urgence aux personnes touchées par les conflits armés, les catastrophes naturelles et les épidémies dans le monde entier. Si vous souhaitez soutenir une ONG qui a un impact significatif dans les situations d'urgence, MSF est certainement une bonne option.

1. **Expertise médicale :** En 50 ans, MSF a acquis une expertise indéniable dans des domaines comme la médecine de guerre, l'organisation et la logistique, ce qui lui permet de fournir des soins de santé vitaux aux personnes touchées par des conflits armés, des catastrophes naturelles, des épidémies et d'autres situations d'urgence.
2. **Innovations :** MSF innove constamment pour améliorer son efficacité : Cliniques mobiles, kits médicaux prêts à l'emploi, drones pour la livraison de fournitures médicales, intelligence artificielle pour la détection précoce de malnutrition
3. **Rapidité d'intervention :** MSF est capable d'intervenir en quelques heures seulement après la survenue d'une crise. Les équipes de MSF sont formées pour travailler dans des conditions extrêmes.
4. **Neutralité et indépendance :** MSF travaille sans aucun motif politique ou religieux. Les équipes de MSF se concentrent sur les besoins des personnes qui ont le plus besoin d'aide, quel que soit le côté de la ligne de front où ils se trouvent. Cela permet à MSF de travailler dans des zones de conflit et d'instabilité, où d'autres organisations ne peuvent pas opérer.
5. **Transparence :** En faisant un don, vous voulez qu'il soit alloué efficacement sur le terrain, en évitant les dépenses inutiles. MSF s'engage à utiliser votre argent de manière adéquate et transparente : 86,5% des dons sont consacrés à l'exercice de notre mission sociale sur le terrain et en priorité aux personnes qui en ont le plus besoin. Chaque année, MSF rédige un rapport d'activités qui vous informe des projets et des pays qui ont bénéficié des dons.
6. **Engagement à long terme :** MSF s'engage à travailler à long terme pour aider les populations touchées par les crises humanitaires. MSF ne se contente pas de fournir une assistance d'urgence, mais travaille également à reconstruire les communautés touchées et à renforcer les systèmes de santé dans les pays où elle intervient.

JE SUIS CONVAINCU(E), JE FAIS UN DON >

Le fonds d'urgence

Votre don au fonds d'urgence de Médecins Sans Frontières permet de venir immédiatement en aide aux victimes d'une catastrophe naturelle comme c'est le cas ici en Syrie et en Turquie, mais aussi lors d'épidémies ou de conflits. Nous vous demandons de pouvoir utiliser votre don là où les besoins sont les plus criants.

COMPRENDRE LES BESOINS DE L'ORGANISATION

Ressources humaines

Actuellement, nos ressources humaines internes sont suffisantes pour notre mobilisation dans ces régions spécifiques. Cependant, Médecins Sans Frontières est toujours à la recherche de professionnels médicaux, paramédicaux et non médicaux pour rejoindre diverses missions. Visitez notre page "**Travailler sur le terrain**" pour connaître les postes disponibles et les critères de recrutement.

Médicaments et biens de première nécessité

Médecins Sans Frontières ne collecte pas de médicaments, de couvertures, de vêtements, ni de nourriture. Les médicaments provenant de sources autres que les producteurs ne peuvent pas être utilisés par Médecins Sans Frontières en raison d'un manque de garantie de qualité. En outre, il est souvent plus économique d'acheter des médicaments et de les expédier selon les procédures habituelles.

Bien que MSF fournisse parfois également une aide non médicale, la collecte de biens de première nécessité, tels que des vêtements ou de la nourriture, ne fait généralement pas partie de notre mandat et cela pour des raisons logistiques et pratiques. Pour en savoir plus, nous vous invitons à consulter notre [FAQ](#).

Nous aider autrement

Nous comptons aussi sur vous pour nous aider à diffuser nos appels aux dons, que ce soit en partageant nos messages sur les réseaux sociaux ou en en parlant avec votre entourage. Ensemble, nous pouvons faire une réelle différence en apportant une aide humanitaire à ceux qui en ont le plus besoin. Chaque petit geste peut avoir un impact significatif, et nous sommes reconnaissants à tous ceux qui sont prêts à se mobiliser pour notre cause.

* Éléments de discours 1 provenant d'articles à objectif mixte

Date de publication : 17 février 2023

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/news/update-s%C3%A9ismes-o%C3%B9-en-sont-les-op%C3%A9rations-de-m%C3%A9decins-sans-fronti%C3%A8res-en-syrie-et-en-turquie>

Texte :

Update séismes : où en sont les opérations de Médecins Sans Frontières en Syrie et en Turquie ?

A+ A+ Vendredi 17 février 2023 Temps de lecture: 2 minutes

Partager Haut de page

Soutenez Médecins Sans Frontières

Qui veut soutenir Médecins Sans Frontières, est invité à faire un don sur notre fonds d'urgence sur notre numéro de compte suivant : **BE73 0000 0000 6060** ou via **notre page de dons**

Notre réponse immédiate aux situations d'urgence est rendue possible par vos dons à notre fonds d'urgence. Si nous pouvons agir auprès des victimes des inondations au Pakistan, de la guerre en Ukraine et auprès d'autres personnes en détresse, comme au Yémen ou en Afghanistan, c'est grâce à notre fonds d'urgence. Nous vous demandons donc de pouvoir utiliser votre don là où cela nous semble nécessaire.

* Éléments de discours 2 provenant d'articles à objectif mixte

Date de publication : 3 janvier 2024

Lien URL : <https://www.msf-azg.be/fr/domaines-action/8-temps-forts-de-l'ann%C3%A9e-2023>

Texte :

8 temps forts de l'année 2023

A+ A+ Temps de lecture: 8 minutes

2 | Réponse aux séismes

Partager Haut de page

Tout cela n'aurait jamais été possible sans notre Fonds d'urgence. Le Fonds d'urgence est une réserve financière, constituée grâce à vos dons, qui permet à nos équipes d'agir immédiatement et efficacement pour sauver des vies dans des contextes de crises majeures: conflits, crises alimentaires, ou catastrophe naturelle comme dans le cas du tremblement de terre en Syrie. Dans toutes ces crises, un point commun: la rapidité de nos interventions sont la clef pour préserver un maximum de vies.

[Je fais un don au Fonds d'urgence >](#)

Faites un don

SOUS-CATEGORIE 2 : POSTS DU COMPTE INSTAGRAM DE MSF-B

* Catégorie 2 : Post Instagram 1

Date de publication : 07 février 2023



* Catégorie 2 : Post Instagram 2

Date de publication : 10 février 2023



* Catégorie 2 : Post Instagram 3

Date de publication : 28 février 2023



The image shows an Instagram post from the account 'msfbelgique'. The post features a map of Turkey with a red circle highlighting the earthquake zone. The text on the map reads 'AIDEZ LES VICTIMES DU TREMBLEMENT DE TERRE' and 'FAITES UN DON SUR LE FONDS D'URGENCE'. The Instagram interface shows the post was made 70 seconds ago, has 37 likes, and includes a comment from user 'fydlldwh'.

msfbelgique • Suivre

msfbelgique Appel aux dons

Les tremblements de terre ont bouleversé la vie de milliers de personnes. Ils ont besoin de nous tous.

Faire un don à MSF, c'est aider directement les victimes en accélérant et en intensifiant nos interventions médicales d'urgence.

Sauvez des vies, maintenant !

#Donation #Don #Fonds #Urgence #Terrain #MSF #International #Intervention #Humanitaire #Medicale #Soutien #Victime #Seisme #TremblementDeTerre

70 sem

fydlldwh 🙏

37 J'aime
28 février 2023

Ajouter un commentaire... Publier

AIDEZ LES VICTIMES DU TREMBLEMENT DE TERRE

FAITES UN DON SUR LE FONDS D'URGENCE

WWW.MSF-AZG.BE
BE73 0000 0000 6060
ENSEMBLE, SAUVONS DES VIES

SOUS-CATEGORIE 3 : POSTS DU COMPTE FACEBOOK DE MSF-B

* **Catégorie 2 : Post Facebook 1**

Date de publication : 06 février 2023



Médecins Sans Frontières

6 févr. 2023 ·

Tremblement de terre Turquie-Syrie
Médecins Sans Frontières opère déjà sur place.
Il y a urgence ! Sauvez des vies aujourd'hui :
https://donate.msf-azg.be/b?cid=1&lang=fr_FR



497

23 commentaires 203 partages

* **Catégorie 2 : Post Facebook 2**

Date de publication : 09 février 2023



Médecins Sans Frontières

9 févr. 2023 ·



▲ **#URGENCE** - Tremblement de terre ▲

"En quelques secondes vous perdez votre présent, votre passé et votre futur. Tout s'écroule" - Marie-Christine Ferir, membre de l'unité d'urgence de **#MSF**, est intervenue sur **#Déclic**

Faire un don https://donate.msf-azg.be/b?cid=1&lang=fr_FR

Voir le replay

À propos de ce site web

auvio.rtbfb.be

Les invités - Séismes et solidarité

28

1 commentaire 3 partages

* **Catégorie 2 : Post Facebook 3**

Date de publication : 09 février 2023



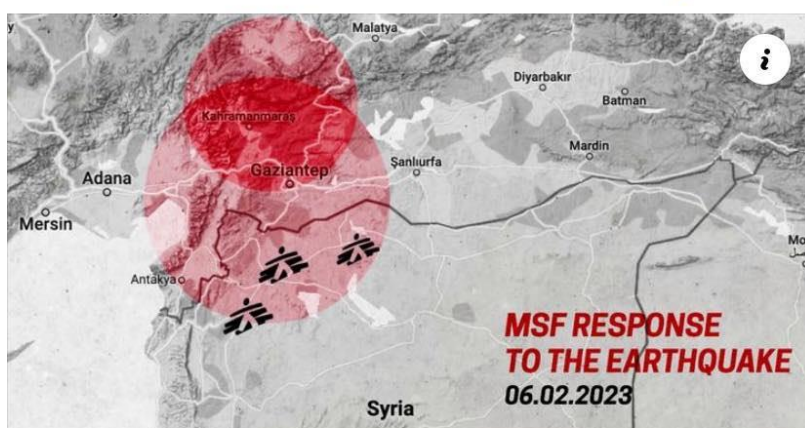
Médecins Sans Frontières ✓

9 févr. 2023 • 🌐

🔴 Tremblement de terre 🔴

Médecins Sans Frontières intervient déjà sur place. En alimentant notre fonds d'urgence vous accélérez et intensifiez notre aide médicale d'urgence. Ensemble nous réagissons immédiatement.

Sauvez des vies aujourd'hui. Faites un don sur 📌



donate.msf-azg.be

Je soutiens Médecins Sans Frontières

👍❤️ 23

13 partages

* **Catégorie 2 : Post Facebook 4**

Date de publication : 03 mars 2023



Médecins Sans Frontières

3 mars 2023 •



TREMBLEMENTS DE TERRE



Les séismes s'enchainent, la crise s'aggrave, les besoins sont IMMENSES !

En faisant un don à MSF, vous êtes certains d'avoir un impact. Continuons de les soutenir, ensemble. 🙏

MSF a une expertise reconnue dans l'aide humanitaire d'urgence et s'engage à utiliser votre argent de manière adéquate et transparente, sans dépenses inutiles. Chaque don peut faire la différence. Découvrez ce que MSF met en oeuvre grâce à votre générosité ➡ <https://bit.ly/Seisme2023>



msf-azg.be

Tremblement de terre - Syrie - Turquie

390

35 commentaires 47 partages

SOUS-CATEGORIE 4 : POSTS DU COMPTE X DE MSF-B

* **Catégorie 2 : Post X 1**

Date de publication : 14 février 2023



MSF Belgique @msfbelgique · 14 févr. 2023



#seisme : les obstacles sont importants, les besoins sont énormes.
@msfbelgique appelle aux dons via son fonds d'urgence sur le compte
BE73 0000 0000 6060 ou sur la page [donate.msf-azg.be/donate/~mon-](https://donate.msf-azg.be/donate/~mon-don)
[don](https://donate.msf-azg.be/donate/~mon-don)



press.msf-azg.be

Tremblements de terre : Médecins Sans Frontières fai
Une semaine après les tremblements de terre
dévastateurs, Médecins Sans Frontières appelle au...



ANNEXE 4 : GRILLE D'ANALYSE

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	
	Structure linguistique	
	Formes d'écriture	
Mise en page	Structure visuelle	
Narrativité	Construction du discours	
	Storytelling	
Argumentation et rhétorique	Type(s) de discours	
	Elément(s) de persuasion	
	Ton	
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	
	Contexte temporel	
	Contexte thématique	

ANNEXE 5 : ANALYSE DES CONTENUS

⇒ *Catégorie générique 1 : Intention communicative d'information*

SOUS-CATEGORIE 1 : ARTICLES DU SITE INTERNET DE MSF-B

* Catégorie 1 : Article du site internet 1

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Termes : « traité plus de 200 patients dans les premières heures » « urgence » « dévastation » Verbes : « nous avons mis en place ... » « nous apportons notre soutien » « fournissent » « travaillent » « ont été détruits » Adjectifs : « tragique » « immédiat » « critique » Opérateurs : « nous » « nos » « vous » « leurs »
	Structure linguistique	Termes accessibles au grand public + vocabulaire spécifique au domaine de la santé et de l'aide humanitaire « plan d'urgence » « clinique mobile » « kits d'urgence » « secourisme psychologique » Répétition : « aide » « urgence » « soutien » Éléments marquants : « Nations Unies confirment plus de 9000 blessés et 2300 morts dans les deux pays »
	Formes d'écriture	Sous-titres et CTA en majuscules
Mise en page	Structure visuelle	Brève introduction, présence de quelques photos, situation sur la Syrie, puis situation sur la Turquie, puis présentation du plan d'urgence, CTA mis en avant en rouge, pas de conclusion
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : sur la situation et les actions de MSF
	Construction du discours	Sujet : équipes de MSF Objet : apporter une aide humanitaire d'urgence Destinataire : victimes des séismes Adjuvants : personnel MSF, dons des donateurs Opposants : situation précaire en Syrie, infrastructures détruites, météo
	Storytelling	Témoignage du chef de mission en Syrie sur leurs activités et sa tristesse quant au membre du personnel tué lors d'un séisme Constatation : expose les faits afin de mettre en évidence l'ampleur de la catastrophe Dramatisation : « les températures sont très

		froides » « bilan élevé de décès » « les soins de santé sont dépassés »
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	2 CTA « je fais un don » Appel à l'émotion : témoignages, vulnérabilité des victimes Usage de faits et de statistiques
	Ton	Urgent (importance d'agir rapidement « immédiat » « risque de s'alourdir ») + informatif (beaucoup de description)
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citations de ce qu'a dit un membre MSF : « Nous sommes très choqués et attristés par l'impact de cette catastrophe sur les milliers de personnes touchées » Mention d'un autre texte : évaluations des Nations Unies sur le nombre de blessés et de morts
	Contexte temporel	Référence aux séismes du 6 février
	Contexte thématique	Thèmes récurrents : actions de MSF et impact des séismes

*** Catégorie 1 : Article du site internet 2**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Termes : vocabulaire médical Verbes : « nous avons distribué » « nous sommes en train de » « nos équipes sont à » « nous continuerons à »
	Structure linguistique	Eléments marquants : le contenu énoncé est semblable à celui du premier article, mais avec des ajustements de données Pas de répétitions dans le texte, mais des données du premier article sont répétées
	Formes d'écriture	Sous-titres en majuscules Texte en italique pour les légendes des images
Mise en page	Structure visuelle	Brève introduction du contexte, 1 photo, 1 paragraphe pour décrire la situation en Turquie suivi d'un autre pour la Syrie, pas de conclusion
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptive : présentation factuelle des événements et activités de MSF sur le terrain
	Construction du discours	Sujet : équipes de MSF Objet : apporter une aide humanitaire d'urgence Destinataire : victimes des séismes Adjuvants : personnel MSF, partenaires locaux

		Opposants : système médical et sanitaire très faible de la Syrie
	Storytelling	Pas de storytelling, ils expliquent simplement leurs actions
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	L'article n'a pas d'objectif persuasif Mais présence de chiffres pour renforcer la crédibilité
	Ton	Factuel (inclusion de chiffres et de sources « La Turquie accueille la plus grande population de réfugiés au monde, dont plus de 3,7 millions de Syriens, selon le HCR ») + informatif (détails sur les actions de MSF et les besoins des individus)
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	« il y a une semaine »
	Contexte thématique	Thèmes récurrents : actions de MSF et impact des séismes

*** Catégorie 1 : Article du site internet 3**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Verbes utilisés pour les témoignages : « explique » « poursuit » « déplore » Mots émotionnels : « pression immense » « la situation est indescriptible » « situation catastrophique » « personnel médical était épuisé » Vocabulaire technique : « syndrome d'écrasement » « plâtres » « opérations chirurgicales » « pathologie » Adjectifs forts : « indescriptible » « immense » « massives » « catastrophique »
	Structure linguistique	Corrélation entre les paragraphes qui viennent renforcer les précédents Eléments marquants : beaucoup de passages entre guillemets
	Formes d'écriture	Introduction en caractères gras
Mise en page	Structure visuelle	Introduction générale sur les événements et les actions entreprises par MSF Les paragraphes s'enchaînent pour présenter les informations de manière chronologique Pas de conclusion générale

Narrativité	Type(s) de discours	Principalement narratif : raconte les événements passés depuis les séismes Descriptif : description de la situation et des actions menées par MSF
	Construction du discours	Sujet : équipes MSF (chirurgiens, directeurs d'hôpitaux) Objet : fournir des soins aux victimes Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	Plusieurs témoignages s'enchaînent : de plusieurs membres de MSF Dramatisation : « on savait juste que les hôpitaux regorgeaient de blessés et de morts et que les besoins sont immenses. » « 800 personnes aux urgences »
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Témoignages et descriptions des souffrances et des défis suscitant un appel à l'émotion Figure d'autorité : témoignage du personnel qualifié de MSF
	Ton	Empathique (témoignages) + informatif (détails des actions menées par MSF)
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citations de personnel médical de MSF
	Contexte temporel	« Le 6 février » « Neuf jours après les tremblements de terre »
	Contexte thématique	Thèmes récurrents : activités des équipes locales de MSF

*** Catégorie 1 : Article du site internet 4**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Mots émotionnels : « peur » « sang » « larmes » « scènes apocalyptiques » Verbes utilisés pour décrire les événements (« trembler » « courir » « crier ») + pour montrer l'action (« sauver » « aider » « soigner ») Adjectifs forts : « terrifiés » « blessés » « débordés »
	Structure linguistique	Peu de répétitions Langage courant + quelques termes médicaux Eléments marquants : forte présence du témoignage et des réactions de l'auteur
	Formes d'écriture	Introduction de paragraphes en caractères gras, titre en capitales

Mise en page	Structure visuelle	Brève introduction du contenu Le contenu de cet article se concentre entièrement sur le témoignage d'une sage-femme, et structuré selon ses propos : ce qu'elle a vécu, ce qu'elle a ressenti, ce qu'elle a fait pour apporter son aide Les faits sont exposés de manière chronologique, selon le déroulement des événements Pas de conclusion générale
Narrativité	Type(s) de discours	Narratif : raconte de manière séquentielle et immersive les événements vécus par la sage-femme Descriptif : description des conditions sur le terrain Explicatif : explication des actions menées par MSF
	Construction du discours	Sujet : Aisha, la sage-femme Objet : apporter son aide médical aux victimes du Nord-Ouest de la Syrie Destinataire : victimes des séismes Opposants : manque de ressources, conditions dures
	Storytelling	Forte présence du témoignage
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Crédibilité apportée à MSF par la sage-femme qui a vécu la situation et qui travaille dans le domaine médical Appel à l'émotion par le témoignage
	Ton	Emotif : accent sur la souffrance des victimes, les difficultés rencontrées par les membres du personnel « nous avons essayé de soulager la douleur des enfants » + montre la dualité entre les responsabilités familiales et professionnelles « mon fils aîné avait été tué lors du bombardement d'Alep » Empathique : on observe les pensées d'Aisha + ressent sa détresse et sa douleur « nos larmes étaient mélangées à du sang » « nous avons eu un choc »
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citations des témoignages d'Aisha
	Contexte temporel	« tremblement de terre a eu lieu à 4h17 du matin » « à 13h24, nous avons ressenti une forte réplique »
	Contexte thématique	Evénements suivants les séismes

*** Catégorie 1 : Article du site internet 5**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms factuels en lien avec l'aide humanitaire : « convoi de camions » « tentes » « kits d'hiver » « matériel médical et non médical » Verbes descriptifs : « transporte » « activer » « répondre » « livrer » Verbes incitatifs : « appelle » « la priorité doit être donnée » « nécessaire » Adjectifs forts : « augmentation urgente » « fournitures médicales nécessaires »
	Structure linguistique	Phrases longues, et parfois complexes Vocabulaire spécifique au domaine des opérations humanitaires Répétitions de mots : « aide humanitaire »
	Formes d'écriture	1 ^{er} paragraphe et quelques informations en caractères gras « 1296 tentes » « 1296 kits »
Mise en page	Structure visuelle	Introduction et conclusion sur l'appel à l'augmentation de l'aide humanitaire pour les séismes Faits présentés de manière chronologique, ce qu'ils recherchent à travers l'article « il est urgent d'augmenter le stock » est noté en rouge et les raisons sont sur fond rouge
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit les événements qui se sont déroulés Argumentatif : argumente sur les raisons pour lesquelles ils demandent une augmentation de l'aide humanitaire
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : fournir une aide humanitaire supplémentaire Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	Constatation : description de la situation par des données précises et exactes Dramatisation : explique les besoins énormes et les conditions précaires dans lesquelles vivent les individus
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'action : appel à une augmentation des stock d'urgence (« fourniture d'abris, d'eau et d'équipements sanitaires ») Appel à l'autorité : témoignage du chef de mission en Syrie + informations rapportées par les Nations unies

		Chiffres comparés entre le volume d'aide pré et post séisme
	Ton	Urgent : mettent en avant le besoin urgent d'augmenter l'aide humanitaire : matériel médical et non médical Informatif : donne de nombreuses informations sur les activités entreprises par MSF Persuasive : tente de convaincre les lecteurs d'apporter une aide supplémentaire à MSF
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	1 citation directe du chef de mission en Syrie et une référence au Nations unies
	Contexte temporel	« les dix jours qui ont suivi le séisme » Comparaison de l'aide post-séisme apporté par rapport à celle de l'année 2022
	Contexte thématique	Thèmes récurrents : urgence de la situation + aide apportée actuellement insuffisante

*** Catégorie 1 : Article du site internet 6**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels : « hôpitaux » « kits de secours » « ambulances » « cliniques mobiles » Verbes principalement descriptifs : « traiter » « déployer » « distribuer » « en menant » « en fournissant » Adjectifs forts pour accentuer l'importance des actions et besoins : « essentiels » « d'urgence » « durement impactées » Opérateurs : « plus de 500 familles » « total de 19 594 couvertures »
	Structure linguistique	Phrases courtes, passé composé utilisé pour décrire les actions déjà effectuées, présent utilisé pour décrire les activités en cours, voix passive utilisée pour souligner les actions et les résultats (« ont été distribués » « a été soutenu ») Eléments marquants : chiffres
	Formes d'écriture	Nom des pays en capitales, texte en italique pour les légendes des images
Mise en page	Structure visuelle	1 photo, pas d'introduction, conclusion par un CTA, le contenu se divise par zones géographiques (la Syrie, puis la Turquie) Utilisation de puces pour présenter l'aide apportée sous forme de liste

Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : description des actions et de l'aide apportée Explicatif : explication des raisons des actions entreprises = Rapport d'activités suite aux séismes
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : apporter une aide humanitaire d'urgence Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	Constatation : faits exposés de manière neutre, pas de dramatisation
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	2 CTA : en fin du paragraphe sur la Syrie « je fais un don » + en fin d'article « faire un don » Utilisation de chiffres (« matériel d'aide distribués : 30232, consultations dans des cliniques mobiles : 5667 » « distribuer de la nourriture et des couvertures à plus de 500 familles » « distribution de 180 000 repas chauds à 6 000 personnes »)
	Ton	Informatif + factuel : détails sur les actions de MSF + persuasif : CTA
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	L'article a été publié 1 mois après les tremblements de terre « Dans les premiers jours, il s'agissait principalement de »
	Contexte thématique	//

*** Catégorie 1 : Article du site internet 7**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels : « inondations » « corps » « professionnels de la santé mentale » « sentiments » Mais aussi émotionnels : « survivants » « traumatisme » « lieu de peur » « cauchemars » « crises de panique » Verbes qui se rapportent aux actions de MSF : « expliquent » « vise à aider » « offrent » « soutient » « encouragent » Adjectifs forts : « dévastée » « détruits » « intense » « traumatisé »
	Structure	Vocabulaire technique au domaine médical

	linguistique	(« traumatisme psychologique » « stress post-traumatique » « pertes de mémoire ») et des séismes (« magnitude » « répliques ») Phrases complexes Éléments marquants : témoignage
	Formes d'écriture	Sous-titres en capitales (dont un témoignage), sous-titres et introduction en caractères gras
Mise en page	Structure visuelle	Introduction sur les conséquences visibles et moins visibles des séismes, 2 photos, pas de conclusion, un paragraphe se termine par une photo, la dernière partie sur les ONG locales n'a pas la même couleur de fonds (gris)
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : l'article décrit l'impact des séismes sur les victimes (conséquences sur la santé mentale) + l'aide des ONG locales Narratif : présence de témoignages Explicatif : explique les symptômes que ressentent les victimes
	Construction du discours	Sujet : survivants des séismes Objet : rétablissement psychologique + se nourrir + se loger Adjuvants : MSF + ONG locales Opposants : répliques + conditions difficiles de vie
	Storytelling	Utilisation importante de témoignages de survivants, de psychologue d'ONG locale et de membre de convois de secours
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Figure d'autorité : référence à l'AFAD et aux autorités turques pour avoir des informations et chiffres officiels « il y a eu plus de 25 000 répliques depuis les tremblements de terre du 6 février, dont 47 ont dépassé une magnitude de 5 » Appel à l'émotion : témoignages
	Ton	Empathique : témoignages, descriptions des souffrances des victimes, explication des efforts de MSF et des ONG locales pour les aider Informatif : données et explications précises
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citations directes de survivants
	Contexte temporel	Référence aux séismes du 6 février

	Contexte thématique	Impact psychologique des séismes sur les individus + soutien communautaire
--	---------------------	--

*** Catégorie 1 : Article du site internet 8**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	<u>L'article met à jour les données de l'article 6</u> Noms principalement factuels : « hôpitaux » « kits de secours » « ambulances » « cliniques mobiles » Verbes principalement descriptifs : « traité » « déployé » « distribuer » « en menant » « en fournissant » Adjectifs forts pour accentuer l'importance des actions et besoins : « essentiels » « d'urgence » Opérateurs : « plus de 200 camps »
	Structure linguistique	Phrases courtes Eléments marquants : chiffres Corrélation entre les éléments : chacune des sections couvre un aspect spécifique des actions de MSF
	Formes d'écriture	Nom des pays en capitales, texte en italique pour les légendes des images
Mise en page	Structure visuelle	2 photos, pas d'introduction, conclusion par un CTA, le contenu se divise par zones géographiques (la Syrie, puis la Turquie) Utilisation de puces pour présenter l'aide apportée sous forme de liste
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : description des actions et de l'aide apportée Explicatif : explication des raisons des actions entreprises = Rapport d'activités suite aux séismes
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : apporter une aide humanitaire d'urgence Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	Constatation : faits exposés de manière neutre, pas de dramatisation
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	1 CTA : « je m'inscris » pour l'inscription à la newsletter Utilisation de chiffres (« produits d'aide distribués : 84.810, consultations dans des cliniques mobiles : 23.790 » « fourni à une boulangerie 20 tonnes de farine et 5 000 litres de carburant » « MSF a envoyé un convoi de 53 camions avec des tentes,

		des kits d'hiver et d'autres articles essentiels »)
	Ton	Informatif + factuel : détails sur les actions de MSF + persuasif : CTA
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	L'article a été publié 2 mois après les tremblements de terre et 1 mois après l'article 5 « Jusqu'à présent »
	Contexte thématique	Aide humanitaire d'urgence apportée

*** Catégorie 1 : Article du site internet 9**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels : « intervention » « dons » « besoins médicaux » « consultations » Verbes principalement descriptifs : « intervenir » « fournissant » « réagi à » Mais aussi incitatifs : « aidez-nous » Adjectifs forts : « dangereuses » « insalubres » « essentiel » « puissants » Opérateurs : « près de 59 000 morts »
	Structure linguistique	Eléments marquants : témoignages Corrélation entre les éléments : commence par une vue d'ensemble des éléments, pour finir sur des aspects plus spécifiques
	Formes d'écriture	Titre et premier sous-titre en majuscules, les autres sous-titres pas en majuscules, emojis devant une section et devant CTA
Mise en page	Structure visuelle	Introduction sur les faits généraux + référence à l'appel aux dons, remercie les dons + 2 CTA en caractère gras sur fond rouge, chiffres en rouge, texte organisé chronologiquement, conclusion sur des témoignages de victimes en gros caractères
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit en détails (datées et chiffrés) les actions menées par MSF + remercie la générosité du public Narratif : témoignages
	Construction	Sujet : MSF

	du discours	Objet : fournir une aide humanitaire d'urgence Adjuvants : dons des donateurs Opposants : les séismes
	Storytelling	Témoignages d'individus qui ont vécu les événements Dramatisation : descriptions des conditions dures et des besoins urgents
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel aux émotions : témoignages Figure d'autorité : chiffres précis « 12,3 millions litres d'eau potable » Appel à l'action : CTA « je fais un don au fonds d'urgence » « je suis les activités de MSF sur le terrain »
	Ton	Informatif : détails sur les actions précises de MSF Persuasif : CTA Empathique : témoignages personnels
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citations directes de survivants
	Contexte temporel	« un an plus tard » en lien avec les actions effectuées dans l'année écoulée et celles qui continuent
	Contexte thématique	Thèmes récurrents : solidarité de par les dons + actions d'aide humanitaire

*** Eléments de discours 1 provenant d'articles à objectif mixte**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels : « opérations » « consultations » « kits d'urgence » « aide » « réponse humanitaire », pas de noms émotionnels Verbes descriptifs : « envisagent » « répondre » « constate » « lancent » « déclaré avoir soigné » Adjectifs forts : « graves perturbations » « urgemment besoin d'hébergements » « besoins immédiats » Opérateurs : « afin de répondre » « en collaboration avec »
	Structure linguistique	Répétitions de mots : « urgence » « aide » « santé » « besoin »
	Formes d'écriture	Sous-titres en majuscules « EN SYRIE » « EN TURQUIE »

Mise en page	Structure visuelle	Longs paragraphes, conclusion sur l'appel aux dons (voir analyse de l'élément 1 dans la 2 ^{ème} catégorie générique), différentes activités de MSF citées avec des puces, informations structurées par zone géographique (Syrie, puis Turquie)
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : description des activités précises de MSF + de ces constatations sur les besoins (« manque de carburant, d'électricité, d'eau et d'installations sanitaires adéquates ») Argumentatif : explique par des arguments en quoi « l'aide actuelle ne répond pas aux besoins de la population du nord-ouest de la Syrie » (ex : « doivent pouvoir accéder à tous les points frontaliers possibles »)
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : fournir une aide humanitaire d'urgence
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Utilisation de chiffres (« nous avons également distribué 109 m3 d'eau et placé 5 réservoirs d'eau dans différents centres d'accueil » « déclaré avoir soigné plus de 7 600 personnes blessées et enregistré environ 1 000 décès ») Certitude et autorité dans les affirmations : « il est clair que » « constate actuellement »
	Ton	Informatif : informations précises fournies sur les activités de MSF sur le terrain, complétées par des chiffres concrets Persuasif : convaincre le lecteur par des arguments de la nécessité de l'intervention de MSF pour aider la population
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	« la réponse aux tremblements de terre entre dans sa deuxième phase » 10 jours après le premier séisme Mention de dates précises « le 13 février » « depuis le 8 février » pour situer les actions dans le temps
	Contexte thématique	Thèmes récurrents : activité de MSF dans la 2 ^{ème} phase

*** Éléments de discours 2 provenant d'articles à objectif mixte**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms émotionnels : « événements les plus choquants » « décombres » « survivants » Beaucoup de noms factuels : « hôpitaux » « séismes » « habitants » Verbes descriptifs : « s'est produit » « ont frappé » « a réagi » « avons livré » Adjectifs forts : « choquants » « violents » « réagi immédiatement » « réduites à l'état de décombres »
	Structure linguistique	//
	Formes d'écriture	Sous-titres en majuscules
Mise en page	Structure visuelle	2 paragraphes qui suivent le sous-titres, l'introduction introduit le séisme et ses conséquences, conclusion sur l'appel aux dons (voir élément de discours 2 dans la catégorie générique suivante)
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit la catastrophe, ses conséquences, les activités de MSF
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : actions dans le cadre du séisme Destinataire : victimes des séisme
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Utilisation de chiffres pour appuyer les propos (« ont traité plus de 7 600 personnes » « livré du matériel médical d'urgence à 38 hôpitaux et traité 5 600 survivants »)
	Ton	Informatif : explique les actions de MSF
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	« premières heures du lundi 6 février » « dans les deux semaines qui ont suivi la catastrophe » Publié le 3 janvier : presque 1 an après
	Contexte thématique	Décrit ce qui est arrivé + les actions de MSF

SOUS-CATEGORIE 2 : POSTS DU COMPTE INSTAGRAM DE MSF-B

* Catégorie 1 : Post Instagram 1

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Titre <u>légende</u> : « nouvelles de terrain » Titre <u>photo</u> : « tremblements de terre » Très peu de verbes conjugués descriptifs : « permettent » « sont » « agissons » → utilisation de noms « actions » « distribution » « mise en place » « soutien » Aucun opérateurs
	Structure linguistique	<u>Légende</u> : 10# « terrain » « MSF » « Humanitaire » ... <u>Photos</u> : phrases courtes, vocabulaire technique au domaine médical/humanitaire : « kits chirurgicaux » « aide » « victimes » « patients »
	Formes d'écriture	Utilisation d'emojis : 🇷🇺 🇵🇸 🇱🇧 Photos : textes en majuscules
Mise en page	Structure visuelle	<u>Légende</u> : titre entouré de 2 émojis 🇷🇺 + 1 phrase qui propose de découvrir les actualités en cliquant dans un lien en bio <u>Photos</u> avec contenu écrit mis en avant : 5 (la 1^{ère} est une vidéo ndls-fr) – actions listés en tirets – conclusion sur le slogan « #MSF agissons ensemble » - logo présent sur chaque photo – titre dans un carré rouge, écriture blanche
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : propose de découvrir les actions de MSF + décrit à quoi servent les dons Incitatif : invite à « cliquer sur le lien en bio »
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : faire connaître leurs actions Destinateur : public Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	Constatation : présentation des actions de MSF grâce aux dons
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	//
	Ton	Informatif : donne des infos sur les actions

Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 9 février : 3 jours après les séismes Présente les infos post-séismes
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

*** Catégorie 1 : Post Instagram 2**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	<u>Légende</u> titre : « Nouvelles de terrain » Termes principalement factuels et neutres + mots émotionnels (« victimes ») Verbes descriptifs : « témoigne » « se poursuit »
	Structure linguistique	<u>Légende</u> : 11 # « terrain » « MSF » « Humanitaire » ... 1 Phrase courte
	Formes d'écriture	Utilisation d'emojis : 📍 🙌 📹 <u>Vidéos</u> : textes en minuscules
Mise en page	Structure visuelle	<u>Légende</u> : titre entouré de 2 emojis 📍 + 1 phrase pour présenter la personne qui fait un témoignage – pas de conclusion
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : présentation de la situation des victimes + activités de MSF + besoins Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	Témoignage
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Témoignage d'un membre du personnel MSF « coordinateur du projet MSF Idlib »
	Ton	Informatif : présente les infos de manière factuelle et neutre
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citation du témoignage d'un membre MSF
	Contexte temporel	Publié le 13 février « Une semaine après les tremblements de terre »
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

* **Catégorie 1 : Post Instagram 3**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	<u>Légende</u> titre : « Nouvelles de terrain » Termes principalement factuels et neutres + mots émotionnels (« victimes » « expérience ») Verbes descriptifs : « témoigne » « se poursuit »
	Structure linguistique	<u>Légende</u> : 11 # « terrain » « MSF » « Humanitaire » ...
	Formes d'écriture	Utilisation d'emojis : 📍 🙌 <u>Vidéo</u> : texte en minuscules
Mise en page	Structure visuelle	<u>Légende</u> : titre entouré de 2 emojis 📍 + 1 phrase pour présenter la personne qui fait un témoignage – pas de conclusion
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : faire connaître l'expérience de la personne MSF (ce qu'elle a vu, vécu, ressenti) Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	Témoignage
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Témoignage d'un membre du personnel MSF « responsable MSF de la promotion de la santé dans le nord-ouest de la Syrie »
	Ton	Informatif : informer sur la situation sur le terrain sur un ton factuel et objectif
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citation du témoignage d'un membre MSF
	Contexte temporel	Publié le 15 février « Une semaine après les tremblements de terre »
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

* **Catégorie 1 : Post Instagram 4**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	<u>Légende</u> titre : « Nouvelles de terrain » <u>Photo</u> titre : « tremblements de terre » Mots principalement factuels Mots émotionnels : « réalité » « aide » « urgence » « besoin » « tremble » Verbes descriptifs : « témoignent » « affectent » Verbes incitatifs : « nous devons considérer »
------------------------	-----------------------------------	---

	Structure linguistique	<u>Légende</u> : 11 # « témoignage » « terrain » « MSF » « Humanitaire » ... <u>Photos</u> : répétitions : « nous » répété dans les témoignages + élément marquant : témoignages
	Formes d'écriture	Utilisation d'emojis : 📍 📷 <u>Photos</u> : textes en majuscules
Mise en page	Structure visuelle	<u>Légende</u> : titre entouré de 2 emojis 📍 + 1 phrase pour dire qu'il y a des témoignages dans les photos <u>Photos</u> : 7 : introduction – bilan global de la situation – 3 témoignages – phase 2 – conclusion sur le slogan « #MSF agissons ensemble »
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit le bilan global + les points d'attention pour le futur Narratif : témoignages
	Construction du discours	Sujet : les victimes des séismes Objet : le besoin d'aide humanitaire Destinataire : les victimes Destinateur : MSF
	Storytelling	Témoignages
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Citations directes de victimes à travers des témoignages
	Ton	Emotif : témoignages Urgent : « nous avons besoin d'une tente de toute urgence » Informatif : donne le bilan global + futures interventions de MSF
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citations témoignages de victimes
	Contexte temporel	Publié le 17 février « période hivernale »
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

* **Catégorie 1 : Post Instagram 5**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	<u>Légende</u> titre : « Nouvelles de terrain » <u>Photo</u> titre : « tremblements de terre » Mots principalement factuels Mots émotionnels : « urgence » « nous avons besoin de vous » Verbes conjugués descriptifs : « distribués » « servis » « approvisionnés » « ont subi » Verbes incitatifs : « amplifiés » « s'amenuisent » « avons besoin » Opérateurs : « vos » « nos »
	Structure linguistique	<u>Légende</u> : 11 # « infos » « terrain » « MSF » « Humanitaire » ... <u>Photos</u> : phrases courtes Elément marquant : « nous avons besoin de vous ! »
	Formes d'écriture	<u>Photos</u> : texte en majuscule, titre des photos en caractères gras, blanc sur fond rouge
Mise en page	Structure visuelle	<u>Légende</u> : titre entouré de 2 émojis 📌 + 1 <u>Photos</u> : 5 : actions listées en tirets et par zones géographiques – appel à une aide – conclusion sur le slogan « #MSF agissons ensemble »
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit les actions apportées Incitatif : appel à une aide
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : faire connaître les actions de MSF, montrer l'importance des dons pour la réalisation de leurs actions Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Utilisation de chiffres pour montrer l'impact des actions Appel à l'action : « nous avons besoin de vous ! »
	Ton	Informatif : informations sur les actions réalisées Urgent : appel à une aide
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié 1 mois après les séismes : 6 mars « ces dernières semaines »
	Contexte	Intervention humanitaire grâce aux dons

	thématique	
--	------------	--

*** Catégorie 1 : Post Instagram 6**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Titre <u>photo</u> : « Sud de la Turquie » Noms principalement factuels + émotionnels (« tristes » « anxieux » « incertains ») Verbes descriptifs : « ont » « travaille » « sont » « se sentent » « apportent » Adjectifs forts : « nombreuses » « énormes » « fortes » « immenses »
	Structure linguistique	<u>Légende</u> : 8 # « turquie » « soutien » « MSF » « aidehumanitaire » ... <u>Photos</u> : phrases courtes et simples
	Formes d'écriture	Utilisation d'emojis : 🌍🙏💔😔💭 <u>Photos</u> : textes en majuscules sur la 1 ^{ère} , et en minuscules sur les suivantes
Mise en page	Structure visuelle	1 paragraphe, suivi des # <u>Photos</u> : 5 : introduction sur les besoins – informations en blanc sur fond rouge – conclusion « ensemble, nous aidons en Türkiye »
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : présentation factuelle des situations, besoins, actions
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : fournir une aide humanitaire d'urgence
	Storytelling	Les informations sont accompagnées de photos montrant la réalité du terrain + #
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'émotion : mots + emojis 💔😔💭
	Ton	Informatif : informe sur les besoins Urgent : « de nombreuses personnes ont encore besoin d'un soutien médical, psychosocial et matériel. »
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	« Deux mois après les tremblements de terre » Référence aux événements passés
	Contexte thématique	Intervention humanitaire, aide aux victimes

* **Catégorie 1 : Post Instagram 7**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Termes faisant référence au domaine humanitaire « traumatismes » « victimes » « catastrophe » / aux réponses humanitaires « soutien » « fonds d'urgence » « urgence » Verbes descriptifs : « ont frappé » « ont réagi » « sommes restés » « sont toujours présentes »
	Structure linguistique	Pas de # Structure chronologique – phrases longues
	Formes d'écriture	Utilisation de 1 émoji 🚨
Mise en page	Structure visuelle	<u>Légende</u> : 2 paragraphes : introduction = contexte + actions et référence aux dons – conclusion sur la continuité de l'engagement de MSF un an après les séismes Emoji pour introduire le 2 ^{ème} paragraphe 🚨
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit les événements + la situation actuelle Narratif : chronologie des événements (avant – maintenant)
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : continuer d'apporter une aide humanitaire en Syrie Destinateur/aire : victimes des séismes
	Storytelling	Appel à l'émotion : « nous pensons aux familles des victimes et aux personnes qui vivent encore avec les traumatismes de la catastrophe. »
Argumentation et rhétorique	Élément(s) de persuasion	Chiffres pour souligner l'importance et les conséquences des séismes Figure d'autorité : présence continue de MSF sur le terrain
	Ton	Informatif : informe sur les actions passées et actuelles Empathique : pense aux familles des victimes et à leur potentiel traumatisme
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 6 février 2024 « il y a un an aujourd'hui ... » « aujourd'hui » « Un an après les séismes »
	Contexte	Réponse humanitaire apportée

	thématique	
--	------------	--

SOUS-CATEGORIE 3 : POSTS DU COMPTE FACEBOOK DE MSF-B

*** Catégorie 1 : Post Facebook 1**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Termes principalement descriptifs Pas d'utilisation de verbes sauf dans les questions (« est ») Opérateurs : interrogations « Quelle » « Quel »
	Structure linguistique	11 # : « Temoignage » « Terrain » « MSF » 5 phrases très courtes → simple et direct
	Formes d'écriture	1 ^{er} mot en capitales « UPDATE » Utilisation d'emojis : 📍 ? 🙌
Mise en page	Structure visuelle	Titre = contexte (« UPDATE : Tremblement de terre) – conclusion sur une invitation à cliquer pour avoir plus d'infos Renvoi vers l'article 1 du site internet
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : présentation des faits + pose des questions informatives (« Quelle est la situation sur place ? Quel est notre plan d'urgence ? »)
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : informer sur les séismes Destinataire : public Facebook Adjuvant : lien vers l'article
	Storytelling	Pas d'histoire racontée ou de personnages spécifiques – mais utilisation d'emojis
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Utilisation de questions Incitation à cliquer sur le lien
	Ton	Urgent : « 📍 UPDATE »
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	« jour 4 » Publié le 9 février
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

* **Catégorie 1 : Post Facebook 2**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels « médecins » « équipes » + émotionnels « dévastation » Verbes descriptifs « témoignent » « avons compris » « était » « avons lancé » + incitatifs « soutenir » « aidez-vous » « faites un don » Adjectifs forts : « énorme » « catastrophique »
	Structure linguistique	11 # : « Temoignage » « Soutien » « Victime » Mélange de quelques phrases courtes + d'une citation plus longue Elément marquant : lien de la page de dons Renvoi vers l'article 3 du site internet
	Formes d'écriture	Utilisation d'émojis : 🚑 🧑‍⚕️ 🙏
Mise en page	Structure visuelle	Introduction = contexte = présente ce que contient le post (témoignage) – conclusion sur un appel aux dons
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : donne des infos sur les séismes Narratif : témoignage direct
	Construction du discours	Sujet : médecins syriens de MSF Objet : fournir une aide humanitaire d'urgence Destinataire : public Facebook + donateur
	Storytelling	Témoignage
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Témoignage d'un médecin Appel à l'action : « Soutenir nos équipes, c'est renforcer et accélérer nos interventions. » « Aidez-nous, faites un don »
	Ton	Urgent : émoji 🚑 + vocabulaire utilisé « personnel en état d'alerte » « plan d'urgence » Empathique : témoignage + expression de solidarité + émoji 🙏
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citations d'un médecin de MSF
	Contexte temporel	Référence au jour des séismes « Le 6 février » Publié le 15 février
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

*** Catégorie 1 : Post Facebook 3**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels + émotionnels : remercie le public pour son engagement (« merci infiniment » « vos messages, vos partages, vos dons » Verbes principalement descriptifs « avez été » « sont » « pouvons » + incitatifs « découvrez » Message positif
	Structure linguistique	Pas d'utilisation de # Phrases courtes
	Formes d'écriture	Emojis : 🌍❤️👉
Mise en page	Structure visuelle	Titre = contexte « Tremblement de terre » + contenu en 2 paragraphes qui remercie + conclusion : incite à cliquer sur le lien Renvoi vers l'article 6 du site internet
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : remercie + décrit les actions effectuées grâce aux dons
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : fournir une aide humanitaire Destinataire : donateurs
	Storytelling	Histoire centrée sur la générosité des donateurs
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	//
	Ton	Positif + reconnaissant « Merci infiniment pour votre soutien » « Vos messages, vos partages, vos dons sont tous précieux pour nous. »
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 6 mars : 1 mois après les séismes
	Contexte thématique	Aide humanitaire + importance des dons

*** Catégorie 1 : Post Facebook 4**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels « impacts psychologiques » « sécurité » « soutien psychosocial » Verbes descriptifs « ont » « provoquent »
------------------------	-----------------------------------	--

		« soutient » « aggrave » « lire » Adjectifs « fortes » « considérables » accentuent la gravité des choses
	Structure linguistique	8 # « AZG » « Adiyaman » « Malatya » → provinces en Turquie/prénoms Phrases relativement longues
	Formes d'écriture	Emojis : 📌👉
Mise en page	Structure visuelle	Titre : lieu + 3 courts paragraphes + conclusion sur une incitation à cliquer sur le lien Renvoi vers l'article 7 du site internet
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit les impacts psychologiques sur les victimes + la météo + le soutien de MSF aux ong locales
	Construction du discours	Sujet : victimes des séismes Objet : recevoir un soutien psychosocial Destinataire : public Facebook Destinateur : MSF
	Storytelling	Témoignage
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Témoignage direct de survivant Appel à l'action : lien vers l'article
	Ton	Informatif : donne des infos sur les impacts psychologiques des séismes Empathique : témoignage
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citation directe d'un survivant « Nos maisons sont devenues des monstres »
	Contexte temporel	Publié le 13 avril
	Contexte thématique	Aide humanitaire, impacts psychologiques

*** Catégorie 1 : Post Facebook 5**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels + quelques-uns émotionnels « puissants » « grand nombre de blessés » « ravages » Verbes descriptifs principalement au passé : « frappaient » « avons lancé » « avez répondu » « ont suivi » « a travaillé » + incitatifs :
------------------------	-----------------------------------	---

		« découvrez » « réagir » Adjectifs : « puissants » « grand »
	Structure linguistique	Pas de # Phrases assez longues
	Formes d'écriture	Emojis : 🇷🇺 🇺🇸
Mise en page	Structure visuelle	Introduction = contexte (ce qu'il s'est passé il y a un an) – réponse de MSF grâce aux dons – conclusion : propose de découvrir l'impact des dons Renvoi vers l'article 9 du site internet
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit les impacts des séismes Explicatif : explique la réponse de MSF
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : fournir une aide d'urgence Destinataire : public Facebook Adjuvants : donateurs grâce aux dons
	Storytelling	Raconte l'histoire de manière chronologique
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Utilisation de chiffres « 59 000 morts » « plus de 8 millions de personnes » « travaillé 24 heures sur 24 » « soignant environ 200 personnes » pour quantifier l'impact des séismes Incite à cliquer sur le lien « Découvrez »
	Ton	Informatif : informe sur la réponse de MSF
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	« Il y a un an » Publié 1 an jour pour jour après les séismes
	Contexte thématique	Réponse humanitaire aux séismes de 2023 + importance des dons

SOUS-CATEGORIE 4 : POSTS DU COMPTE X DE MSF-B

*** Catégorie 1 : Post X 1**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels « séisme » « hôpitaux » « équipe » « autorités » Verbes descriptifs : « a touché » « interviennent » « traitons » « soutenons » Adjectif « fort »
	Structure linguistique	6 # « #séisme » « #Turquie » « #Syrie » « #MSF » « #Idlib »

		3 longues phrases + détaillées Vocabulaire spécifique au domaine médical et humanitaire Répétitions des noms des endroits touchés par les séismes
	Formes d'écriture	Aucun émojis
Mise en page	Structure visuelle	Contenu en 3 tweets : 1 tweet = 1 phrase
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit la situation en Turquie et en Syrie + actions de MSF + leur coordination avec les autorités locales
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : fournir une aide humanitaire Destinateur : public Twitter Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	//
	Ton	Informatif : informe sur les actions de MSF
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 6 février en référence aux événements qui se sont produit le même jour
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

*** Catégorie 1 : Post X 2**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Manque un article dans la phrase « après tremblements de terre » Mots factuels + verbe d'action « intensifie »
	Structure linguistique	Message très court : 1 seule longue phrase = titre d'un communiqué de presse # dans le texte : #Turquie + #Syrie à la place des noms des pays
	Formes d'écriture	Aucun émojis

Mise en page	Structure visuelle	1 phrase, suivie d'un lien qui renvoi vers un communiqué de presse + 1 vidéo montrant le lieu et la date où a agi MSF
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit très brièvement la situation
	Construction du discours	Sujet : victimes des séismes Objet : fournir une aide humanitaire Destinateur : MSF Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'urgence : « besoins médicaux et humanitaires immenses »
	Ton	Informatif : informe « Médecins Sans Frontières intensifie son action sur le terrain. » Urgent : besoins immenses → action rapide
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 6 février en référence à l'urgence actuelle
	Contexte thématique	Intervention humanitaire d'urgence

*** Catégorie 1 : Post X 3**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels : « équipes » « soins médicaux » « dévastation » Verbes descriptifs : « est » « se tiennent » « sont » « constitue » Verbes d'action : « faisons » « travaillent » « intensifions » « en augmentant » « en installant » « soutenons » Adjectifs qui renforcent l'urgence : « nécessaire » « d'urgence » « 24 heures sur 24 »
	Structure linguistique	7 # « #Séisme » « #Turquie » « #Syrie » « #MSF » « #MSFPresse » « #Idlib » « #Alep »
	Formes d'écriture	Utilisation d'emoji : 📌 pour représenter une structure chronologique, un fil à suivre Phrases relativement courtes + quelques longues 1 ^{er} mot « UPDATE » en capitales

Mise en page	Structure visuelle	Contenu en 6 tweets Introduction de l'événement « UPDATE #Séisme #Turquie #Syrie » Conclusion : disent qu'ils font le maximum pour aider + promet de revenir avec de nouvelles infos
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : mise à jour sur les actions de MSF depuis les séismes
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : fournir une aide d'urgence Destinateur : public Twitter Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Utilisation de chiffres
	Ton	Informatif : informe sur les actions de MSF
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 8 février en référence aux séismes du 6 février
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

*** Catégorie 1 : Post X 4**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms factuels + émotionnels « son passé, son présent et son avenir » Pas de verbes hors de la citation Dans la citation, verbe descriptif « frappe » + émotionnel « perd »
	Structure linguistique	5 # « #Turquie » « #Syrie » « #MSF » « #Déclir » « #RTBF » 1 courte phrase
	Formes d'écriture	Utilisation d'emoji : 
Mise en page	Structure visuelle	Commence par citer la catastrophe et son lieu + citation + lien qui renvoi vers une émission de la RTBF

Narrativité	Type(s) de discours	Narratif : citation qui décrit les pensées d'une membre de MSF
	Construction du discours	Sujet : Marie-Christine Frerir, membre du pool urgence de MSF Objet : partage de ses idées sur le séisme Destinateur : MSF Destinataire : public Twitter
	Storytelling	Témoignage d'une membre de MSF
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'émotion avec la citation émotionnelle
	Ton	Empathique : citation ajoute une dimension humaine
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Lien vers une émission de la RTBF
	Contexte temporel	Publié le 9 février, soit 4 jours après les séismes
	Contexte thématique	Impact des séismes sur les victimes

*** Catégorie 1 : Post X 5**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels Verbes descriptifs
	Structure linguistique	4 # « #Séisme » « #MSF » « #MSFPresse » « #tremblementdeterre » Mention de la présentatrice de RTL + mention de RTL Vocabulaire simple et direct Eléments marquants : mention d'une experte de chez MSF
	Formes d'écriture	Aucun émojis Phrases courtes pour introduire la vidéo
Mise en page	Structure visuelle	Titre de l'émission + présentation de l'invité à RTL Le tweet se termine par 2 #
Narrativité	Type(s) de discours	Informatif : informe sur la diffusion de l'émission Explicatif : explique le sujet de l'émission

	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : Réponse aux questions de l'organisation des secours lors d'une urgence Destinateur : MSF Destinataire : public Twitter
	Storytelling	Utilise une figure experte pour parler de la situation en Turquie et en Syrie
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Figure d'autorité : figure experte « Notre collègue MSF Marie-Christine Ferir » + média reconnu RTL Appel à cliquer sur le lien pour regarder la rediffusion de l'émission
	Ton	Informatif : informe sur l'importance d'une bonne organisation des secours dans le cas des séismes
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Lien vers la rediffusion
	Contexte temporel	Publié le 9 février en lien avec l'aide humanitaire actuelle en Turquie et en Syrie
	Contexte thématique	Organisation des secours lors d'une intervention humanitaire d'urgence

*** Catégorie 1 : Post X 6**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms factuels qui introduisent le contexte : « témoignage » « victime » « hôpital » « région » Verbes descriptifs : « il a été » « il est suivi » « est actif » Adjectifs : /
	Structure linguistique	4 # « #MSF » « #Syrie » « #Thread » « #Idlib » Phrases relativement longues dans l'introduction et dans la citation Eléments marquants : témoignage avec des détails importants
	Formes d'écriture	Aucun émojis

Mise en page	Structure visuelle	Contenu divisé en 5 tweets : le premier est une introduction au témoignage d'Abdulbari, une victime des tremblements de terre, les 4 autres sont son témoignage (ce qu'il a vécu + ce dont ils ont besoin) Conclusion : besoin de matériel et d'aide 1 photo de la victime
Narrativité	Type(s) de discours	Narratif : témoignage
	Construction du discours	Sujet : Abdulbari, une victime des séismes Objet : situation post-séisme Destinateur : MSF Destinataire : public Twitter
	Storytelling	Témoignage pour illustrer ce que les victimes ont vécu et vivent après le séisme + pour montrer les besoins
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'émotion : témoignage
	Ton	Empathique : description des souffrances vécues par la victime
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 10 février en référence à ce que la victime a vécu juste après le séisme
	Contexte thématique	Besoin d'une aide humanitaire supplémentaire

*** Catégorie 1 : Post X 7**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms pour définir la personne « logisticien » le lieu « séisme » « Syrie » « AlDana » Verbes descriptifs « est » « était »
	Structure linguistique	6 # : « #MSF » « #AlDana » « #Syrie » « #séisme » « #témoignage » « #MSFPresse » 2 phrases courtes après la citation Vocabulaire simple
	Formes d'écriture	Aucun émojis

Mise en page	Structure visuelle	Commence le tweet par une citation (focus sur la citation), suivi par la présentation de la personne qui l'énonce 2 # conclut le message #témoignage #MSFPresse 1 vidéo (que l'on retrouve également sur Instagram)
Narrativité	Type(s) de discours	Narratif : témoignage de Hassan, un membre du personnel de MSF qui décrit ses impressions suite aux séismes
	Construction du discours	Sujet : Hassan, membre du personnel de MSF Objet : son expérience Destinateur : MSF Destinataire : public Twitter
	Storytelling	Témoignage pour illustrer les impressions du personnel de MSF
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'émotion : témoignage
	Ton	Emotionnel : met en évidence l'impact dramatique de la situation sur les victimes et le personnel sur place
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 10 février faisant référence au jour suivant les séismes « séisme le 6 février »
	Contexte thématique	Expérience personnelle suite aux séismes

*** Catégorie 1 : Post X 8**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms pour définir la personne « directeur » et le lieu « hôpital d'Aqrabat » Verbe incitatif : « cliquez » + descriptif « explique »
	Structure linguistique	3 # : « #MSF » « #seisme » « #Syrie » Phrases courtes
	Formes d'écriture	Utilisation d'emoji : 🙌

Mise en page	Structure visuelle	Tweet commence par un témoignage + termine sur un appel à cliquer sur lien 2 # « #seisme » « #Syrie » à la fin 1 photo
Narrativité	Type(s) de discours	Narratif : témoignage de la situation en Syrie après les séismes Citations descriptives
	Construction du discours	Sujet : Samih Kaddour, directeur d'un hôpital en Syrie Objet : infos sur les événements Destinateur : MSF Destinataire : public Twitter
	Storytelling	Appel à l'émotion : témoignage
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'action : « cliquer ici pour plus d'informations » suivi par l'emoji Figure d'autorité : citation d'une figure locale, le directeur d'un hôpital en Syrie, qui a vécu les événements → crédibilité
	Ton	Informatif : description de la situation + intervention de MSF
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 15 février en référence aux événements produits après les séismes
	Contexte thématique	Efforts des secours après les séismes

*** Catégorie 1 : Post X 9**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Mot pour montrer que le tweet est informatif : « update » = mise à jour des opérations 1 seul verbe : « sont »
	Structure linguistique	Tweet très court : 1 phrase formulée en question pour présenter leur dernier communiqué de presse (qui est actuellement plus disponible) 3 # : « #Syrie » « #Turquie » « #MSFPresse »
	Formes d'écriture	Utilisation d'emoji : 🙌
Mise en page	Structure visuelle	1 phrase terminant par 2 # (pays) + un lien vers le communiqué de presse Pas de conclusion / intro = « update séismes » 1 photo

Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit le contenu du communiqué de presse (n'entre pas dans les détails)
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : opérations de MSF Destinataire : public Twitter
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'action : cliquer sur le lien pour plus d'infos
	Ton	Informatif : cherche à donner des infos, une mise à jour sur les activités de MSF
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Mention d'un communiqué de presse de MSF
	Contexte temporel	Publié le 15 février en référence aux opérations en cours de MSF
	Contexte thématique	Opérations humanitaires

*** Catégorie 1 : Post X 10**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels Verbes d'action : « apporte » « soutenant » « distribuant » « soutenues » « ont soigné »
	Structure linguistique	Phrases simples 3 # : « #séismes » « #MSF » « #Syrie »
	Formes d'écriture	Aucun émojis
Mise en page	Structure visuelle	2 courtes phrases : 1 phrase générale + 1 qui donne des infos additionnelles 1 vidéo / pas de conclusion
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit les actions menées par MSF
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : actions menées en Syrie Destinataire : public Twitter
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Utilisation de chiffres « soigné plus de 7 600 blessés » : montre l'impact des actions de MSF

	Ton	Informatif : informe sur les actions de MSF
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	« Depuis les séismes du 6 février » « Du 6 au 12 février » Publié le 17 février
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

*** Catégorie 1 : Post X 11**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Verbe (autre que dans la citation) incitatif : « lisez »
	Structure linguistique	Aucun # Courte citation + courte phrase incitative → simple et directe
	Formes d'écriture	Utilisation d'emoji : 🙌
Mise en page	Structure visuelle	Une citation (extraite de l'article), suivie d'un appel à lire le témoignage complet avec le lien Renvoi vers un article du site internet de MSF
Narrativité	Type(s) de discours	Narratif : témoignage de Aisha, une soignante
	Construction du discours	Sujet : Aisha, soignante Objet : lire l'article Destinateur : MSF Destinataire : public Twitter
	Storytelling	Témoignage
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'émotion : citation de la soignante Appel à l'action : lire l'article
	Ton	Emotionnel : émouvoir par la citation
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Mention d'un article du site internet de MSF
	Contexte temporel	Publié le 17 février en référence au séisme du 6 février
	Contexte thématique	Aide humanitaire

*** Catégorie 1 : Post X 12**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Mots principalement factuels « camions » « tentes » « kits d'hiver » « convois » Verbes descriptifs : « est entré » « isoler » « suivront »
	Structure linguistique	Phrases claires, relativement longues 1 # : « #MSFPresse »
	Formes d'écriture	Aucun émojis
Mise en page	Structure visuelle	2 phrases : 1 ^{ère} générale + 2 ^{ème} développant les actions futures Lien d'un communiqué de presse
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit les actions de MSF
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : fournir une aide humanitaire Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Utilisation de chiffres « 14 camions » « 1296 tentes et 1296 kits d'hiver »
	Ton	Informatif : donne des infos sur les actions de MSF
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Mention d'un communiqué de presse
	Contexte temporel	Publié le 19 février en référence aux actions récentes « aujourd'hui » et futur « suivront bientôt »
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

*** Catégorie 1 : Post X 13**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels Verbes descriptifs : « ont causé » « est » « évaluons » « ont déjà reçu et soigné » « poursuivons » « faudra » Adjectifs forts : « extrêmement » « grand » « tragique »
	Structure	Phrases relativement complexes et longues

	linguistique	5 # : « #Breaking » « #Syrie » « #Turquie » « MSFPresse » « #Idlib » Répétitions : « tremblement de terre » « Syrie »
	Formes d'écriture	Aucun émojis
Mise en page	Structure visuelle	Le tweet commence par le # : « #Breaking » Contenus divisés en 4 tweets Conclusion sur le fait qu'ils promettent de tenir le public informés
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit les événements et les activités de MSF sur le terrain Explicatif : explique le contexte + situation en cours
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : fournir une aide humanitaire Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	//
	Ton	Informatif : annonce un nouveau séisme 2 semaines après les 1 ^{ers} afin d'informer le public
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	« A peine 2 semaines après » « nous évaluons actuellement » « Jusqu'à présent et quelques minutes après le séisme » Publié le 20 février
	Contexte thématique	Intervention humanitaire

*** Catégorie 1 : Post X 14**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels Verbes d'action : « ont frappé » « faisant » + incitatif : « découvrez » Adjectif fort : « puissants »
	Structure linguistique	1 longue phrase + 1 incitative courte Vocabulaire simple 3 # : « #tremblementsdeterre » « #Turquie » « #Syrie »

	Formes d'écriture	Utilisation d'émojis : 🙌
Mise en page	Structure visuelle	1 ^{ère} phrase : introduction du contexte 2 ^{ème} phrase : incitation à l'action + lien vers un article du site internet 1 vidéo
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit l'événement
	Construction du discours	Sujet : MSF Objet : informations sur les séismes Destinataire : public Twitter
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'action : « Découvrez comment MSF a réagi » Utilisation de chiffres : « faisant près de 59 000 morts et plus de 8 millions de déplacés »
	Ton	Informatif : informe sur les actions réalisées par MSF suite aux séismes de 2023
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Mention d'un article du site internet
	Contexte temporel	« Le 6 février 2023 » Publié 1 an jour pour jour après les 1 ^{ers} séismes
	Contexte thématique	Intervention humanitaire réalisée

⇒ **Catégorie générique 2 : Intention communicative de récolte de dons**

SOUS-CATEGORIE 1 : ARTICLES DU SITE INTERNET DE MSF-B

*** Catégorie 2 : Article du site internet 1**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Termes forts : « nombre de déplacés augmente », « besoins croissants » Verbes : « soutenez », « sauvez des vies », « aidez », « faites un don » Adjectifs : « immédiat », « crucial », « urgent », « important » Opérateurs : « peut », « aider à », « faire une différence »
	Structure linguistique	Répétition : « dons », « aide », « urgence » Eléments marquants : « soutenez », « faites un don »

	Formes d'écriture	Titres, sous-titres et CTA en capitales
Mise en page	Structure visuelle	4 CTA, placés en fin de paragraphe Introduction = contextualisation Utilisation de puces Paragraphe sur le fonds d'urgence en relief
Narrativité	Type(s) de discours	Séquences narratives + descriptives + explicatives
	Construction du discours	Sujet : le donateur en position de héros Objet : soutenir les efforts de MSF par un don Destinataire : victimes des séismes Adjuvants : personnel MSF
	Storytelling	Descriptions dramatiques pour faire appel aux émotions + dénonciation des difficultés rencontrées par les victimes
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	CTA « je soutiens les équipes, je fais un don » + « inscrivez-vous à notre newsletter » Leur expertise, leurs sources de financement, leur absence du Consortium 12-12
	Ton	Urgent (« besoin est immense ») + persuasif avec des éléments émotionnel
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Mention du rapport d'activités + autre article sur le Consortium 12-12 + lien avec la page « Travailler sur le terrain » + lien avec la page « FAQ »
	Contexte temporel	Référence aux séismes du 6 février
	Contexte thématique	Thème dominant : soutien humanitaire et la récolte de dons

*** Éléments de discours 1 provenant d'articles à objectif mixte**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms informatifs : « fonds d'urgence » « numéro de compte » « page de dons » + émotionnel : « urgence » « détresse » Verbes incitatifs : « Qui veut soutenir Médecins Sans Frontières, est invité à faire un don » « nous vous demandons »
	Structure linguistique	Phrases directes, claires et courtes S'exprime en « vous »

		Eléments marquants : mention d'autres catastrophes passées (inondations au Pakistan, guerre en Ukraine, personnes en détresse au Yémen ou en Afghanistan)
	Formes d'écriture	Le titre de cette partie + numéro de compte + la page de dons sont en caractères gras, la page de dons est également en rouge
Mise en page	Structure visuelle	La partie d'appel aux dons conclut l'article en 2 paragraphes.
Narrativité	Type(s) de discours	Argumentatif : exemples d'utilisation du fonds d'urgence pour d'autres crises
	Construction du discours	Sujet : lecteur Objet : faire un don
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Montrent que les dons sont indispensables pour apporter une réponse humanitaire immédiate Apportent des éléments convaincants de par d'autres cas de situations d'urgence
	Ton	Persuasif : encourage les lecteurs à faire un don en donnant l'exemple des impacts positifs qu'ils ont eu sur d'autres crises
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Allusions à des crises humanitaires spécifiques
	Contexte temporel	//
	Contexte thématique	Demande de dons

*** Eléments de discours 2 provenant d'articles à objectif mixte**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms factuels et spécifiques : « Fonds d'urgence » « contextes de crises » « interventions » « dons » « conflits » « réserve financière » Noms émotionnels : « rapidité » « maximum de vies » « sauver des vies » « la clef » Verbes descriptifs : « est » « permet » « constituée grâce » Adjectifs forts : « agir immédiatement et efficacement » « crises majeures »
------------------------	-----------------------------------	--

	Structure linguistique	//
	Formes d'écriture	//
Mise en page	Structure visuelle	1 paragraphe de conclusion, 2 CTA présentés différemment en rouge (1 ^{er} est une phrase simple, 2 ^{ème} est un CTA blanc dans un carré rouge avec un émoji)
Narrativité	Type(s) de discours	Argumentatif : explique par des arguments en quoi le Fonds d'urgence est nécessaire et utile, et donc en quoi il est important que les gens fassent des dons
	Construction du discours	Sujet : donateurs potentiels Objet : faire un don au Fonds d'urgence Destinataire : victimes de crise Destinateur : MSF
	Storytelling	Appel aux émotions : mention des vies sauvées + importance des dons lors de crises soudaines
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	2 CTA
	Ton	Persuasif : incite à faire un don Informatif : informe sur le rôle et le fonctionnement du Fonds d'urgence
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 3 janvier : presque 1 an après la crise
	Contexte thématique	Thème récurrent : l'importance du don

SOUS-CATEGORIE 2 : POSTS DU COMPTE INSTAGRAM DE MSF-B

* Catégorie 2 : Post Instagram 1

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms descriptifs + spécifiques au domaine humanitaire « fonds d'urgence » « opérations de secours » « don » + nom de la page de don « donate.msr-azg.be » Verbes incitatifs : question (« Voulez-vous aider ? ») « contribuez » « faites un don » « sauvez des vies » Adjectifs : « ensemble » « immédiatement »
------------------------	-----------------------------------	--

		« déjà »
	Structure linguistique	<u>Légende</u> : 10 # « BreakingNews » « MSF » « Don » « Urgence » Phrases courtes + directes Vocabulaire direct + simple
	Formes d'écriture	Utilisation d'1 emoji 📌 – majuscules aux # <u>Vidéo</u> : texte en majuscule
Mise en page	Structure visuelle	<u>Légende</u> : 📌 devant le texte Contexte – présentation du problème (faits) – conclusion = proposition d'une solution (don) 1 vidéo
Narrativité	Type(s) de discours	Argumentatif : utilise des arguments pour convaincre de faire un don (persuader de faire un don)
	Construction du discours	Sujet : lecteur Objet : faire un don Destinataire : victimes des séismes Destinateur : MSF
	Storytelling	Appel à l'émotion « Sauvez des vies aujourd'hui » « Ensemble, nous réagissons immédiatement. »
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'action : CTA : « Faites un don » « Voulez-vous aider ? Contribuez à notre fonds d'urgence » Figure d'autorité crédible : « Médecins Sans Frontières est déjà sur le terrain. »
	Ton	Urgent : besoin urgent de dons pour secourir les victimes « immédiatement » Persuasif : CTA Empathique : « Sauvez des vies aujourd'hui »
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Mention de la page de don
	Contexte temporel	« aujourd'hui » « BreakingNews »
	Contexte thématique	Urgence d'agir pour venir en aide aux victimes

*** Catégorie 2 : Post Instagram 2**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Titre <u>légende</u> : « tremblement de terre » Noms factuels + noms émotionnels dans la citation Verbes descriptifs : « disait » « témoignent » « racontent » Verbes incitatifs : « soutenez-les » « faites un don »
	Structure linguistique	<u>Légende</u> : 11# « témoignage » « terrain » « MSF » ... Elément marquant : citation, suivie d'un appel à l'action
	Formes d'écriture	<u>Légende</u> : titre en majuscules <u>Vidéo</u> : texte en minuscule
Mise en page	Structure visuelle	<u>Légende</u> : titre entouré de 2 émojis ▲ + conclusion sur un appel aux dons <u>Vidéo</u> : « séisme » = mot-clé car souligné en rouge
Narrativité	Type(s) de discours	Narratif : description des événements via des citations
	Construction du discours	Sujet : victime des séismes, personnel MSF Objet : demande d'aide Destinateur : public
	Storytelling	Témoignage pour partager ce qu'il c'est passé + les sentiments de la victime
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'émotion : témoignage Appel à l'action « Soutenez-les, faites un don. » : soutenir les victimes en faisant un don
	Ton	Emotif : témoignage Incitatif + urgent : demande de faire un don
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citation directe d'une victime et d'un membre du personnel de MSF « logisticien pour MSF »
	Contexte temporel	Publié le 10 février Référence aux séismes du 6 février
	Contexte thématique	Urgence d'agir pour venir en aide aux victimes

* **Catégorie 2 : Post Instagram 3**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Titre <u>légende</u> : « Appel aux dons » Noms descriptifs + spécifiques au domaine humanitaire « fonds d'urgence » « interventions médicales d'urgence » « don » + page de don « www.msf-azg.be » Mots émotionnels : « bouleversé » « victimes » « sauvez des vies » Verbes incitatifs : « ont besoin » « c'est aider » « faire un don » « sauvez des vies » Adjectifs : « directement » Opérateurs « nous tous »
	Structure linguistique	<u>Légende</u> : 14 # « Donation » « Don » « MSF » « Soutien » « Urgence » ... Phrases courtes Vocabulaire direct + simple Répétition du mot « don » Utilisation de « ! »
	Formes d'écriture	<u>Vidéo</u> : mots en majuscules
Mise en page	Structure visuelle	<u>Légende</u> : titre entouré de 2 émojis 📌 + Introduction = contexte – demande de dons – raisons de faire un don – conclusion = phrase choc « Sauvez des vies, maintenant ! » 1 vidéo
Narrativité	Type(s) de discours	Argumentatif : utilise des arguments pour convaincre de faire un don
	Construction du discours	Sujet : lecteur Objet : faire un don Destinataire : victimes des séismes Destinateur : MSF
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'action : CTA : « Faites un don sur le fonds d'urgence » Ponctuation « ! »
	Ton	Urgent : besoin urgent de dons pour secourir les victimes « faites un don sur le fonds d'urgence » Empathique : « Sauvez des vies, maintenant ! » « besoin de nous tous »
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Mention du site de don et du numéro de compte en banque

	Contexte temporel	Publié le 28 février : 22 jours après les séismes « maintenant »
	Contexte thématique	Urgence d’agir pour venir en aide aux victimes

SOUS-CATEGORIE 3 : POSTS DU COMPTE FACEBOOK DE MSF-B

*** Catégorie 2 : Post Facebook 1**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Verbes d’action « opère » « il y a » + incitatifs « Sauvez »
	Structure linguistique	Aucun # 4 courtes phrases et directes Vocabulaire simple, axé sur l’urgence
	Formes d’écriture	Aucun émojis
Mise en page	Structure visuelle	Cite l’événement + appel à l’action « ! » pour finir la phrase « Il y a urgence ! » Vidéo avec le même texte qu’en légende Pas d’espace entre les lignes → 1 paragraphe Lien pour diriger vers la page de dons
Narrativité	Type(s) de discours	Incitatif : incite à l’action immédiate + Informe brièvement sur l’urgence de l’événement
	Construction du discours	Sujet : public Facebook Objet : faire un don pour sauver des vies Destinataire : victimes des séismes Destinateur : MSF
	Storytelling	Court storytelling centré sur l’urgence d’agir pour aider les victimes
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l’action « Sauvez des vies aujourd’hui » Lien pour diriger vers la page de dons Autorité : « Médecins Sans Frontières opère déjà sur place »
	Ton	Urgent : mise en l’avant de l’urgence d’agir en faisant un don
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	« aujourd’hui » → situation actuelle
	Contexte thématique	Importance des dons

*** Catégorie 2 : Post Facebook 2**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms émotionnels : « urgence » Verbes émotionnels : « perdez » « s'écroule » + incitatif « faire un don »
	Structure linguistique	Aucun # Phrase courte + une plus longue pour le témoignage
	Formes d'écriture	Utilisation d'emojis : 🚨👉👉 1 ^{er} mot « URGENCE » en capitales
Mise en page	Structure visuelle	Cite l'événement + citation + appel aux dons Espace entre les 3 paragraphes
Narrativité	Type(s) de discours	Narratif : témoignage Incitatif : incite à l'action
	Construction du discours	Sujet : public Facebook Objet : faire un don pour sauver des vies Destinateur : MSF Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	Témoignage
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'action : lien pour diriger vers la page de dons + invitation à regarder le replay Appel à l'émotion : témoignage d'un membre MSF « En quelques secondes vous perdez votre présent, votre passé et votre futur. Tout s'écroule »
	Ton	Urgent : « URGENCE » Emotionnel : témoignage
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Citation d'une membre de l'unité d'urgence de MSF
	Contexte temporel	Référence à une situation d'urgence actuelle Publié le 9 février
	Contexte thématique	Intervention humanitaire + importance des dons

*** Catégorie 2 : Post Facebook 3**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms factuels + crée une communauté « ensemble » « notre » « nous » Verbes d'action : « intervient » « accélérez » « intensifiez » « réagissons » + incitatifs : « sauvez » « faites »
------------------------	-----------------------------------	--

	Structure linguistique	Aucun # Phrases courtes et directes Vocabulaire axé sur l'urgence de faire un don
	Formes d'écriture	Utilisation d'émojis : 📌👉
Mise en page	Structure visuelle	Cite l'événement + intérêt du fonds d'urgence + conclusion sur un appel à l'action Espaces entre les paragraphes
Narrativité	Type(s) de discours	Incitatif : incite à l'action Informatif : informe sur l'intervention de MSF sur place
	Construction du discours	Sujet : public Facebook Objet : faire un don pour sauver des vies Destinateur : MSF Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	Court storytelling centré sur l'urgence d'agir pour aider les victimes
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'action : lien pour diriger vers la page de dons « Sauvez des vies aujourd'hui. » « Faites un don sur »
	Ton	Urgent : mise en l'avant de l'urgence d'agir en faisant un don Incitatif : appel à l'action
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Également publié le 9 février en référence à une situation d'urgence actuelle
	Contexte thématique	Intervention humanitaire + importance des dons

*** Catégorie 2 : Post Facebook 4**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels « séismes » « crise » « besoins » + certains mots émotionnels « ensemble » Verbes descriptifs « sont » « faire » « êtes » « soutenir » « utiliser » + incitatifs « découvrez » « continuons » Adjectifs forts : « immenses » + positifs « reconnue » « adéquate » « transparente »
------------------------	-----------------------------------	---

	Structure linguistique	Phrases courtes et directes
	Formes d'écriture	Utilisation d'émojis : 📌👉 « TREMBLEMENTS DE TERRE » « IMMENSES » en capitales
Mise en page	Structure visuelle	Cite l'événement + cite les besoins + appel à soutenir MSF + conclusion sur le lien Espaces entre les 3 courts paragraphes Renvoi vers l'article d'appel aux dons
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif : décrit la situation Incitatif : incite à l'action par un don
	Construction du discours	Sujet : public Facebook Objet : faire un don pour sauver des vies Destinateur : MSF Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	Court storytelling centré sur l'urgence d'agir pour aider les victimes + confiance en MSF
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'action : faire un don + lire l'article d'appel aux dons Figure d'autorité : MSF de par son expertise et son utilisation correcte des dons
	Ton	Urgent + incitatif : mise en l'avant de l'urgence d'agir en faisant un don + « besoins sont IMMENSES »
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	Mention de l'article d'appel aux dons
	Contexte temporel	Publié le 6 mars : 1 mois plus tard → en référence à une situation d'urgence actuelle
	Contexte thématique	Intervention humanitaire + importance des dons

SOUS-CATEGORIE 4 : POSTS DU COMPTE X DE MSF-B

*** Catégorie 2 : Post X 1**

Linguistique textuelle	Catégories fonctionnelles de mots	Noms principalement factuels Verbe descriptif « sont » + d'action « appelle » Adjectifs soulignant la gravité de la situation « importants » « énormes »
	Structure linguistique	1 # au tout début : #seisme Mention de l'ONG @msfbelgique
	Formes	Aucun emojis

	d'écriture	Phrases courtes et directes
Mise en page	Structure visuelle	# suivi de « : » → représente le titre 1 ^{ère} phrase : décrit la situation 2 ^{ème} phrase : appel à l'action avec un lien qui renvoie vers un communiqué de presse
Narrativité	Type(s) de discours	Descriptif + argumentatif : décrit la gravité de la situation qui nécessite le don
	Construction du discours	Sujet : public Twitter Objet : faire un don Destinateur : MSF Destinataire : victimes des séismes
	Storytelling	//
Argumentation et rhétorique	Elément(s) de persuasion	Appel à l'action : invite les individus à faire un don via la page en ligne ou le numéro de carte bancaire
	Ton	Urgent : mise en avant de l'urgence de la situation Incitatif : appel à l'action
Intertextualité	Référence(s) directe(s) ou indirecte(s)	//
	Contexte temporel	Publié le 14 février : 9 jours après la catastrophe en référence à cette dernière
	Contexte thématique	Appel aux dons pour aider les victimes des séismes

Résumé

Au cours des dernières années, le nombre de catastrophes liées aux conditions météorologiques a augmenté (Humanitaire, 2013). Face à l'urgence d'une crise, les organisations non gouvernementales humanitaires interviennent en produisant des discours engagés dans le but de promouvoir la cause humanitaire et d'atteindre leurs objectifs par la communication (Juhem cité dans Dauvin, 2010). A cet égard, elles adoptent un registre de discours compassionnel fondé sur l'émotion et la mise en scène des victimes d'une crise ou un registre de discours d'expertise qui contextualise l'action dans son cadre géopolitique ou médical. Elles adoptent une approche caractérisée par une observation impartiale du terrain afin de produire une connaissance de la situation de crise ou de solliciter les dons (Boltanski cité dans Cazenave et al., 2020).

Cadré sur l'ONG Médecins Sans Frontières Belgique, ce mémoire démontre l'existence de disparités discursives au sein de son discours numérique, dans le contexte spécifique des tremblements de terre survenus en Turquie et en Syrie en février 2023.

Mots clés : Médecins Sans Frontières, ONG, communication des ONG, crise humanitaire, analyse de discours, analyse de contenu