



Un volontaire expliquant les mesures de prévention du COVID-19 aux femmes du marché. (Crédit: Action Aid Ghana)

ÉTUDE DE CAS N°3 :

COMMUNICATION SUR LES RISQUES ET
SENSIBILISATION DES COMMUNAUTÉS
RURALES MENÉES PAR LES JEUNES

« JE SUIS HEUREUSE D'AVOIR REJOINT D'AUTRES JEUNES POUR COMMUNIQUER SUR LE COVID-19 AUPRÈS DE PERSONNES VIVANT DANS DES ZONES DÉFAVORISÉES. C'ÉTAIT BEAUCOUP DE TRAVAIL, MAIS NOUS AVONS RÉUSSI À DIFFUSER LES INFORMATIONS À BEAUCOUP DE GENS QUI, SANS NOUS, N'AURAIENT PAS ÉTÉ INFORMÉS ET AURAIENT PU CONTRACTER LA MALADIE PAR IGNORANCE. JE ME SENS FIÈRE ET SATISFAITE D'AVOIR CONTRIBUÉ À CHANGER LES PERCEPTIONS ET SAUVÉ DES VIES. »

Bernice, jeune volontaire.



L'objectif de cette initiative était de mettre en place un mécanisme d'intervention d'urgence à court terme pour pallier le manque d'information sur le COVID-19. Cela a nécessité de se mettre en contact avec des communautés rurales et de mettre en œuvre des stratégies de sensibilisation au niveau local dans 10 communautés de huit districts de la région du Haut Ghana oriental, du 1^{er} avril au 30 juin 2021.



La stratégie a commencé par former les jeunes volontaires en leur fournissant des informations essentielles sur le COVID-19 afin qu'ils puissent ensuite mener des actions de sensibilisation communautaire. La radio a été utilisée pour diffuser plus largement les informations et ainsi fournir une aide humanitaire aux populations les plus vulnérables et les plus difficiles à atteindre.



50 bénévoles du mouvement social ont été formés et ont continué de travailler au service de l'initiative.



Cette initiative était dirigée par des jeunes du Young Urban Women's Movement (YUWM), soutenue par ActionAid Ghana, et financée par ActionAid Danemark. Le ministère des Services de santé du Ghana a été un partenaire clé dans la formation sur le COVID-19, et les chefs traditionnels et communautaires ont joué un rôle important dans la mobilisation des communautés.

LE CONTEXTE DU COVID-19

Le Ghana a enregistré son premier cas de COVID-19 en mars 2020, et à la fin de 2021, il comptait parmi les pays d'Afrique subsaharienne ayant enregistré le plus grand nombre de cas confirmés. La réponse du gouvernement à la pandémie a consisté à mettre en place une série de mesures de distanciation sociale et de subventionner les services publics en raison

de la pauvreté généralisée. Les travailleurs de santé en première ligne ont été incités à faire tout ce qu'ils pouvaient pour répondre aux besoins des communautés en général. Pour les personnes vivant dans les zones rurales, la situation était grave car leur accès limité aux informations sur le COVID-19 et aux établissements de santé les rendait particulièrement vulnérables.

L'INTERVENTION

Dans ce contexte, le Young Urban Women's Movement (YUWM) et ActionAid Ghana se sont réunis lors d'une session de « brainstorming » afin d'organiser leur réponse au COVID-19, en particulier pour les communautés rurales. Il a été décidé que le YUWM mettrait en place une intervention d'urgence à court terme pour pallier le manque d'information, en communiquant avec les communautés rurales de la région du Haut Ghana oriental. Le but du projet était de réaliser des actions de sensibilisation en langue locale dans ces zones rurales. Le projet a été conçu pour commencer par une formation fournissant des informations essentielles sur le COVID-19, puis utiliser la radio afin de mener des actions de sensibilisation communautaire et partager les informations le plus largement possible. Ces mêmes moyens ont été utilisés pour apporter une aide humanitaire aux personnes les plus vulnérables de ces communautés.

Les responsables du Mouvement des jeunes femmes urbaines ont discuté des stratégies de mise en œuvre, des dates et des lieux, puis ont choisi 10 communautés dans huit districts de la région qui bénéficieraient du projet, et ont convenu des méthodologies des différentes activités. Cela incluait notamment

des discussions en petits groupes, des annonces dans des lieux publics, des actions d'éducation en porte-à-porte, des actions de sensibilisation individuelle, l'utilisation des réseaux sociaux, et des campagnes à la radio. Elles ont également utilisé des méthodes telles que des annonces publiques, des réunions de groupe et des discussions individuelles en utilisant du matériel d'information, d'éducation et de communication (IEC), tels que des dépliants, des images et des affiches.

50 bénévoles ont reçu une formation d'une journée sur les informations sanitaires dispensée par la direction administrative des services de santé du district de Talensi. Une formation supplémentaire sur les stratégies de communication pour le développement (C4D) et de changement social et comportemental (CSC) a été organisée pour une partie des jeunes volontaires, afin de mener des actions d'éducation auprès des communautés dans des lieux publics comme les marchés, les parkings routiers ou d'autres endroits où les gens se réunissent, et ainsi de renforcer la sensibilisation au COVID-19 dans leurs langues respectives.

La radio a également été identifiée comme un canal très utile pour



Volontaires faisant une annonce publique sur le COVID-19 sur un marché. (crédit: Action Aid Ghana)

sensibiliser le public. Les jeunes volontaires, avec le soutien d'ActionAid Ghana, ont créé cinq programmes radio pour sensibiliser le public au COVID-19 dans plusieurs langues locales (Gurenne, Tallensi, Bissa et Kusaal). L'utilisation de la radio est une stratégie qui a permis d'inclure à la fois les populations rurales et périurbaines, car il a été observé que dans les zones périurbaines, les gens n'étaient pas non plus au courant de la dramatique situation liée au COVID-19. Mais grâce aux programmes radiophoniques, ils pu être informés, avertis et rester prudents.

Les jeunes ont également mené des campagnes sur les réseaux sociaux et ont sensibilisé l'opinion publique en publiant des messages et des images sur le COVID-19 sur Facebook et Twitter. 150 personnes vulnérables, notamment des personnes handicapées, des personnes âgées, des veuves, des orphelins et des personnes dans le besoin, ont reçu une aide humanitaire sous forme de nourriture et d'articles non alimentaires, afin de les aider à faire face aux impacts économiques et sociaux de la pandémie.

RÉSULTATS

À la suite de l'intervention, on estime que les activités de sensibilisation menées dans les espaces publics et les messages de prévention contre le COVID-19 ont permis de toucher 3800 personnes. Environ 520 personnes sur Facebook,

et 160 sur Twitter, ont lu les messages sur l'importance de respecter les protocoles sanitaires contre le COVID-19. Environ 1500 personnes ont reçu les messages sur les légendes et les vérités liées au COVID-19.

RELEVER LES DÉFIS

L'une des principales difficultés a été la courte durée du projet en raison du financement limité. Le projet a toujours été

vu comme une réponse à court terme, mais les jeunes bénévoles étaient frustrés de ne pas pouvoir en faire plus. Les jeunes ont en

partie résolu cette difficulté en demandant à ceux qui avaient reçu l'information de continuer de la diffuser aux membres de leur famille et à leurs réseaux.

Une autre difficulté était liée aux systèmes de croyance traditionnels, qui faisaient qu'il était difficile de convaincre certains

membres de la communauté des dangers du COVID-19. Les jeunes ont notamment résolu cette difficulté en obtenant le soutien des chefs traditionnels, qui ont ensuite fait la promotion du projet et ont aidé à changer certains des points de vue et mythes les plus persistants au sujet du COVID-19.

LEÇONS CLÉS

Une des principales leçons à retenir a été l'importance des partenariats. C'est le partenariat avec le ministère de la Santé qui a permis de réussir l'intervention, car il a formé les jeunes et partagé les informations. Le partenariat avec les autorités locales est également remarquable au vu des relations qui ont été tissées avec les chefs locaux, communautaires et religieux pour pouvoir accéder aux communautés. L'importance des partenariats avec les médias locaux, comme les stations de radio, est également un enseignement important. De nombreuses personnes situées dans des zones éloignées ont écouté les programmes réalisés dans le cadre de cette intervention, soit sur la radio à la maison, ou soit à travers des haut-parleurs installés dans les villages pour l'écoute communautaire.

Les actions de sensibilisation dans les lieux publics ont permis de tirer des leçons

sur la communication bidirectionnelle, car elle a permis aux membres de la communauté de poser des questions sur le virus et de recevoir des réponses et des conseils de la part des bénévoles. Cela s'est également vu dans les émissions de radio, où les auditeurs ont pu appeler, poser des questions et parler de leurs préoccupations. Certaines personnes se sont rendu compte qu'elles ne savaient pas grand-chose sur le COVID-19, mais les programmes radio les ont aidés à se renseigner sur le virus.

Une autre leçon clé a été de mélanger stratégies d'information et d'aide dans le but de les renforcer mutuellement. Il est évident que le fait de fournir de la nourriture et des articles non alimentaires a permis aux personnes les plus vulnérables de recevoir de l'aide, et que cela les a aidés à mieux réagir aux informations fournies.

Pour plus d'informations sur cette étude de cas, vous pouvez contacter les personnes suivantes :

- Esther Brown, ActionAid. E-mail : Esther.Brown@actionaid.org
- Akuka Yakuba, ActionAid : E-mail : akuka.yakubu@actionaid.org

Vous pouvez également en savoir plus en visitant le site internet de l'organisation :

- [ActionAid Ghana](http://ActionAid.Ghana)

Ce document fait partie d'une collection de 7 études de cas, et a été sélectionné par le sous-groupe sur la participation des jeunes (YES!), rattaché au Collective Service (UNICEF, OMS, IFRC, GOARN), et fait partie d'une initiative de l'UNICEF, de l'ONUSIDA et du centre d'assistance du Collective Service, le **Collective Helpdesk**, avec le soutien d'ONU Femmes et du **Pacte pour les jeunes dans l'action humanitaire**, organisée dans le cadre d'un **appel ouvert** à partager de bonnes pratiques afin de renseigner, analyser, et promouvoir l'engagement et le leadership des jeunes dans tous les pays et toutes les régions du monde.