



L'ÉDUCATION PAR LE DIVERTISSEMENT AU SERVICE DE LA SANTÉ SEXUELLE ET REPRODUCTIVE AU TOGO:

Retour d'expérience de la campagne C'est La Vie!



L'éducation par le divertissement: Une approche prometteuse en faveur des Droits à la Santé Sexuelle et Reproductive en Afrique de l'Ouest et du Centre

En Afrique de l'Ouest et du Centre (AOC), malgré les progrès obtenus au cours des dernières années en matière de Droits à la Santé Sexuelle et Reproductive (DSSR), la mobilisation de stratégies efficaces reste nécessaire pour améliorer l'offre et la demande de services en SSR auprès des jeunes, des adolescents et des adolescentes; et également, contribuer à la transformation des normes, attitudes et pratiques sociales qui font obstacle à la réalisation des droits de ces jeunes. [1]

Au cours des dernières décennies, l'éducation par le divertissement a connu un intérêt croissant afin de compléter les interventions traditionnelles dans le champ de l'éducation à la santé. Cette approche a montré des résultats prometteurs en Afrique subsaharienne sur les thèmes de la planification familiale, des violences de genre et du VIH/Sida. [2,3,4]

Première campagne d'éducation par le divertissement multimédia en AOC

S'appuyant sur la série télévisée C'est la vie! (CLV) et du contenu éducatif diffusés sur différents canaux (radiophonique, web...), le programme C'est la vie! vise un changement social et de comportement en matière de santé sexuelle et reproductive (SSR).

La première saison de la série TV CLV a été diffusée en 2015. Elle compte aujourd'hui 3 saisons (92 épisodes), disponibles en 6 langues et diffusées en Afrique de l'Ouest et du Centre. À ce jour, la série compte près de 30 millions de vues sur la plateforme YouTube et près de 410 000 abonnés sur Facebook.

Un kit pédagogique permet l'animation de campagnes communautaires en direction des jeunes (scolarisés ou non) et de la communauté (leaders, parents, professionnels de santé...). Des campagnes communautaires ont été menées dans 5 pays de la sous-région, en partenariat avec 20 Organisations de la Société Civile. Elles ont mobilisé près de 600 animateurs et animatrices et touché environ 15 000 jeunes et des adolescents et adolescentes.

La campagne communautaire C'est la Vie! au Togo, en quelques mots !

Au Togo, une campagne communautaire a été déployée dans 3 villages du district sanitaire de Zio entre avril et mai 2021. Elle a été coordonnée par l'ONG RAES, en partenariat avec UNFPA, dans le cadre des activités financées par le Fonds Français Muskoka, 4 Organisations de la Société Civile (la plateforme des OSC Santé et VIH, ATBEF, JVS, Av-jeunes), 2 stations de radios locales (Radio Horizon la Voix de Zio et Radio Carré Jeunes) et les représentants des autorités sanitaires, éducatives et administratives locales. L'une des particularités de cette campagne est de mobiliser plusieurs canaux de communication variés et complémentaires (causeries éducatives, vidéos, radios, réseaux sociaux...) afin de toucher un large public.

Elle visait à susciter un dialogue intergénérationnel au sein de la communauté et à encourager le questionnement des pratiques et le développement de normes sociales plus respectueuses des DSSR sur les thématiques suivantes : puberté et reproduction, santé et menstruation, sexualité et consentement, mariage précoce.

Une campagne à 360° auprès des jeunes et des adultes



Émissions radios



Causeries éducatives



Projection - débat



Jeunes, adolescents et adolescentes



Parents et adultes issus de la communauté



Près de 60% des jeunes, touchés par la campagne étaient des filles

Leçons apprises et facteurs de succès : Une forte appropriation du kit pédagogique CLV par les animateurs et les animatrices

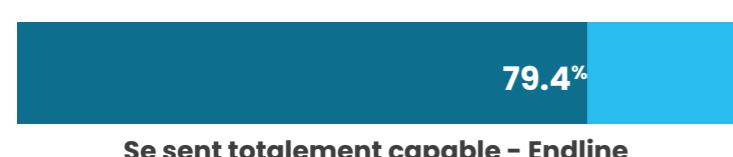
Les retours d'expériences des animateurs et des animatrices mobilisés pour la campagne ont permis de mesurer la forte appropriation des outils et leur adaptation aux populations ciblées par la campagne. Selon ces animateurs et les animatrices :

Les outils du kit sont particulièrement innovants par rapport aux outils habituellement utilisés en matière de SSR (p.ex: boîte à images, poster...) ;

ils permettent de toucher un large public, à la fois les jeunes et les adultes ;

ils favorisent le dialogue, notamment entre les jeunes et les adultes, sur des sujets habituellement tabous. Le fait que les fictions traitent fidèlement des problématiques vécues par les participants (jeunes et adultes) favorisent grandement les échanges.

Aborder les questions des menstruations avec un adulte



Certains animateurs et animatrices ont souligné le fait que cette campagne a permis d'améliorer la communication entre les parents et leurs enfants, et de libérer la parole de ces derniers. La diversité des outils mobilisés (radio, causerie, ciné-débat) et la volonté d'agir également sur l'environnement social des jeunes (parents, membres de la communauté) sont des facteurs de succès identifiés par les acteurs ayant mené la campagne CLV! au Togo.

L'implication des acteurs sanitaires pour adapter l'offre de services de SSR aux besoins des jeunes

La conception de la campagne et sa mise en œuvre s'est appuyée sur une volonté d'impliquer fortement les acteurs sanitaires. Cette implication s'est traduite de la façon suivante : (i) formation de sages-femmes à l'utilisation du kit, (ii) participation du personnel des structures sanitaires aux causeries ou projection-débats menés avec les adolescents et les adolescentes, (iii) implication de la point focal Santé Jeunes et Adolescents du district dans la conception de la campagne et la formation des animateurs et des animatrices.

Cette collaboration a présenté un double intérêt : permettre à ces prestataires de santé d'avoir une meilleure compréhension des besoins des adolescents et des adolescentes en matière de SSR, et d'être mieux outillés, grâce au kit CLV! pour intervenir auprès de cette population.

Des représentations plus favorables et de meilleures connaissances en matière de DSSR

Les activités menées auprès des jeunes ont permis d'améliorer leurs représentations sur les sujets de la campagne.

À l'issue de la campagne sur le thème de la « santé et menstruation », les participantes déclarent se sentir en plus grande capacité d'aborder le sujet des menstruations avec les adultes et également, de pouvoir aller chercher de l'information ou de l'aide concernant leurs menstruations (voir graphiques ci-dessous).



Avec cette formation, je ne m'attendais pas à trouver des outils différents de ce que nous avions l'habitude d'utiliser, à savoir les boîtes à images. Mais le kit C'est la vie!, c'est un outil complet. Il y a beaucoup plus d'outils pratiques qui permettent d'interagir plus facilement avec le public. Particulièrement les vidéos, car elles sont en phase avec ce qui se passe dans la communauté et nos centres de santé.

Animateur communautaire



Depuis, je pensais qu'entre deux partenaires, si l'homme a des désirs sexuels, la femme doit accepter car, dit-on l'homme est le chef. Mais au travers de ces causeries, j'ai compris que j'avais tort et que la femme a le droit de disposer de son corps. Je remercie les initiateurs de ce programme et demande de l'élargir à d'autres jeunes.

Adolescent âgé de 19 ans



J'ai toujours considéré les menstruations comme une saleté jusqu'à aujourd'hui où j'ai compris que ce n'était pas une chose sale et que cela est normal et fait partie du développement du corps de la femme. L'animatrice nous a fait la démonstration des différentes serviettes de protection et je suis prête pour mes premières menstruations. Mes parents ne m'en ont jamais parlé.

Adolescente âgée de 15 ans



L'association des séries télévisées aux débats captent mieux l'attention des participants et facilitent les discussions entre enfants et parents. Une femme a témoigné que cette façon de faire a établi un climat de confiance entre elle et sa fille qui pour la première fois lui a confié qu'elle a ses menstruations après avoir suivi la causerie avec les jeunes.

Animateur communautaire



Cette campagne C'est la vie! vient à point nommé pour booster la participation de nos jeunes et adolescents dans nos activités sur la Santé Sexuelle et Reproductive. Les outils du kit pédagogique CLV vont aider les acteurs de notre communauté à lutter contre les grosses précoce dans notre localité.

Sage-femme, Point Focal Santé des Jeunes et Adolescents du District de ZIO

Perspectives



Intégrer durablement l'utilisation du kit pédagogique CLV dans les activités des acteurs communautaires intervenant en faveur des DSSR et faciliter son utilisation à l'échelle nationale.



Accompagner les acteurs du secteur de l'éducation pour la mobilisation du kit pédagogique en tant qu'outil complémentaire aux politiques nationales en matière de Santé Sexuelle Reproductive.



Promouvoir les espaces d'échange et de dialogue entre les jeunes et les prestataires de santé afin d'améliorer l'offre de services en matière de SSR pour cette population (offre de services à base communautaire et intégration des services DSSR en stratégies avancées).



Accompagner les jeunes, les adolescents et adolescentes dans la mise en œuvre d'activités de plaidoyer visant la transformation des normes, attitudes et pratiques sociales qui font obstacle à la réalisation de leurs droits.



Renforcer l'implication des jeunes, des adolescents et des adolescentes dans la conception, la mise en œuvre et l'évaluation des campagnes sur les DSSR.



Encourager et soutenir le développement d'approches ciblant les parents et les adultes, en particulier les hommes, afin de favoriser un environnement favorable à la réalisation des droits des jeunes en matière de SSR.

Références

- Services de Santé Sexuelle et Reproductive adaptés aux Adolescents et aux Jeunes - Éléments clés pour une mise en œuvre et mise à l'échelle en Afrique de l'Ouest et du Centre - UNFPA 2018
- Singhal A, et al. The entertainment- education communication strategy in communication campaigns. In: Rice RE, Atkins C, eds. Public Communication Campaigns. 4th ed. Beverley Hills, CA: Sage; 2013:321-334.
- Orozco-Olvera et al. (2019) The effectiveness of using entertainment education narratives to promote safer sexual behaviors of youth: A meta-analysis, 1985-2017. PLOS ONE 14 (2)
- Banerjee, Abhijit, et al, 2019a. The Entertaining Way to Behavioral Change: Fighting HIV with MTV (English). Policy Research working paper; no. WPS 8998. Washington, D.C.: World Bank Group.

En savoir plus !

Sur le programme C'est la vie! et ses résultats :
<http://www.ongraes.org>

Sur le kit pédagogique et les outils :
<https://bn.clv.ongraes.org/>

Vidéos sur les activités communautaires : <https://youtu.be/uA47-77KB4k>

Pour plus d'informations :
contact@raes.org

