

Se soustraire à l'influence d'un discours public et médiatique dominé par la COVID-19

Par Warren Feek • 15 mai 2020



La COVID-19 accapare désormais l'essentiel des activités en faveur du développement. Pourtant, d'autres problèmes de développement majeurs n'ont pas disparu ; ils s'aggravent même peut-être à cause de l'attention portée quasi exclusivement sur la COVID-19. Quelles stratégies de communication peuvent être adoptées pour, d'une part, renforcer les actions contre la COVID-19, et, d'autre part, garantir que d'autres problèmes majeurs bénéficient également de la plus grande attention ? Ce qui suit constitue un ensemble d'ébauches de stratégies pour répondre à ce défi, en utilisant le prisme et l'exemple de la poliomyélite. À vous de l'évaluer, de le critiquer et de le commenter ; l'objectif étant d'améliorer notre proposition.

L'ANALYSE

La COVID-19 a un impact. Un impact considérable. Et les effets désastreux ne se mesurent pas qu'en termes de santé. Les répercussions se font ressentir également au niveau des politiques, de l'actualité, et des débats qui animent la sphère publique aussi bien que privée.

Une communication ou stratégie médiatique est réussie lorsque le thème abordé i) se trouve au centre des discussions familiales, entre amis et dans les communautés, ii) est prédominant dans les actualités, et iii) dicte le débat politique local et national, ainsi que les initiatives de développement. Le premier des critères, à savoir la place que le thème occupe dans le débat public, est également un indicateur clé du changement : il sera tantôt positif, tantôt négatif. Tout dépendra de l'exactitude des informations alimentant le débat, et des niveaux d'organisation sociale associés. Chacun s'accordera pour dire que la COVID-19 constitue un motif de communication très porteur, avec pour corollaire des conséquences très négatives.

Ce constat représente un défi dans la lutte contre la poliomyélite. Si l'on souhaite présenter efficacement la poliomyélite comme une priorité nationale dans les pays où elle est endémique ou épidémique (un problème à prendre au sérieux, nécessitant des mesures substantielles à grande échelle), la participation et le discours publics restent, comme par le passé, déterminants. Afin de poursuivre la lutte contre la poliomyélite, il est indispensable que les citoyens, au sein de leur famille et de leur communauté, discutent de la maladie (en personne et sur les médias sociaux) - tout en veillant à ce que ces échanges soient alimentés par des données exactes. Les décideurs politiques doivent attribuer à cette lutte une priorité élevée, tant sur le plan stratégique que sur celui de l'affectation des ressources. Les médias doivent la traiter comme un sujet d'actualité de premier plan, en lui accordant une visibilité raisonnablement élevée. L'omniprésence de la COVID-19 menace de monopoliser l'espace, empêchant cette dynamique de s'enclencher pour la poliomyélite. L'espace médiatique délaisse pour l'heure cette maladie - une tendance qui pourrait bien se confirmer à moyen terme.

Ce constat est exacerbé par les chiffres et l'image publique associés à la poliomyélite. En effet, il est très vraisemblable que, comparativement à la COVID-19, les chiffres de la poliomyélite et la proportion de personnes touchées soient considérés comme minimes. Le nombre de personnes concernées par la COVID-19 est considérable, et la pandémie sévit partout. Malheureusement, le constat est le même pour d'autres sujets ayant trait au développement, lesquels se disputent l'attribution de ressources. Malgré son association actuelle avec le savon et d'autres produits de base, l'identité portée par l'initiative de lutte contre la poliomyélite est toujours bien distincte. Elle est donc vulnérable dès lors que i) les priorités de santé et de développement ne sont réaffirmées qu'une fois le pic de la pandémie de COVID-19 passé, et que ii) l'affectation des ressources est gérée par les gouvernements et d'importants bailleurs de fonds internationaux.

De ce point de vue, lorsque les acteurs de la lutte contre la poliomyélite remettront celle-ci au premier plan (et non plus en tant que simple renfort à la lutte contre la COVID-19), un obstacle de taille se dressera en matière de communication : comment recouvrer ne serait-ce qu'une fraction du débat public national et local, ainsi que du discours politique ? Dans le contexte de l'après-pic de la crise de la COVID-19, reconquérir cet espace sera une étape essentielle pour toute initiative tangible en faveur de l'éradication de la poliomyélite. Ce n'est qu'à cette condition que les flux de revenus continueront à circuler à des niveaux suffisamment élevés si nous voulons parvenir un jour à éradiquer cette maladie. Dès lors, comment atteindre cet objectif ?

La situation est unique. Jamais une seule question de développement (qu'il s'agisse des changements climatiques, du VIH/SIDA, de l'Ebola, de la variole, de la pauvreté...) n'avait à ce point dominé les débats et marqué de son empreinte tous les aspects de la vie humaine. Il n'existe donc aucune expérience cumulée, aucun ensemble de stratégies éprouvées ni aucune programmation officielle (impliquant ou non une quelconque stratégie de communication) sur laquelle se baser pour agir. Toutefois, en observant ces crises sanitaires et de développement, qu'elles soient antérieures ou en cours, nous sommes en mesure d'entrevoir quelques-unes des politiques et actions stratégiques qui nous attendent. Il est indispensable

que le portefeuille attribué à la communication dans la lutte pour l'éradication de la poliomyélite soit mobilisé au profit de ces actions et processus.

Vous trouverez ci-dessous cinq suggestions. Ce ne sont là que des points de départ : chaque situation est différente. À partir de ces points de départ, les stratégies et les actions évolueront en fonction du contexte. Le principe clé au cœur de chacun de ces points est une forme de jiu-jitsu stratégique appliquée au développement. Effectivement, il s'agit de tirer parti de l'impact et de la présence de la COVID-19 afin que le degré de priorité associé - dans notre cas - à la communication et à l'éradication de la poliomyélite, reste maximal.

LES STRATÉGIES

Première stratégie pour influencer la communication sur la poliomyélite : PRIORITÉS

Associer la poliomyélite à une priorité de développement nationale plus large révélée par la COVID-19.

Il est probable qu'aucune autre question de développement ne soit aussi omniprésente que celle de la COVID-19 dans le discours public, politique et médiatique et s'agissant de l'attention que ces acteurs lui prêtent. Dans cet environnement, les autres initiatives uniques comme la lutte contre la poliomyélite devront probablement jouer des coudes pour se faire une place. Un exemple d'intervention axée sur la communication consiste à présenter ce problème unique (dans notre cas, la poliomyélite) comme une partie de la solution à un problème de développement plus large exposé par la COVID-19. Un problème qui trouve un écho auprès des individus, des communautés, des décideurs politiques et des médias d'actualités. Un problème partagé et ressenti de la même manière par toutes les populations. Voici quelques façons d'amorcer cette discussion :

- a) Dans tous les pays du monde, la COVID-19 a mis en lumière les défaillances souvent considérables des systèmes de santé, notamment en matière de couverture et d'équité. À l'avenir, ce problème fondamental fera l'objet

d'une attention toute particulière dans le discours public et médiatique. Le rôle de la communication au sein des futurs systèmes de santé sera capital. L'éradication de la poliomyélite pourrait-elle se positionner comme un enjeu de premier plan dans ce contexte ? La lutte contre la poliomyélite ne peut que bénéficier d'un système de santé universel de qualité.

b) La COVID-19 a mis en lumière les manquements en matière d'informations, de connaissances et de participation au sein des communautés dont les modes de connexion numérique sont inexistants, défectueux ou trop onéreux. Cette préoccupation se pose dans les mêmes termes pour les populations touchées par la poliomyélite ou d'autres problèmes de développement, toutes sphères confondues. Elle affecte tant les stratégies que les programmes de développement. Or bien souvent, ces problèmes touchent les communautés les plus vulnérables. Les acteurs de la lutte contre la poliomyélite pourraient-ils contribuer, en tant que partenaires de premier plan, à surmonter ces problèmes d'une grande acuité ? Une connexion maillant l'intégralité d'un territoire facilitera la lutte contre la poliomyélite.

Il ne s'agit là que de quelques exemples. Mais ils illustrent le principe de base qui doit régir nos actions : une corrélation entre la lutte contre la poliomyélite et une priorité de développement nationale plus générale, comme nous le constatons avec la COVID-19.

Deuxième stratégie pour influencer la communication sur la poliomyélite : ÉVALUATIONS

Définir l'angle de la communication dans le cadre de toute évaluation nationale une fois le pic de la crise de la COVID-19 passé.

Pratiquement chaque pays du monde entreprendra une forme ou une autre d'évaluation *post-mortem* nationale une fois le pire de la crise passé. Parmi ces pays, nous retrouverons ceux où la poliomyélite est endémique ou épidémique. Il

y aura aussi des évaluations de portée internationale (l'OMS vient d'en annoncer une). Certaines questions importantes vont se poser en matière de communication. La communication autour de la poliomyélite peut et doit occuper le rôle principal (ou du moins un rôle majeur) dans le cadre des évaluations nationales, - une fois le pic de la crise de la COVID-19 passé, dans les pays où la poliomyélite est endémique ou épidémique, ainsi qu'au niveau international - et ce, pour trois raisons :

- a) En matière de stratégies de communication et d'actions, la communication dans la lutte contre la poliomyélite a déjà fait ses preuves. Et pour cause, elle a abouti à la quasi-éradication de la poliomyélite de la surface de la Terre. Elle dispose du personnel et du budget nécessaires pour participer activement à quelque évaluation que ce soit.
- b) Afin de mener des évaluations efficaces aux niveaux international, national et local, il faudra une participation massive de la population. Faute d'obtenir le point de vue et la voix des personnes les plus touchées, toute évaluation sera biaisée. À travers sa stratégie d'agent de mobilisation et ses réseaux de participation communautaire, la communication autour de la poliomyélite dispose des outils et de l'expérience requis pour être aux avant-postes du pôle communicationnel sous-tendant toute évaluation. Ce même constat s'applique aux médias.
- c) Parmi toutes les agences internationales, le programme d'éradication de la poliomyélite est celui qui connaît le mieux les évaluations et les groupes consultatifs. Les évaluations et les groupes nationaux, régionaux et internationaux sont trop nombreux pour pouvoir être dénombrés : il peut s'agir de l'évaluation des communications en Afghanistan, des membres des conseils de suivi indépendants, etc.

Bien entendu, ce rôle de participation et de leadership contribuera également à garantir l'engagement d'une réflexion en bonne et due forme autour de l'importance de la poliomyélite dans l'après-pic de la crise de la COVID-19.

Troisième stratégie pour influencer la communication sur la poliomyélite : DONNÉES

Sur base de programmations axées sur des données approfondies, contribuer à la communication (de façon à mobiliser la population et les décideurs politiques) : a) des données issues de l'analyse de la pandémie de COVID-19 ; et b) des écarts de données révélés par la pandémie de COVID-19.

La pandémie de COVID-19 a braqué les projecteurs sur des anomalies importantes en matière de données et d'indicateurs de recherches aux niveaux international, national et local. Le débat reste ouvert quant à l'exactitude des données produites, aux limites significatives de la segmentation des données, et aux implications juridiques des données nouvellement générées. Trois exemples pour illustrer ce postulat : même quelque chose d'aussi élémentaire, d'aussi irrévocable (pourrait-on croire) que les taux de mortalité sont remis en question. Bon nombre de pays ne réalisent pas (ou que très peu) de segmentations par statut socioéconomique ou groupe ethnique minoritaire pour ventiler leurs données. Par ailleurs, les outils de suivi numérique ne viennent pas sans leur lot de défis majeurs.

La lutte contre la poliomyélite est, elle aussi, confrontée à des problèmes de données. Alors que la lutte pour l'éradication de la poliomyélite se poursuit à la fois dans les pays où elle est endémique, et dans ceux où elle sera épidémique, il est impératif d'élargir les connaissances sur le statut et les conditions qui sous-tendent la société, le contexte en vigueur et la perception de la maladie afin de promouvoir une intervention plus efficace dans la lutte pour son éradication. Le volet numérique/mobile occupe une place de plus en plus importante dans l'aspect communicationnel de la lutte contre la poliomyélite.

S'imposer sur le terrain du discours public et politique relatif à ces défis et à ces problèmes en matière de données, c'est donner aux défis communicationnels autour de la poliomyélite la place qui leur revient.

Quatrième stratégie pour influencer la communication sur la poliomyélite : RÉSEAUX

Consolider et accroître les réseaux médiatiques et la communication autour de la poliomyélite, de manière à mettre ces composantes au service des exigences et des stratégies générales de communication une fois le pic de la crise de la COVID-19 passé.

La COVID-19 ne constitue pas une question de développement permettant une stratégie de communication simple. Les faits ne cessent d'évoluer, notamment en ce qui concerne les enfants. Cette transformation affecte tous les aspects de la vie de chaque communauté et de chaque pays : éducation, économie, systèmes de santé, voyages intérieurs et internationaux, cultes religieux, monde du travail, et bien d'autres paramètres. Une intervention dans un contexte particulier peut s'avérer impossible à mettre en œuvre ou inefficace dans un autre environnement ; c'est le cas par exemple de l'éloignement social et du lavage fréquent des mains. Par ailleurs, tous les individus ne sont pas affectés de la même manière ; un membre du personnel médical, un prestataire de services (souvent mal rémunéré) ou un migrant ne vivra pas la même expérience. De fait, la COVID-19 est un sujet que nous ne maîtrisons pas encore dans sa totalité. Naturellement, la gravité de la situation est exacerbée par les rumeurs et la désinformation qui prospèrent dans un climat d'incertitude, de peur et de menace.

La réponse à un défi tel que la COVID-19 doit passer par un réseau actif et étendu de communication grâce à une plateforme réunissant journalistes, écrivains, responsables communautaires, experts spécialisés, diffuseurs, militants et autres communicants clés. Les réseaux sous forme de plateformes d'échanges entre pairs offrent des possibilités de vérifier les nouveaux faits, de déterminer l'exactitude des données, de discuter des nouvelles évolutions et connaissances, d'explorer les manières de répondre aux rumeurs et à la désinformation, d'évaluer des communautés ou des fractions de population qui sont mises de côté, etc. Ces réseaux permettent de faire face au climat d'incertitude aiguë propre à la pandémie de COVID-19 grâce à des interventions ciblées, flexibles, rapides et inclusives.

La communication assurée autour de la poliomyélite peut servir de modèle pour organiser un tel réseau, lequel devra assumer un rôle influent : celui d'inclure des

problèmes de développement autres que la COVID-19, à commencer par la poliomyélite. Dans de nombreux pays, la communication autour de la poliomyélite bénéficie déjà d'un réseau étendu de communicants nationaux (des journalistes de renom, notamment) et de communicants locaux reconnus au sein de leur communauté. Ces fondations peuvent être exploitées pour aller de l'avant.

Cinquième stratégie pour influencer la communication sur la poliomyélite : DÉCIDEURS LOCAUX

Solliciter le soutien et la mobilisation de décideurs locaux ayant été les fers de lance de la stratégie de communication autour de la poliomyélite, et diriger un processus global tirant parti des connaissances et des réseaux relationnels existants.

La COVID-19 a renforcé le rôle de premier plan des décideurs locaux dans un contexte où les directives viennent du plus haut niveau de l'État. Rien ne prédisposait les citoyens à respecter le confinement, à garder une distance de deux mètres avec leurs semblables, à porter un masque, à fermer les volets de leurs commerces, à fermer les écoles ou à cesser de voyager, pour ne citer que quelques exemples. Le contrat social que nous avons tous « signé » en ce sens doit beaucoup aux décideurs locaux. Dans leur environnement local, ces représentants élus, chefs religieux, responsables d'organisation communautaire ou autres personnes d'influence ont été aux avant-postes de cette mobilisation, notamment en interprétant et en mettant en œuvre des directives nationales pour les appliquer à leur échelon.

Les avancées et les exigences au cœur de l'initiative pour l'éradication de la poliomyélite sont le témoignage d'une expérience approfondie en matière de collaboration avec les décideurs locaux, bien souvent dans des contextes extrêmement complexes nécessitant l'élaboration et l'application de connaissances et de compétences avancées. Tandis que le nombre de cas de poliomyélite diminue, l'importance des décideurs locaux ne cesse, quant à elle, de croître. Dans le même temps, les contextes d'intervention se complexifient. Tout comme les compétences requises pour collaborer avec les leaders locaux.

La pandémie de COVID-19 aura notamment pour effet d'attribuer aux décideurs locaux de plus en plus d'importance pour tous les problèmes de développement. Cette conséquence est le fruit des rôles et des responsabilités qui leur incombent désormais. Tout retour en arrière semble inenvisageable. La constitution de réseaux et l'établissement de relations professionnelles parmi ces décideurs locaux se feront de plus en plus pressants.

La communication autour de la poliomyélite est idéalement positionnée pour orienter le processus d'intensification et d'élargissement des partenariats avec les décideurs locaux.

En guise de conclusion

La COVID-19 présente des défis colossaux en matière de communication pour les stratégies axées sur les questions de développement. L'intensité et l'influence de la COVID-19 ne peuvent être ignorées. Pourtant, le contexte ouvre la voie à de nouvelles possibilités. En effet, l'établissement de priorités nationales, les évaluations locales, nationales et globales, la collecte et l'analyse des écarts en termes de données, les réseaux, le rôle des décideurs locaux et les relations entretenues avec eux constituent autant de pistes tangibles pour renforcer les actions de communication autour des priorités de développement avant et pendant la pandémie de COVID-19.

N'hésitez pas à nous faire part de votre évaluation critique et de vos commentaires, l'objectif étant d'améliorer notre proposition.