



GUIDE DE PLAIDOYER
SUR LA SANTE REPRODUCTIVE DES

ADOLESCENTS

EN AFRIQUE SUB-SAHARIENNE





UN PLAIDOYER POUR LA
SANTÉ REPRODUCTIVE DES
ADOLESCENTS
EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE



par Adam Shannon

Contribution spéciale
Cristina Herdman
Madeline Feinberg

Adapté de *The Advocacy Kit* par Susan K. Flinn



International Division
Advocates for Youth
Washington, D.C.
1998

©1998 Advocates for Youth

James Wagoner, Président
Advocates for Youth
2000 M Street, N.W. Suite 750
Washington, D.C. 20036 USA
téléphone : 202.419.3420; fax: 202.419.1448
www.advocatesforyouth.org

Advocates for Youth a pour mission de créer des programmes et de promouvoir des politiques qui aident les jeunes à prendre des décisions informées et responsables sur leur santé sexuelle et reproductive. Nous fournissons des services d'information, de formation et de plaidoyer aux organisations qui travaillent avec les jeunes, aux responsables et aux médias aux Etats-Unis et dans le monde entier.

Remerciements

Cristina Herdman a fait la recherche et a développé le concept de l'adaptation africaine. Elle a également rédigé le chapitre sur l'évaluation et Madeline Feinberg a contribué les études de cas à la présente édition. L'auteur tient à faire une mention spéciale de l'assistance des personnes suivantes dont les contributions ont été très importantes pour la réalisation de ce document : Debra Hauser, Sue Alford, Cate Lane, Kathy Farrell, Susan Pagliaro, Ammie Feijoo, Lisa Bohmer, Lisa Howard-Grabman, Dr Dimeji Oladepo, Dr Khama Rogo, Dr Fred Sai et Mme Grace Delano.










Ce document n'aurait pas pu être réalisé sans l'aide de nombreuses organisations en Afrique subsaharienne, notamment l'Association pour la santé reproductive et familiale, le Projet d'Initiatives pour les jeunes au Kenya, l'Association kényanne pour la promotion de la santé des adolescents, l'Association des étudiants des Nations Unies au Ghana, le Projet d'Information en matière de population à l'Université du Ghana, CARE International, Family Life Movement de la Zambie, le Projet des Services de santé amis du jeune, l'Organisation Maendeleo Ya Wanawake et l'Association de planification familiale du Kenya.

Ce document a bénéficié d'un don du Fonds des Nations Unies pour la population (FNUAP). Le FNUAP ne souscrit pas forcément aux vues exprimées ici.

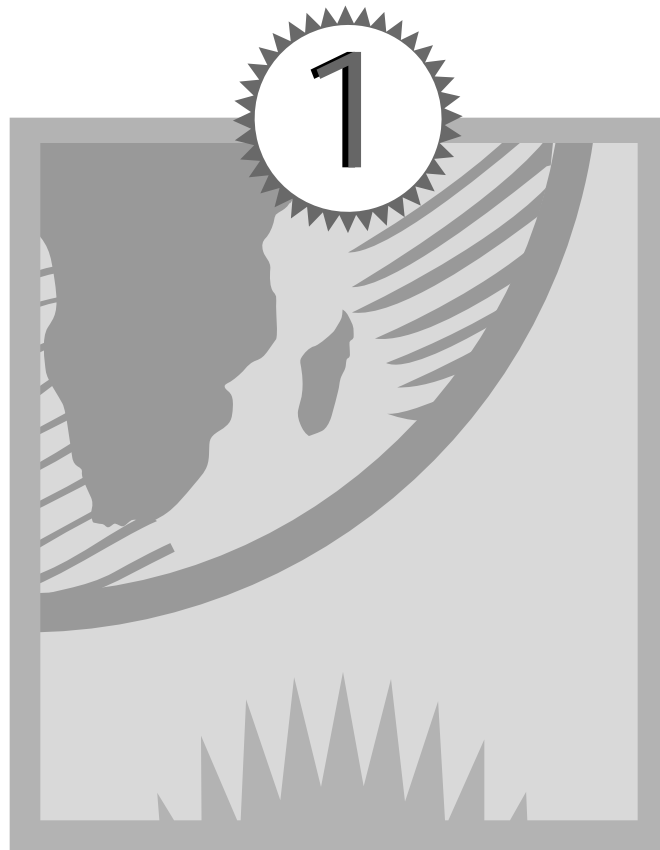
Conception par Kensington Heights Design

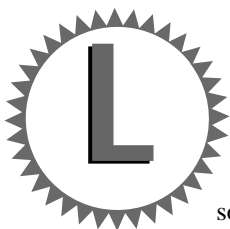
ISBN : 0-913843-11-3

T ABLE DES MATIÈRES

	Une introduction au plaidoyer	1
	Poser les fondements : réaliser une évaluation des besoins, formuler les buts et les objectifs	5
	Etude de cas. Le Projet d’Initiatives pour les jeunes au Kenya (KYIP), première partie	13
	Mise en place de réseaux : Collaboration pour l’éducation communautaire et le plaidoyer	17
	Etude de cas. L’Association kényanne pour la promotion de la santé des adolescents (KAPAH)	24
	Etude de cas. L’Association des étudiants des Nations Unies au Ghana (GUNSA)	25
	Faire participer les jeunes : Renforcer une campagne en travaillant avec les jeunes	27
	Etude de cas. Services de santé amis du jeune à Lusaka, en Zambie	31
	Mobiliser le public : Education publique et collaboration avec les médias	35
	Etude de cas. Le Projet d’Initiatives pour les jeunes au Kenya (KYIP), deuxième partie	42
	Etude de cas. Le Projet d’Impact sur la population (PIP), Université du Ghana	43
	L’art de la persuasion : Obtenir le soutien des dirigeants d’opinion et des décideurs	47
	Etude de cas. Partenariats pour éliminer la mutilation génitale de la femme au Kenya	51
	Questions courantes pour les responsables du plaidoyer : Parler de la santé reproductive des adolescents	55
	Répondre à l’opposition et aux critiques : Faire face au désaccord	61
	Suivi et évaluation des efforts de plaidoyer : Leçons retirées des réussites et des défis	67

NTRODUCTION AU PLAIDOYER





Le plaidoyer joue un rôle critique dans les efforts faits pour améliorer la santé reproductive des adolescents. En effet, le plaidoyer aide à garantir que les programmes pour les jeunes sont adoptés, financés, exécutés et maintenus grâce au soutien du public et des dirigeants d'opinion. Par le biais de l'éducation et de l'exemple, les responsables du plaidoyer soutiennent le développement des jeunes afin que tous les jeunes puissent grandir de manière sûre, responsable et saine.

QU'EST LE PLAIDOYER ?

Le plaidoyer est l'effort fait pour changer les perceptions publiques et influencer les décisions en matière de politiques et les priorités de financement. Ceux chargés du plaidoyer sensibilisent à une question et proposent une solution spécifique. Le plaidoyer suppose toujours la défense d'une cause particulière, une persuasion convaincante et une action stratégique. En termes simples, le plaidoyer signifie *que l'on soutient activement une cause et que l'on essaie d'obtenir des autres qu'ils soutiennent également cette cause*. Le présent volume traite tout particulièrement des efforts de plaidoyer faits pour améliorer la santé reproductive des adolescents.

Le plaidoyer prend maintes formes. Dans le cadre d'une petite campagne de plaidoyer, une organisation travaillant avec les jeunes (OTJ) en milieu communautaire peut persuader les responsables scolaires de permettre aux enseignants de superviser un programme d'éducation par le biais des camarades. Un club de jeunes peut chercher l'approbation d'un dirigeant traditionnel pour pouvoir utiliser un bureau dans un immeuble communautaire. Plusieurs OTJ peuvent travailler ensemble pour demander à un centre de santé local d'adopter des politiques et des procédures qui rendront les services plus accessibles aux jeunes. Ou encore, un programme d'éducation par le biais des camarades peut demander à un dirigeant religieux de s'exprimer en faveur d'efforts plus importants de prévention du VIH/SIDA. Un groupe d'organisations non gouvernementales (ONG) peut collaborer

pour proposer des changements aux politiques nationales affectant les jeunes, par exemple, vérifier que l'éducation à la vie familiale traite de la santé reproductive, persuader les centres de santé de fournir des services aux jeunes non mariés ou encourager un meilleur accès des jeunes femmes à l'éducation.

POURQUOI UN PLAIDOYER POUR LES JEUNES ?

Les politiques nationales et communautaires - écrites et non écrites - influencent profondément la santé des jeunes. D'autres institutions qui touchent à la vie des jeunes, par exemple, les centres de santé et les écoles, peuvent avoir des politiques internes qui influencent également la santé reproductive des jeunes. Les politiques sont une réflexion de l'engagement de la société face à ces jeunes. Il est important d'améliorer les politiques qui influencent la santé reproductive des jeunes pour soutenir, chez ces derniers, une transition sûre et responsable à l'âge adulte. Aussi, les communautés et les organisations de jeunes font-elles un plaidoyer pour obtenir un soutien et améliorer les politiques.

QUI PEUT SE CHARGER DU PLAIDOYER ?

Les OTJ, les prestataires des soins de santé, les chercheurs, les parents, les membres de groupes religieux et les jeunes eux-mêmes peuvent se charger de faire un plaidoyer pour la santé reproductive des adolescents. Tous ceux qui se soucient de la santé des jeunes peuvent plaider pour cette cause. La seule condition, c'est d'être *activement engagé* face à la question. Trop souvent, les gens qui travaillent avec les jeunes ne les voient pas comme des défenseurs de la cause et pensent qu'ils manquent de formation ou de financement pour faire un plaidoyer. De fait, le personnel des organisations communautaires travaillant avec les jeunes, les enseignants, les professionnels des soins de santé, les parents et les jeunes sont souvent des défenseurs convainquants de meilleurs programmes et politiques.

COMMENT FONCTIONNE-T-IL ?

Le plaidoyer concentre souvent ses efforts sur des personnes influentes qui ont le pouvoir de changer les politiques et l'opinion publique. Ces décideurs influents peuvent être des dirigeants officiels du gouvernement aux niveaux national, régional ou local, des dirigeants traditionnels, des responsables scolaires, des associations parents-élèves, des personnalités religieuses, des hommes d'affaires ou des membres d'organismes de financement. Leurs positions leur confèrent le pouvoir de prendre des décisions qui influencent la vie des jeunes. Engager ces dirigeants d'opinion dans une cause permet des accomplissements qui sont rarement possibles sans leur soutien.

Vu que l'opinion publique affecte les décisions politiques, le public est une autre cible importante du plaidoyer. Une campagne d'éducation publique peut s'adresser à toute la communauté ou à un groupe spécifique, tel que les parents des jeunes enfants. D'autres publics importants peuvent également exister car le public du plaidoyer est la personne ou le groupe de personnes dont les actions peuvent améliorer la santé reproductive des jeunes.

OÙ COMMENCER ?

Une *campagne de plaidoyer* peut se limiter à une seule communauté ou être suffisamment importante pour englober le réseau entier des OTJ d'une nation. Le présent kit du plaidoyer est conçu pour aider les agents du plaidoyer en Afrique à acquérir les compétences nécessaires pour défendre l'éducation et les services de santé reproductive pour les jeunes. Il décrit certaines des étapes liées à l'organisation des campagnes et présente des informations sur l'élaboration, l'exécution et l'évaluation d'une stratégie de plaidoyer réussie.

Un *Plaidoyer pour la santé reproductive des adolescents en Afrique subsaharienne* présente des exemples d'activités de plaidoyer en observant de près les stratégies et les activités des responsables du plaidoyer pour la santé reproductive en Afrique subsaharienne. Ces exemples fournissent des directives pour les nouvelles campagnes, sont source d'idées et créent de nouveaux contacts pour tous ceux intéressés par le plaidoyer pour la santé reproductive dans la région.

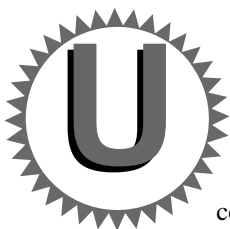
Qu'elles soient grandes ou petites, des campagnes efficaces de plaidoyer pour la santé des adolescents se fondent sur quelques étapes et activités fondamentales mais dont l'importance est stratégique. Le présent kit de plaidoyer fournit des informations sur la manière de :

- Réaliser une évaluation des besoins,
- Formuler les buts et les objectifs,
- Travailler avec d'autres organisations et individus,
- Faire participer les jeunes,
- Eduquer le public, souvent en travaillant avec les médias,
- Persuader le public et les décideurs de soutenir l'éducation et les services de santé reproductive pour les adolescents,
- Répondre à des questions posées couramment sur la santé reproductive des adolescents,
- Répondre à l'opposition, etc.
- Evaluer les résultats et ajuster les stratégies.

POSER LES FONDEMENTS : RÉALISER UNE ÉVALUATION DES BESOINS, FORMULER LES BUTS ET LES OBJECTIFS

L'ÉVALUATION DES BESOINS





Une évaluation des besoins en santé reproductive examine l'état de santé reproductive d'un groupe de personnes défini et analyse les facteurs qui affectent la santé reproductive de cette population. Elle devrait dégager des informations claires, complètes et exactes sur la santé des jeunes dans la zone cible, les services dont ils disposent et les politiques les affectant. L'évaluation des besoins est une base initiale permettant d'évaluer par la suite l'impact des interventions. Elle aide à identifier les programmes et politiques qui soutiennent la santé reproductive des jeunes et détermine où il faut cibler les efforts de plaidoyer.

Une évaluation complète des besoins se fonde sur trois volets :

- Evaluation de l'état de santé reproductive des jeunes dans une communauté, une région ou une nation choisie ;
- Information sur la disponibilité et l'utilisation de renseignements et de services de santé reproductive par les jeunes, y compris les écarts et barrières ; et
- L'évaluation des politiques locales, régionales, institutionnelles et nationales qui affectent la disponibilité et l'utilisation de l'information et des services de santé reproductive des adolescents.

Il n'est pas nécessaire de collecter toute l'information suggérée ci-dessus. Les statistiques peuvent être difficiles à collecter ou elles risquent de ne pas exister. Mais il est important d'accumuler suffisamment de données pour décrire l'état effectif de la santé des adolescents dans la communauté. En effet, une information exacte permettra de concevoir des buts et objectifs clairs et réalistes et de mettre sur pied une campagne de plaidoyer qui réponde aux besoins de la communauté.

INDICATEURS DE LA SANTÉ REPRODUCTIVE DES ADOLESCENTS

L'évaluation des besoins devrait établir le profil de l'état de la santé reproductive et sexuelle d'une population cible bien définie. Par exemple, une évaluation pourrait se concentrer sur tous les jeunes âgés de 15 à 19 ans dans une communauté spécifique, tous les élèves âgés de 13 à 19 ans fréquentant une école spécifique ou tous les jeunes de la rue qui ont entre 15 et 19 ans dans une zone urbaine définie.

Il est utile de collecter et de comparer des données locales, régionales et nationales pour identifier les problèmes locaux dont il faut traiter. Les statistiques récentes fournissent une vue rapide mais il est également important de noter les tendances plus globales, par exemple, l'accroissement ou la diminution des taux de grossesse ou d'infection par les MST.

Les données suivantes peuvent être particulièrement utiles :

- Pourcentage de tous les adolescents qui indiquent avoir une activité sexuelle ;
- Age moyen au premier rapport sexuel ;
- Age moyen aux premières règles ;
- Taux de natalité chez les jeunes femmes, célibataires et mariées ;
- Taux de MST chez les jeunes ;
- Cas de VIH et de SIDA chez ceux âgés de 15 à 19 ans et de 20 à 30 ans ;
- Pourcentage des jeunes sexuellement actifs utilisant des condoms et/ou des contraceptifs ;
- Taux d'avortement par âge ;
- Taux de morbidité et de mortalité maternelles imputables à l'avortement à risques et à la maternité précoce ;
- Age moyen au mariage ;
- Age moyen à la première naissance ;
- Pourcentage de filles soumises à la mutilation génitale de la femme et taux de morbidité et de mortalité résultants de cette pratique ;

- Taux de morbidité et de mortalité infantiles des enfants, par âge de la mère ;
- Taux d'utilisation d'alcool et/ou de drogue liée à l'activité sexuelle chez les jeunes ;
- Incidence de violences et de sévices sexuels ;
- Prévalence de la prostitution chez les jeunes ;
- Pourcentage de jeunes qui indiquent avoir des relations avec un homme ou une femme bien plus âgé qui les entretient ;
- Pourcentage de jeunes avec des sources de revenus stables ;
- Taux d'abandon scolaire et association avec la grossesse, le harcèlement sexuel et l'échec scolaire ;
- Nombre de jeunes déscolarisés dans la communauté ;
- Nombre de jeunes de la rue ;
- Nombre de jeunes orphelins suite à l'épidémie du VIH/SIDA ;
- Pourcentage de jeunes fréquentant les écoles primaires et secondaires et les universités.
- Quels sont les services de santé reproductive qui existent ? Existe-t-il notamment des services de test, de counseling⁽¹⁾ et de traitement pour les MST et le VIH ? Est-ce que les contraceptifs et le counseling pour la contraception sont disponibles ?
- Est-ce que ces services sont disponibles pour les jeunes ?
- Est-ce que les services sont "amis du jeune" ? Par exemple, est-ce que les centres offrent des heures pratiques et des prix plus faibles pour les jeunes ? Est-ce que le personnel a reçu une formation spéciale ?
- Est-ce que les services de santé reproductive sont entièrement confidentiels ?
- Est-ce que les services sont disponibles pour les jeunes célibataires, au même titre que pour ceux mariés ?
- Quels sont les services qui ne sont pas disponibles ?
- Combien de jeunes utilisent les services de santé reproductive chaque mois ? En six mois ? Chaque année ?
- Existe-t-il des moyens de transport pour se rendre aux établissements sanitaires ?
- Qu'est-ce qui empêche les jeunes de consulter les services existants ?
- Est-ce que les écoles fournissent une éducation à la vie familiale qui traite de la sexualité, de la santé reproductive et des compétences à la vie ? Est-ce que d'autres organisations fournissent une telle éducation ? Quels sont les sujets couverts ?
- Quelle est l'éducation que reçoivent généralement les jeunes en matière de sexualité et de santé reproductive ?
- A quel âge commence l'éducation sexuelle dans les écoles ?
- Est-ce que les programmes d'éducation par les camarades fournissent aux jeunes une information sur le plan de la santé reproductive ? Quels sont les publics visés par les éducateurs-camarades ? Quelle est l'information que ces éducateurs-camarades fournissent ?

EVALUER L'INFORMATION ET LES SERVICES

Il convient de faire une évaluation approfondie de l'information et des services disponibles actuellement pour les jeunes de la région cible dans le cadre de l'évaluation des besoins. L'information et/ou les services peuvent être obtenus auprès des écoles, des organisations communautaires, du gouvernement, des organisations religieuses, des centres de santé, des drogueries ou pharmacies et auprès d'autres programmes ou institutions qui interviennent aux niveaux de la santé reproductive et du développement des jeunes. L'évaluation devrait chercher à déterminer les programmes qui réussissent, ceux que les jeunes utilisent effectivement, ceux qu'ils n'utilisent pas et pourquoi ils ne les utilisent pas.

Voici des questions utiles que l'on peut inclure :

- Quels sont les services de soins de santé primaires qui existent dans la communauté ?

- Est-ce que certains groupes de jeunes dans la communauté reçoivent une information et des services de santé reproductive ? Est-ce que certains groupes ne reçoivent pas cette information et ces services ?
- Est-ce que les campagnes médiatiques nationales ou locales visent directement les jeunes pour leur apporter une information sur la santé reproductive ? Quel est le type d'information qu'elles fournissent ?
- Quels sont les autres efforts déployés pour fournir aux jeunes une information et des services de santé reproductive ?

POLITIQUES QUI AFFECTENT L'ACCÈS DES ADOLESCENTS AUX SERVICES ET À L'INFORMATION

En dernier lieu, l'évaluation des besoins doit survoler les politiques qui affectent la santé reproductive des jeunes. Ces politiques peuvent être de portée locale ou nationale et soit protéger, soit limiter l'accès du jeune à l'information et aux services de santé reproductive. Les politiques peuvent également faciliter ou freiner le travail que réalisent les ONG avec les jeunes. Les diverses politiques internes des institutions, telles que les écoles et les centres de santé, affectent également l'accès du jeune à une information exacte et à des services efficaces.

Les politiques peuvent être écrites, par exemple, le fait de fournir une éducation à la planification pour la vie dans les écoles ou non écrites, par exemple, que les élèves enceintes doivent être expulsées. Les politiques non écrites, même si elles sont plus difficiles à identifier, peuvent être très importantes pour le bien-être des jeunes car elles influencent le comportement des décideurs.

L'identification de toutes les politiques qui influencent la santé reproductive des jeunes est une partie importante de l'évaluation des besoins car les buts du plaidoyer visent à améliorer les politiques existantes ou à proposer de nouvelles politiques en cas de lacunes. Les questions suivantes aideront à identifier les politiques locales et nationales qui affectent la santé des jeunes :

- Est-ce que le programme d'éducation à la vie familiale comprend une éducation réaliste en matière de santé reproductive et une éducation pour la prévention du VIH/SIDA ?
- Est-ce que les écoles apportent une information en santé reproductive adaptée à l'âge, avant que la plupart des jeunes ne commencent à avoir une activité sexuelle ?
- Quelles sont les politiques qui traitent du niveau d'éducation des filles ?
- Est-ce que les écoles fournissent une formation supplémentaire aux enseignants qui enseigneront les thèmes de santé reproductive ?
- Quelle est la politique des écoles face aux élèves qui tombent enceintes ou qui mettent enceinte une autre élève ?
- Est-ce que les politiques interdisent de discuter de la contraception, de l'utilisation de condoms ou d'autres questions importantes de la santé reproductive et sexuelle dans les écoles ?
- Est-ce que les centres de santé apportent une formation en santé des adolescents à leur personnel ? Quelle est l'information et la formation en matière de compétences qui sont fournies au personnel ?
- Est-ce que les politiques des centres de santé limitent l'accès des jeunes célibataires à l'information et aux services ?
- Est-ce que les politiques interdisent la mutilation génitale de la femme ?
- Quel est l'âge minimum du consentement au mariage pour les filles ? Pour les garçons ?
- Existe-t-il une loi sur le viol statutaire ? A quel âge la loi s'applique-t-elle ?
- Quelles sont les politiques à l'égard des enseignants qui ont des relations sexuelles avec les élèves ?
- Quelles sont les politiques nationales et locales qui soutiennent ou limitent les efforts des ONG travaillant avec des jeunes ?

- Quelles sont les attitudes des parents, des éducateurs, des guérisseurs traditionnels et des prestataires de santé qui affectent les besoins des jeunes en matière de santé reproductive ? Est-ce que ces croyances reflètent les politiques non écrites chez les dirigeants communautaires ou des normes culturelles ?
- Est-ce que les entreprises, usines et sociétés locales informent les jeunes employés sur les méthodes de prévention du VIH/SIDA ? Encouragent-elles les employés à obtenir une information et des services pour prévenir les MST et les grossesses non souhaitées ?
- Est-ce que les entreprises locales travaillent avec d'autres organisations pour soutenir la santé reproductive des jeunes ?

OBTENIR LES DONNÉES

Il n'est pas facile d'obtenir des fonds ou des ressources pour soutenir une évaluation complète des besoins. Pour un grand nombre des ONG, l'évaluation des besoins se limite à la compilation d'information provenant des projets actuels et de sources externes plutôt qu'à la réalisation d'une nouvelle recherche. La réussite dépendra du degré de collaboration de l'organisation avec d'autres personnes et organisations soucieuses du bien-être des jeunes. La collaboration avec d'autres organisations permet d'élargir la gamme de compétences et renforce l'information dont dispose le processus d'évaluation des besoins. (Voir le Chapitre *Mise en place de réseaux*.)

Les données pour une évaluation des besoins peuvent provenir de diverses sources. Le Ministère de la Santé peut fournir des informations sur les indicateurs sanitaires nationaux, régionaux et locaux. Les sources locales, dont les autres OTJ, peuvent également avoir des données. Les instituts de recherche, les universités, les bailleurs de fonds et les organisations d'assistance technique pourront partager des études sanitaires ou informations démographiques. Les hôpitaux, les centres de planification familiale et les

OTJ peuvent avoir des statistiques sur le nombre d'adolescents qui utilisent leurs services et l'incidence des maladies sexuellement transmissibles (MST) ou les taux de grossesse chez les jeunes. Les programmes par le biais des camarades dans les écoles ou les organisations communautaires peuvent fournir une information qualitative et quantitative sur la santé des adolescents.

AUTRES MOYENS D'EN APPRENDRE D'AVANTAGE SUR LA SANTÉ DES JEUNES

Les statistiques sur la santé reproductive et sexuelle des jeunes risquent d'être incomplètes ou difficiles à réunir. Lorsque ces données n'existent pas, les enquêtes et les groupes de discussion focalisée peuvent fournir une information.

ENQUÊTES

Les enquêtes peuvent souligner la nécessité de fournir des services et une information en santé reproductive aux jeunes. Lorsque l'information est compilée par le biais d'enquêtes ou d'interviews autoadministrées, les répondants doivent être assurés du caractère confidentiel de leurs réponses. Les enquêtes peuvent être faites conjointement avec des OTJ ou des écoles. Parfois, il est bon d'obtenir le consentement du directeur ou des parents. L'enquête auprès des jeunes peut se faire sur les marchés, lors d'événements sportifs ou à d'autres endroits où ils se réunissent.

Une enquête auprès des parents, des représentants officiels du gouvernement, des enseignants, du personnel des centres de santé, des entreprises et des médias complètera de manière très utile l'information provenant de l'enquête faite auprès des jeunes. Les résultats des enquêtes auprès des adultes peuvent indiquer le degré de soutien communautaire pour les politiques et les programmes qui répondent aux besoins de santé reproductive des jeunes. Les enquêtes peuvent également mettre à jour la résistance communautaire face à des questions spécifiques.

GROUPES DE DISCUSSION FOCALISÉE

Les groupes de discussion focalisée sont des discussions structurées sur un thème ou une question spécifique et sont animées par un modérateur. Les membres des groupes devraient avoir des caractéristiques analogues, par exemple, l'âge, le sexe et la profession. Les données des discussions focalisées devraient compléter d'autres activités de collecte de données et ne devraient jamais être utilisées comme seule source d'information. Les groupes de discussion focalisée fournissent des informations qualitatives sur la manière dont un public spécifique perçoit un thème, un programme ou un produit. L'information peut aider à élaborer un plan de plaidoyer, à évaluer les progrès faits par une campagne de plaidoyer et à fournir des directives pour la mise au point de méthodes, d'instruments ou d'outils qui seront utilisés dans le cadre d'efforts d'évaluation plus formels et de plus grande envergure.

FORMULER LES BUTS ET LES OBJECTIFS

Une fois les données réunies pour l'évaluation des besoins, les agents du plaidoyer doivent identifier et classer les besoins. Chaque besoin devrait être évalué en créant un ensemble de critères.

Les critères de classement peuvent se fonder sur les questions suivantes :

- Le problème est-il grave ? Est-ce une question de vie ou de mort ? Est-il la cause d'infirmités permanentes ?
- Le problème est-il fréquent ? Est-ce qu'un grand nombre de jeunes sont confrontés au problème ? Ou est-il rare ?
- Quelles sont les conséquences sociales ou économiques du problème ? Quel est l'impact qu'il a sur l'individu, la famille, la communauté ?
- Est-ce que le plaidoyer peut vraiment remédier au problème ?

- Les ressources sont-elles disponibles pour soutenir les actions proposées ?
- Vu les ressources existantes, les attitudes publiques et les politiques actuelles, le plaidoyer peut-il vraiment avoir un effet sur le problème ?

En utilisant ce type de critères, les responsables du plaidoyer peuvent choisir un ou deux problèmes les plus urgents au niveau de la santé reproductive et sexuelle des adolescents.

Lorsque les questions primaires sont identifiées, les responsables du plaidoyer doivent les reformuler pour en faire un but. Le but devrait être un énoncé en termes généraux des résultats escomptés par l'effort de plaidoyer. Le but devrait également refléter la vision à long terme de l'effort. Le but devrait être réaliste mais pas forcément mesurable. Par exemple, le but pourrait être d'améliorer la santé reproductive des adolescents en élargissant l'accès à l'éducation et aux services de santé reproductive.

Le but du plaidoyer est d'importance critique car il montre comment influencer et formuler des politiques améliorant la santé reproductive des adolescents. Le but peut aider les responsables du plaidoyer à identifier les types de politiques sur lesquels ils devraient se pencher, par exemple :

- Accroître les fonds alloués aux programmes de santé reproductive des adolescents ;
- Changer les lois ou les politiques affectant l'accès des jeunes à l'information et aux services ;
- Encourager le soutien du ministère et sa collaboration avec les organisations travaillant avec les jeunes ;
- Revoir les politiques internes des entreprises et des sociétés ; et
- Identifier et changer les politiques non écrites des communautés, écoles, centres de santé, entreprises ou autres institutions.

Une fois qu'on s'est mis d'accord sur le but, les responsables du plaidoyer devraient ensuite formuler leurs objectifs. Les objectifs du plaidoyer devraient être *réalistes, spécifiques et mesurables* pour suivre les progrès vers la réalisation du but à long terme. Par exemple, pour atteindre le but susmentionné, un des objectifs du plaidoyer pourrait être "d'augmenter de 25% les fonds alloués par le Ministère de la Santé aux programmes de santé reproductive dans les cinq années à venir."

Les objectifs démontrent les progrès réalisés en vue d'arriver aux changements souhaités dans les politiques gouvernementales ou organisationnelles sur la santé reproductive et sexuelle des adolescents. Les objectifs doivent être appuyés par des délais précis, être mesurables et refléter de manière réaliste les capacités de l'effort de plaidoyer. Un calendrier d'exécution aidera à visualiser la manière dont la campagne de plaidoyer progresse et les domaines où elle doit concentrer ses efforts.

Généralement, il existe trois types d'objectifs du plaidoyer : processus, effet et impact.

Les **objectifs au niveau processus** décrivent le nombre ou la durée des activités spécifiques du plaidoyer. On les suit en utilisant des formulaires tels que les calendriers d'activités, les registres d'activités quotidiennes ou les notes de terrain. Un objectif au niveau processus pour le plaidoyer pourrait être de rencontrer cinq responsables dans les six mois à venir pour sensibiliser à la cause.

Les **objectifs au niveau effet** identifient les résultats intermédiaires d'un effort de plaidoyer. Ces objectifs décrivent les changements prévus dans les connaissances, attitudes ou comportements

de ceux ciblés par le biais des efforts de plaidoyer. Par exemple, un objectif au niveau effet pourrait consister à accroître de 40% dans les trois années à venir le nombre de parlementaires votant pour des politiques progressives de santé reproductive des adolescents. Autre objectif au niveau effet : tel centre de santé qui adopte une politique dans les 12 mois à venir demandant au personnel médical de fournir des contraceptifs aux jeunes qui en demandent.

Les **objectifs au niveau impact** se concentrent sur les effets qu'ont, dans le long terme, les efforts de plaidoyer sur les indicateurs de l'état de santé. L'objectif ici pourrait être d'accroître de 20% dans les trois années l'utilisation de contraceptifs chez les adolescents.

Après avoir formulé les objectifs, les responsables du plaidoyer doivent convenir des meilleures stratégies permettant de les atteindre. Si un certain nombre d'organisations travaillent ensemble en tant que réseau, ce processus demande généralement une discussion et un débat ouverts ainsi que des négociations et des compromis. En effet, tous les membres du réseau pourraient convenir du fait que la grossesse de l'adolescente est le principal problème qu'ils souhaitent traiter mais des différences d'opinion se présenteront probablement quant à la manière de s'attaquer au problème. Certains membres penseront que le réseau devrait chercher à influencer les politiques concernant le programme scolaire et d'autres seront en faveur de politiques qui améliorent les services pour les jeunes dans les centres de santé. Bien qu'il faille temps et effort pour régler les divergences d'opinion, celles-ci contribuent à un meilleur plan de plaidoyer dans l'ensemble car ainsi, chaque option a été envisagée.

ETUDE DE CAS. LE PROJET D'INITIATIVES POUR LES JEUNES AU KENYA (KENYA YOUTH INITIATIVES PROJECT OU KYIP), PREMIÈRE PARTIE

Le Projet d'Initiatives pour les jeunes au Kenya (KYIP) a été mis en œuvre d'avril 1994 à décembre 1996 et avait pour but, dans le long terme, de diminuer les grossesses non souhaitées et les taux des MST chez les jeunes Kényans. Le projet était présidé par le Conseil national de la population et du développement, en coordination avec l'Association de planification familiale du Kenya (Family Planning Association of Kenya ou FPAK) et réalisé par un certain nombre d'OTJ du Kenya. Les Services de communication en matière de population de l'Université Johns Hopkins ont fourni une assistance technique et l'Agence des Etats-Unis pour le développement international (USAID) a fourni le financement.

Le volet de plaidoyer de KYIP s'inspirait des résultats d'une évaluation des besoins en information, éducation et communication (IEC) réalisée par une équipe de représentants d'ONG du Kenya et des Etats-Unis et d'un représentant de l'USAID. L'évaluation constatait que le climat des politiques au Kenya n'était guère favorable aux jeunes et aux programmes travaillant avec les jeunes, et que de nombreuses lois restrictives empêchaient les programmes ciblant des jeunes de fournir une éducation et des services appropriés. L'enquête a également montré qu'il était nécessaire de fournir aux décideurs, aux jeunes et aux parents une information plus exacte sur les questions liées à la santé reproductive des jeunes.

Les sous-objectifs du plaidoyer KYIP étaient les suivants :

- Accroître les connaissances des décideurs et des dirigeants communautaires à propos des conséquences des grossesses non souhaitées, des MST et du VIH/SIDA chez les jeunes Kényans, et
- Encourager les décideurs et les dirigeants communautaires à soutenir et à défendre une éducation sexuelle, un counseling et des services appropriés pour les jeunes.

RECHERCHE

Avec l'assistance du Centre pour l'étude de l'adolescence (Centre for the Study of Adolescence ou CSA), organisme de recherche kényan, KYIP a entrepris trois projets de recherche pour aider à déterminer des stratégies et des messages de plaidoyer pour les dirigeants d'opinion et le public.

KYIP a commencé par analyser le contenu et la nature des articles des médias traitant des questions de santé reproductive des adolescents et recherchant des thèmes tels que le viol, l'excision, le mariage précoce, la grossesse, les abandons scolaires, l'éducation à la vie familiale et les MST. KYIP a constaté que les questions de moralité bénéficiaient d'une couverture médiatique plus importante lorsque des jeunes étaient en question et que les médias jouaient un rôle important, alarmant le public à propos des questions de santé reproductive des adolescents.

La seconde étude se penchait sur les lois et politiques nationales concernant la santé reproductive des jeunes. KYIP a découvert que les politiques relatives à l'accès des adolescents aux services de santé reproductive se fondaient sur des lois rédigées soit pour les enfants, soit pour la population en général. Les lois existantes sur la santé reproductive étaient vagues, confuses et contradictoires et ne comprenaient aucune définition adéquate des "jeunes." L'éducation à la vie familiale dans les écoles primaires et secondaires était fragmentaire et ne traitait pas de la sexualité et de la santé reproductive. En règle générale, le Gouvernement Kényan hésitait à apporter une

information en santé reproductive aux jeunes. Il fallait le consentement des parents pour qu'un adolescent puisse recevoir des services de santé reproductive.

Dans le cadre de la troisième partie de l'étude, le CSA a organisé des interviews approfondies avec 100 décideurs et dirigeants d'opinion aux niveaux national, local et communautaire afin de connaître leur position à propos de la santé reproductive des adolescents. Les répondants ont identifié de la manière suivante les grands problèmes du jeune Kényan d'aujourd'hui : chômage (21%) ; problèmes de santé reproductive (21%) ; toxicomanie (20%) et oisiveté (18%). Les répondants pensaient que les jeunes s'engagent dans une activité sexuelle à cause 1) de problèmes financiers (21%) ; 2) du manque d'information sur la sexualité car n'existait plus la tradition voulant que les familles fournissent cette éducation (19%) ; 3) du fait que les parents hésitent à parler à leurs enfants de moralité et de valeurs (19%) et 4) de l'oisiveté (15%). Les dirigeants ont noté plusieurs questions, dont la santé reproductive, liées au bien-être et au développement des adolescents mais pensaient que la priorité devait être accordée à la santé reproductive des adolescents.

Lorsqu'on leur a demandé quels étaient les changements nécessaires, à leur avis, pour remédier aux problèmes de santé reproductive des adolescents, les dirigeants ont indiqué qu'une information devait être donnée aux jeunes et aux parents, au même titre qu'une formation en counseling des adolescents aux prestataires de soins de santé. Ils ont également recommandé d'organiser des forums pour éduquer les parents à propos de la santé des adolescents et pour donner à ceux qui défendent et à ceux qui s'opposent à l'éducation à la vie familiale en milieu scolaire la possibilité de discuter de leurs différences et de trouver un terrain d'entente.

FORMULER UNE STRATÉGIE DE PLAIDOYER

En fonction de la recherche, KYIP a conclu que les dirigeants soutenaient la prestation de services de santé reproductive aux jeunes mais que la

plupart hésitaient à soulever la question car ils craignaient une réaction négative de la part du public. KYIP a décidé de porter la santé reproductive des adolescents au débat public, pensant que les décideurs seraient plus à l'aise pour en discuter une fois qu'ils se rendraient compte qu'il s'agissait d'une grave préoccupation pour les kényans.

La stratégie de KYIP consistait à présenter, de manière nouvelle et intéressante, l'information sur la santé reproductive des adolescents aux décideurs. KYIP a utilisé des ateliers pour élaborer des messages convaincants et du matériel intéressant encourageant les dirigeants à prendre des actions pour améliorer les services de santé reproductive des jeunes. KYIP a élaboré trois messages-clés pour les dirigeants :

- Investir dans les services de santé préventive car la plupart des problèmes de santé reproductive des jeunes peuvent être prévenus.
- Les conséquences de l'activité sexuelle peuvent être chères pour les jeunes.
- Les dirigeants ont la responsabilité d'encourager et de soutenir de meilleurs services de santé reproductive pour les jeunes.

KYIP recommandait également trois actions-clés que les dirigeants pouvaient prendre face aux problèmes identifiés :

- S'exprimer en faveur de programmes qui fournissent services, information et counseling pour les jeunes.
- Soutenir des lois et politiques qui facilitent l'accès des jeunes à l'information, au counseling et aux services de santé reproductive.
- Encourager d'autres dirigeants dans la communauté, tels que les dirigeants religieux, les enseignants, les prestataires de soins de santé et les médias à discuter des questions liées aux jeunes.

KYIP a fourni aux dirigeants du matériel écrit leur permettant de s'exprimer avec confiance et, faits à l'appui, sur la santé reproductive des adolescents. KYIP a notamment distribué des fiches avec les statistiques sur la santé reproductive des

adolescents au Kenya, un livret appelé *Soutenir les jeunes Kényans : Un guide à l'action pour le dirigeant*, et une affiche qui synthétise l'information la plus importante provenant des fiches de faits. Ce matériel a été distribué aux dirigeants locaux et nationaux, aux médias et aux professionnels des soins de santé.

FORMER DES RESPONSABLES DU PLAIDOYER POUR LES JEUNES

Les communautés sur l'ensemble du Kenya ont nommé des personnes pour participer à un atelier de formation de deux semaines leur parlant du plaidoyer. Il s'agissait de dirigeants religieux, d'agents de soins de santé et de personnes qui intervenaient déjà au niveau des questions liées aux jeunes dans leur communauté. Ces personnes, déterminées à sensibiliser davantage à la santé reproductive des adolescents, ont reçu une formation portant sur les compétences du plaidoyer et les problèmes actuels de la santé reproductive des adolescents. Les jeunes ont également participé à un atelier de formation donnant aux adultes le point de vue des jeunes sur les questions de santé reproductive des adolescents.

Les participants sont rentrés dans leurs communautés pour devenir des collaborateurs des activités de santé reproductive des adolescents et créer un dialogue entre les groupes communautaires existants et les Comités de développement du district. Leur mission était de sensibiliser la communauté aux questions liées aux jeunes, d'éduquer les dirigeants à propos de la santé reproductive des adolescents et d'encourager les dirigeants locaux à prendre des actions pour améliorer la santé reproductive des adolescents dans leurs communautés. Le fait que les dirigeants locaux apportent une information sur la santé reproductive des adolescents dans leurs communautés a poussé les membres communautaires à passer à l'action. Les communautés sensibilisées aux besoins des adolescents ont poussé à l'action les législateurs les représentant au niveau national.

RÉSULTATS ET LEÇONS APPRIS

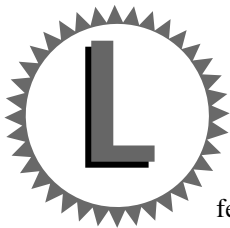
Une évaluation remplie par les responsables du plaidoyer pour les jeunes lors d'un atelier de suivi montrait qu'ils étaient contents du matériel KYIP, souhaitaient plus d'information et voulaient participer davantage aux questions concernant les jeunes dans leurs communautés. L'évaluation KYIP montrait que les agents du plaidoyer avaient renforcé la connaissance du public face aux questions liées à la santé des adolescents et contribuaient au débat croissant sur la prestation d'information et de services de santé reproductive pour les adolescents au Kenya. Aussi, les législateurs qui avaient hésité à parler de leurs préoccupations à propos de la santé reproductive des adolescents sont devenus plus éloquents, sachant qu'ils disposaient de l'encouragement de leurs groupes de soutien.

Voici certaines des leçons apprises :

- Les leaders sont avant tout des parents. Aussi, est-il important pour eux de résoudre les problèmes liés à la santé reproductive des adolescents en tant que parents et en tant que responsables. Cela en fait des cibles évidentes pour un certain nombre de messages différents de plaidoyer.
- Les messages qui sont personnels et convaincants sont les plus efficaces.
- Il faut chercher à obtenir, dans la mesure du possible, un vaste consensus entre un grand nombre de groupes et de dirigeants. Par la suite, les messages de plaidoyer peuvent devenir plus spécifiques, lorsque les dirigeants sont davantage sensibilisés aux besoins des adolescents en matière de santé reproductive.

MISE EN PLACE DE RÉSEAUX : COLLABORATION POUR L'ÉDUCATION COMMUNAUTAIRE ET LE PLAIDOYER





Les réseaux peuvent jouer un rôle important aux niveaux de l'éducation publique et du plaidoyer pour la santé reproductive des adolescents. Les réseaux permettent à différents groupes de travailler ensemble pour atteindre un but commun en coordonnant les stratégies et en mettant en commun les ressources. Les réseaux qui comprennent divers groupes, organisations et individus montrent aux décideurs qu'il existe un soutien important pour tels programmes ou telles politiques.

Le terme *réseau* concerne ici un groupe d'organisations qui communiquent et collaborent face à une stratégie commune de plaidoyer. Un grand nombre d'organisations utilisent le terme *coalition* pour décrire un groupe d'organisations partageant les mêmes buts de plaidoyer. La présente publication utilise *réseau* pour souligner le rôle important de la communication, permettant de réunir les membres et d'élaborer un programme commun. Peu importe que les membres choisissent la dénomination réseau ou coalition, le but est de mettre ensemble ressources et capacités pour défendre plus efficacement les politiques et les programmes sur la santé des adolescents.

Les réseaux réunissent des personnes, des organisations et des ressources de toutes les parties de la communauté. Le fait de travailler ensemble au sein d'un réseau peut améliorer la qualité et la quantité de travail et répartir les responsabilités car ainsi, on permet aux personnes et aux groupes de contribuer sous forme d'idées, de compétences et de ressources. En cas de réussite du plaidoyer, tous les membres en profitent.

Un réseau n'est pas une condition nécessaire pour un bon plaidoyer ; toute organisation ou personne engagée peut acquérir les compétences et l'expérience nécessaires pour obtenir un soutien pour les questions liées à la santé reproductive des adolescents. Mais un réseau peut arriver à des résultats qui seraient plus difficiles à accomplir pour un seul membre. De plus, le fait de mettre

en place le réseau renforce les compétences liées à la mobilisation du soutien pour telle question, compétence utile lors du plaidoyer avec des dirigeants d'opinion, des décideurs et le public.

DÉFIS LIÉS À LA MISE EN PLACE D'UN RÉSEAU

Malgré les avantages, il n'est guère aisé de mettre en place et de maintenir les réseaux. Les membres du réseau doivent se rappeler des défis suivants et être prêts à les relever.

- La recherche du consensus est un processus qui prend beaucoup de temps. Et pourtant, les membres du réseau ne sont pas toujours d'accord sur les buts, les objectifs et les stratégies du réseau.
- Le réseau doit établir la confiance entre ses membres. Les organisations membres et les divers programmes risquent de se livrer une rivalité pour obtenir un financement auprès du même bailleur de fonds, freinant ainsi leur capacité à collaborer. Il est difficile d'établir la confiance face à de tels conflits.
- Les membres ont peut-être déjà fait des expériences tant professionnelles que personnelles entre eux qui affectent leur capacité à collaborer.
- Plus le groupe est grand, plus sa logistique est complexe à gérer. Il est important de tenir au courant les membres des réunions, actions prises, résultats et activités à venir.
- Le réseau doit trouver un moyen de répartir le travail de manière équitable entre les membres.
- Le réseau doit rester un effort de collaboration entre les membres et ne pas faire l'objet d'une tentative de main-mise de la part d'un ou de plusieurs des membres les plus puissants.
- Les membres doivent convenir des règles nécessaires au bon fonctionnement du réseau.
- Le réseau doit décider comment maximiser les ressources pour ses activités de collaboration.

Organisations et groupes possibles d'un réseau

jeunes
corps enseignant et personnel des écoles
organisations des enseignants professionnels sanitaires et personnel des centres de santé
chercheurs
dirigeants traditionnels
parents
organisations de santé reproductive prestataires de la planification familiale
organisations travaillant avec les jeunes
dirigeants et organismes religieux
associations communautaires
groupes et centres de jeunes
associations parents-enseignants
représentants de ministères publics
représentants élus au niveau local
associations culturelles
entreprises qui emploient des jeunes ou des apprentis
représentants locaux du gouvernement national
organismes de prévention et de soins du SIDA
groupements féminins

DIRECTIVES POUR DES RÉSEAUX EFFICACES

Voici certains conseils utiles pour la création et le maintien d'un réseau efficace.

Partager l'information entre les membres du réseau. Lors des étapes initiales, il est important que les membres passent du temps à apprendre quels sont les rôles et les attentes des autres personnes du réseau. Ce partage d'information renforce la compréhension et la confiance entre les membres et fournit une information utile sur les intérêts, les forces, les conflits et les faiblesses du réseau.

Elaborer un énoncé de la mission et des objectifs du réseau. L'énoncé de mission peut être formulé en termes généraux pour refléter la philosophie du réseau et permettre la participation d'une grande diversité de groupes. Les buts démontrent comment le réseau a l'intention d'influencer les politiques pour soutenir les améliorations de la santé reproductive des adolescents. Un groupe fondateur des membres peut concevoir la mission et les buts du réseau et ensuite, inviter d'autres organisations à se joindre. L'adhésion d'une organisation au réseau symbolise son approbation de la mission et son engagement face aux buts du réseau.

L'énoncé de mission du réseau renforce les connexions entre membres et fournit des directives sur le type d'organisations qui peuvent se joindre au réseau. Par exemple, si le réseau soutient une éducation à la vie familiale qui comprend une information sur les contraceptifs, un groupe qui insiste sur le fait que l'éducation ne devrait parler que de l'abstinence ne sera pas un membre approprié. Le réseau peut travailler avec des groupes non membres dans le cadre d'autres projets sans que cela ne se répercute sur les activités stratégiques du réseau.

L'énoncé de mission clarifie les questions et thèmes que le groupe soutient et traite des critiques évidentes. Le fait de souligner certains volets du programme, tels que la "participation des parents" et la "promotion de l'abstinence" aide à se parer contre la critique et prévient les malentendus. Par

exemple, un réseau préconisant une éducation complète à la vie familiale pourrait adopter un énoncé de mission indiquant que le réseau cherche à promouvoir l'éducation à la vie familiale qui souligne l'importance de l'abstinence, fournit aux jeunes une information exacte sur la manière de se protéger s'ils sont sexuellement actifs et renforce les compétences de communication avec les parents et les camarades.

Elaborer des objectifs et des stratégies. Un ensemble clair d'objectifs définira les changements spécifiques au niveau des politiques que le réseau cherche à réaliser. Les objectifs doivent être **spécifiques, réalistes et mesurables** et doivent permettre d'évaluer les activités du réseau. Les membres du réseau doivent ensuite envisager le type de stratégies qui leur permettra le mieux d'arriver à leurs objectifs. Les stratégies peuvent porter sur une campagne d'éducation publique, des appels directs à tel responsable pour qu'il change une politique ou l'appel à un gouvernement pour que telle loi soit adoptée. L'identification des stratégies et des activités proposées aide les membres du réseau à répartir les responsabilités et met en exergue les organisations et efforts qui ont besoin d'une formation, d'un soutien ou de ressources supplémentaires.

Créer et suivre un calendrier réaliste. Un calendrier réaliste est l'un des outils les plus importants du réseau. Dès les réunions initiales jusqu'aux premières activités de plaidoyer, il faut des mois, voire des années, pour mettre en place un réseau opérationnel. Un calendrier, ou plan d'exécution, avec des activités ciblées chaque mois aidera le réseau à rester concentré sur ses buts et réaliste lorsqu'il évalue les différentes activités envisagées. Une activité à court terme pourra se pencher sur une évaluation ciblée des besoins concernant les politiques scolaires. Une activité à moyen terme consistera à rencontrer les dirigeants communautaires et les parents pour les encourager à défendre les améliorations scolaires. Une activité à long terme serait de persuader les responsables scolaires d'adopter les changements proposés par le réseau au niveau de la politique scolaire.

Créer une structure et des rôles d'encadrement. Les réseaux sont surtout efficaces lorsque tous les membres ont droit à la parole et savent qu'ils seront entendus. Mais le groupe doit avoir une direction et une structure. Les membres choisissent au moins un président et définissent clairement les responsabilités de ce dernier. Les coprésidents dont les compétences se complètent et qui représentent les organisations prêtes à engager temps et/ou ressources pour les efforts du réseau renforcent grandement les réseaux. Pour faciliter une répartition égale des fonctions et des responsabilités, le réseau peut mettre en place un mécanisme permettant de partager ou de confier à tour de rôle la direction aux divers membres. Le réseau peut créer une équipe de direction avec des représentants des grands groupes et organisations. Une équipe polyvalente est très utile pour apporter une direction efficace face à des questions aussi complexes et diversifiées que la santé reproductive et sexuelle des adolescents.

Etre explicite sur la manière dont les décisions seront prises. Souvent, les réseaux prennent des décisions par voie de consensus. Cela ne signifie pas que tout le monde doit être d'accord sur tous les points soulevés. Au contraire, c'est la majorité qui est d'accord et aucune organisation membre n'est tellement opposée qu'elle donnera son veto. Les membres doivent décider ce qui se passera si aucun consensus n'est atteint et déterminer les décisions qui seront prises par l'équipe de direction et celles qui sont tellement importantes ou délicates que tous les membres doivent convenir.

Partager les responsabilités par le biais des comités. Les comités permettent à un plus grand nombre de personnes de participer activement. Il s'agit de comités permanents ou alors de comités qui se limitent à un projet spécifique. Il faut définir les responsabilités et les décisions que les comités peuvent prendre sans l'approbation du réseau complet.

Elargir la base. Elargir le réseau en invitant et en acceptant de nouvelles organisations qui sont d'accord avec la mission et les buts du réseau. Les nouveaux membres doivent comprendre ce

que le réseau essaye d'accomplir ainsi que l'appel à l'action. Le réseau doit montrer clairement comment les nouveaux membres bénéficieront de la participation au travail du réseau. Les activités de sensibilisation et de promotion par le biais des organisations membres, par exemple, bulletins et réunions, permettent de renforcer le soutien pour les buts du réseau.

Tenir des réunions régulières. Il faut organiser régulièrement - du moins une fois par mois - des réunions pour répondre aux événements actuels. Ces réunions doivent commencer et se terminer à temps et être organisées dans des endroits et à des heures pratiques pour tous les membres. Les réunions peuvent être organisées le jour ou le soir et à des endroits différents.

Faire participer les jeunes. Des jeunes engagés et qui s'expriment pour défendre la cause aident le réseau à rester fidèle à sa mission, à savoir servir les jeunes. Les jeunes sont d'excellents représentants de programmes conçus pour traiter leurs besoins. Les jeunes peuvent organiser les élèves, les amis et d'autres jeunes afin de soutenir la campagne de plaidoyer d'un réseau. Un grand nombre de groupes communautaires travaillent déjà avec les jeunes et peuvent les encourager à venir se joindre au réseau. Toutefois, la participation des jeunes peut être freinée par la crainte qu'un rôle de direction parmi les adultes ne serait pas approprié. Certains adultes ont du mal à prendre les jeunes comme de véritables partenaires dans le réseau. Si l'on veut promouvoir une participation active et constructive des jeunes, les membres du réseau doivent être ouverts aux suggestions des jeunes, demander leurs opinions et trouver diverses manières de garantir leur participation.

Garder informés les gens. Des envois par courrier, des fax et des listes de courrier électronique permettent de maintenir à jour les membres du réseau et les contacts-clés. Le fait de maintenir les membres informés renforce l'engagement, l'intérêt et l'engagement. Cela évite également les malentendus et met à jour les points de désaccord avant qu'ils ne deviennent des problèmes. Les membres du réseau devraient toujours recevoir

des comptes rendus, des réunions, des mises à jour, des coupures de presse et autre information sur les événements futurs. Une notification à l'avance des réunions et autres événements encourage la participation à des discussions et des décisions importantes.

Choisir les porte-parole qui représenteront le réseau auprès des médias. Tout au début de la création d'un réseau, il faut identifier des membres qui ont de l'expérience en ce qui concerne les discours publics ou les relations avec les médias. Le porte-parole peut être choisi dans l'équipe de direction, bien que ce ne soit pas forcément nécessaire. Mais le porte-parole devrait être un jeune. Les membres devraient convenir de la méthode qu'on utilisera pour répondre aux demandes des médias.

RESSOURCES ET FINANCEMENT

Un grand nombre de réseaux échouent à cause du manque de financement. Bien des organisations membres doivent travailler avec des budgets limités mais il est difficile de déployer une campagne de plaidoyer à grande échelle sans source supplémentaire de revenus. Les coûts du déplacement, des communications, de l'élaboration du matériel et de la formation peuvent entraver les efforts faits pour mettre en place le réseau.

Face à ce besoin de ressources et de soutien, les dirigeants de réseau décident parfois de faire du réseau une ONG. Cela offre certes la possibilité d'une source stable de financement mais une ONG a du mal à maintenir sa capacité de réponse face aux membres. Une fois que le réseau devient une ONG, ses activités seront choisies par le président et son organisation. Les autres membres ont l'impression qu'on ne reconnaît pas leurs contributions ou que le financement n'est pas réparti de manière égale entre les membres. Si le réseau cherche à obtenir un financement en tant qu'ONG, il doit montrer une direction adéquate, une ligne d'action claire de ce qui peut être fait avec les fonds et une discussion ouverte de la manière dont les membres recevront crédit et attention pour leurs activités.

Certaines recommandations sont données ci-après sur la manière de créer et de maintenir un réseau collaborateur avec des ressources limitées :

- *Commencer petit.* Un réseau important bénéficie de divers points de vue venant d'un plus grand nombre de membres mais il est important de commencer par se donner de solides fondements. Démarrez avec un nombre limité de membres provenant d'une zone géographique définie. Il est plus facile de gérer un petit réseau, les communications et les déplacements sont moins chers et les membres identifient des buts et des objectifs réalistes qui guideront la croissance ultérieure.
- *Identifier les ressources parmi les membres.* Les membres ne sont peut-être pas capables de financer directement le réseau mais ils ont d'autres ressources qui peuvent contribuer au développement du groupe. Tout au début de la mise en place du réseau, tous les membres devraient identifier ce qu'ils sont en mesure d'offrir au réseau. Par exemple, les membres peuvent offrir quelques heures de soutien administratif chaque mois ou organiser les réunions dans leurs bureaux. D'autres seront en mesure de faire des recherches ou d'organiser des groupes de discussion focalisée. Ce processus donnera l'exemple aux nouveaux membres qui sont invités à se joindre.
- *Utiliser les opportunités existantes de se rencontrer et de communiquer.* Les réunions doivent être organisées conjointement avec d'autres événements, par exemple, une conférence ou un atelier auquel assistent déjà les membres. Utilisez les bulletins et les publications des membres pour diffuser l'information sur les activités du réseau.
- *Encourager les membres à inclure le financement du plaidoyer dans leurs propres propositions.*
- *Résister à la tentation de mettre en place trop rapidement le réseau.* Voyez quels sont les nouveaux partenaires qui soutiendront le mieux les buts du réseau et invitez-les à participer.
- *Ne pas s'écarter du sujet.* Encouragez les nouveaux membres à exprimer les intérêts et priorités de leur organisation mais n'adoptez pas trop vite de nouveaux thèmes.
- *Ne pas oublier le secteur privé, surtout les entreprises locales.* Les entreprises locales sont une source de soutien importante qui est souvent ignorée par les responsables du plaidoyer. Les sociétés qui font des annonces publicitaires, surtout auprès des jeunes, et qui ont déjà mis en place des réseaux de distribution peuvent communiquer les messages du plaidoyer et participer aux campagnes d'éducation publique. Les entrepreneurs peuvent être des sponsors, faire des dons et créer des possibilités d'éducation publique. Les entreprises bénéficient, en associant leurs noms ou produits, aux questions de santé reproductive des adolescents. Parrainer des événements et faire des dons montre que la société a le sens de la responsabilité sociale.

ETUDE DE CAS.

L'ASSOCIATION KÉNYANNE POUR LA PROMOTION DE LA SANTÉ DES ADOLESCENTS (THE KENYAN ASSOCIATION FOR THE PROMOTION OF ADOLESCENT HEALTH OU KAPAH)

En 1992, 300 participants venant de 28 pays ont assisté à la première Conférence interafricaine sur la santé des adolescents à Nairobi, au Kenya, pour discuter de la situation actuelle de la santé des adolescents en Afrique. L'une des recommandations principales de cette conférence visait à créer "une entité globale... pour superviser et coordonner les activités des diverses organisations traitant de la santé des adolescents... pour éviter de faire les mêmes études et de réaliser les mêmes programmes et mettre fin à la rivalité en vue d'obtenir les modiques ressources disponibles chez les bailleurs de fonds."^{2} Les délégués ont proposé de créer une Association africaine pour la promotion de la santé des adolescents (AAPAH) et de lui confier pour mission de promouvoir la création de réseaux nationaux se concentrant sur la santé des adolescents.

Les organisations travaillant avec les jeunes qui ont assisté à la conférence trouvaient que leur travail quotidien était freiné par leur petite taille et isolement. Elles ont indiqué qu'elles se heurtaient à une opposition organisée de la part de groupes religieux souhaitant limiter l'éducation sexuelle des adolescents. Il existait peu de coordination entre les ONG locales, de district et nationales aux fins d'élaborer des messages, serv-

ices de santé et buts de politique uniforme pour les jeunes.

En 1994, le Centre pour l'étude de l'adolescence (CSA) a organisé un atelier à Nairobi - *Plaidoyer pour des approches rationnelles à la santé reproductive des adolescents* - et a invité les OTJ de tout le pays. Outre la possibilité de discuter à un niveau national des questions liées à la santé reproductive des adolescents, l'atelier a créé une annexe d'AAPAH, l'Association kényanne pour la promotion de la santé des adolescents ou KAPAH. Le CSA a rédigé un énoncé des politiques, procédures et objectifs qui a été revu et approuvé par les participants présents. Six responsables KAPAH ont été élus en vue de créer le Comité exécutif national qui devait se rencontrer au moins une fois par mois. Les individus et les représentants des organisations ont élaboré des déclarations de leur engagement indiquant les étapes prévues pour promouvoir la santé reproductive des adolescents aux niveaux camarades, famille, communauté et organisation. Les membres de KAPAH étaient répartis en cinq sous-comités : 1) prestation de services, 2) publicité et information, éducation et communication (IEC), 3) appel de fonds, 4) recherche et 5) administration. KAPAH a fixé les objectifs suivants pour promouvoir les politiques et activités relatives à la santé des adolescents au Kenya.

- Recruter des membres supplémentaires pour garantir la réalisation des objectifs de l'association.
- Soutenir la création de services de qualité pour la santé des adolescents avec counseling, traitement et centres communautaires.
- Promouvoir des activités en faveur des adolescents par le biais de l'éducation publique, des soins de santé primaires et des programmes d'éducation scolaire.
- Encourager l'adoption de politiques positives par le gouvernement, les ministères et les autorités locales.

{2} Mbugua W, Kizito P, Takon T, ed. *The First Inter-African Conference on Adolescent Health : Adolescent Health in Sub-Saharan African, Present and Future*, 24-27 mars 1992, Safari Park Hotel, Nairobi, Kenya. Nairobi : s.n., 1993.)

- Etablir des réseaux et communiquer avec d'autres groupes ayant des intérêts analogues, localement et internationalement.
- Faire des appels de fonds pour parrainer les activités sur la santé des adolescents.
- Soutenir les projets de recherche sur les adolescents.
- Organiser des ateliers, séminaires et conférences périodiques sur la santé des adolescents.

KAPAH est un réseau souple d'organisations et d'individus comprenant le CSA, l'Association de planification familiale du Kenya ou FPAK, les associations culturelles du Kenya, l'Association chrétienne des jeunes femmes du Kenya, les Guides pour les filles, le Program for Appropriate Technology in Health, Pathfinder International, l'Association des mères célibataires, la Division de la santé familiale du Ministère de la Santé et des représentants des jeunes.

ACTIVITÉS KAPAH

Les organisations et individus regroupés par KAPAH ont collaboré pour 1) rédiger une série de fiches de faits, 2) publier des articles dans le *Daily Nation* de Nairobi pour présenter les faits sur la sexualité des adolescents au Kenya et 3) encourager une discussion publique visant à intégrer l'éducation à la vie familiale au programme scolaire. KAPAH s'est souvent heurté à une résistance de la part de l'Eglise catholique qui s'oppose depuis toujours à l'éducation de la vie familiale dans les écoles. Et pourtant, en travaillant ensemble, les membres de KAPAH ont demandé aux responsables officiels du gouvernement de faire des discours sur les questions des jeunes lors d'événements publics et leur ont fourni les faits et les grands points de la discussion. Par la suite, d'autres responsables ont demandé au CSA de rédiger pour eux des discours sur les questions liées à la population et aux jeunes. De plus, le CSA a rédigé les sections relatives à la santé des adolescents de la future politique en matière de population. Le CSA s'est positionné comme une source fiable d'information sur les jeunes et la population et il est consulté fréquemment par les dirigeants d'opinion.

ETUDE DE CAS. L'ASSOCIATION DES ÉTUDIANTS DES NATIONS UNIES AU GHANA (THE GHANA UNITED NATIONS STUDENT ASSOCIATION OU GUNSA)

En 1996, GUNSA organisait la première Conférence africaine sur la santé sexuelle des jeunes sous le thème "Jeunes et SIDA : Les défis du 21^e siècle." La conférence visait à discuter des questions liées à la santé sexuelle chez les jeunes africains qui grandissent dans un climat marqué par une urbanisation et un changement social rapide. Le Mouvement international des jeunes et étudiants des Nations Unies (ISMUN) a utilisé ses vastes réseaux pour inviter les jeunes à la conférence et GUNSA a supervisé l'organisation et le financement avec la collaboration d'autres organisations ghanéennes et internationales.

GUNSA est un membre agréé d'ISMUN qui vise à habiliter les jeunes pour renforcer leurs connaissances, compétences et attitudes sur le plan de la santé. Les étudiants administrent 150 annexes de GUNSA dans les écoles du Ghana et l'organisation compte 5 000 membres au niveau national. GUNSA a créé divers programmes scolaires conçus pour répondre aux intérêts et aux besoins locaux des étudiants et des élèves. Les annexes GUNSA cherchent toujours à faire participer les administrateurs scolaires et à obtenir leur soutien à chaque niveau d'organisation et d'exécution des activités pour les jeunes. Ainsi, en engageant dès le début les responsables scolaires, GUNSA réussit à forger des relations positives sur la base de la responsabilité, de la fiabilité et de la confiance.

FAIRE PARTICIPER LE SECTEUR PRIVÉ

Les représentants de GUNSA pensaient qu'il existait des possibilités considérables d'obtenir des fonds des sociétés privées au Ghana. Sachant que ces sociétés pouvaient hésiter à parrainer un événement controversé, par exemple, une conférence sur la santé sexuelle, GUNSA a mis au point une stratégie pour convaincre les sociétés de l'importance que détient leur soutien. GUNSA a envoyé des lettres aux sociétés expliquant les buts de la conférence et a demandé à rencontrer les présidents des sociétés. Lors de ces réunions, les représentants ont parlé de l'urgence de la menace du VIH/SIDA pour les jeunes au Ghana. GUNSA a insisté sur le fait que le parrainage des sociétés donnerait à celles-ci l'occasion d'être reconnues par les communautés comme soucieuses des besoins des jeunes.

En posant le problème du VIH/SIDA comme une préoccupation de santé publique pour les jeunes du pays, GUNSA a pu obtenir l'aide de diverses entreprises ghanéennes, dont Coca Cola, Legend Design House, les services postaux du Ghana et la Corporation de radiotélédiffusion du pays. Le nom et le logo de chaque société apparaissait dans le programme de la conférence, avec le message souhaitant "à tous les participants de la première conférence africaine sur la santé sexuelle des jeunes une conférence réussie." Les

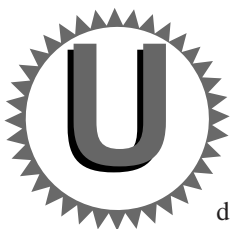
sociétés ont parrainé l'événement en fournissant un service ou un produit officiel à la conférence. Par exemple, Astek Ghana "a fourni l'eau" à la conférence.

Certaines sociétés n'ont pas voulu être des parrains, soit pour des raisons financières, soit pour le contenu de la conférence mais GUNSA a créé un soutien répandu pour la conférence dans les communautés locales et dans les médias imprimés. En planifiant la conférence, GUNSA avait déjà l'avantage d'avoir une bonne réputation en ce qui concerne l'organisation d'ateliers réussis sur la grossesse de l'adolescente et la toxicomanie et la sensibilisation aux questions liées à la santé reproductive des adolescents dans les communautés. Cette réputation renforçait les chances d'obtenir un parrainage des sociétés qui autrement, auraient pu hésiter à le faire.

Bien que le parrainage privé des conférences et programmes soit souvent ignoré comme source de financement, il profite tant aux OTJ qu'aux entreprises. Les entreprises bénéficient car cela représente pour elles une bonne occasion publicitaire et leurs produits sont associés à une activité soutenue par la communauté. Les OTJ bénéficient parce qu'elles disposent d'une nouvelle manière influente de promouvoir leurs messages de plaidoyer et de recevoir les ressources financières dont elles ont tant besoin.■

F AIRE PARTICIPER LES JEUNES : RENFORCER UNE CAMPAGNE EN TRAVAILLANT AVEC LES JEUNES





Un grand nombre d'ONG visent à faire participer les jeunes à la conception, à la réalisation et à l'évaluation de programmes qui travaillent avec les jeunes. La participation des jeunes permet à l'organisation de mieux connaître les besoins des adolescents.

La participation des jeunes renforce également les compétences de leadership et de communication des jeunes. Mais il n'est pas toujours facile de créer cet engagement chez les jeunes car ce processus demande engagement et souplesse tant de la part des ONG que des jeunes eux-mêmes.

L'engagement des jeunes est tout aussi important pour l'élaboration et la réalisation d'une campagne de plaidoyer. En effet, les jeunes peuvent éclairer les impacts des diverses politiques ou du manque de politiques sur leurs camarades et aider un réseau de plaidoyer à mieux définir ses buts, objectifs et stratégies. La présence des jeunes lors des événements et activités du réseau rappelle à tous les questions ou problèmes pour lesquels ils travaillent ensemble. Les jeunes renforcent ainsi leurs compétences au leadership, prennent confiance en eux-mêmes et acquièrent une expérience professionnelle.

Mais l'engagement des jeunes ne s'arrête pas à la simple présence de ces derniers lors d'une réunion ou à leur rôle de porte-parole. Les jeunes devraient jouer des rôles aussi importants au sein du réseau que les membres adultes et devraient participer à la prise de décisions, à la planification et à la réalisation des activités. Mais un certain nombre de barrières entravent la participation des jeunes.

- Les normes culturelles empêchent les jeunes de s'exprimer et font également que les adultes sont moins susceptibles de les écouter.
- Les jeunes et les adultes ont du mal à discuter et à planifier les activités sur des thèmes délicats, tels que la santé reproductive et la sexualité.
- Les jeunes n'ont pas toujours la formation formelle dont disposent les adultes et cela peut freiner leur participation lors de la

détermination des buts et objectifs et de la définition des stratégies.

- Les adultes supposent souvent qu'ils comprennent facilement les attitudes et les problèmes que rencontre le jeune d'aujourd'hui.
- Il est parfois difficile de trouver des endroits et des heures qui conviennent aux jeunes et aux adultes.
- Les jeunes, surtout ceux déscolarisés, qui travaillent et les jeunes de la rue ne voudront pas toujours passer un temps important à des activités pour lesquelles ils sont peu, voire pas payés du tout.

Les jeunes sont une ressource formidable pour une campagne de plaidoyer. Le fait de faire appel dès le début aux jeunes et de mettre d'accord les jeunes et les adultes sur les premières étapes de leur communication et leur collaboration pose le fondement d'un effort qui pourra être maintenu dans le temps. Voici des conseils pour travailler avec les jeunes et les faire participer aux efforts de plaidoyer.

- Si le réseau ou l'organisation ne dispose pas d'un accès direct aux adolescents, contacter d'autres OTJ dans la communauté. Inviter les jeunes qui travaillent avec ces programmes à venir et à parler de leurs activités.
- Discuter de la participation des jeunes avec d'autres organisations et identifier celles qui arrivent à faire participer les jeunes à leurs activités. Chercher à obtenir information et matériel qui encouragent la participation des jeunes à la campagne de plaidoyer.
- Trouver des emplacements et des heures de réunion qui sont acceptables, tant pour les jeunes que pour les adultes. Il faudrait également garder les jeunes informés des ordres du jour et des heures de réunion.
- Commencer par des activités qui renforcent la communication entre les jeunes et les adultes. Parfois, les jeunes ont besoin d'un certain temps avant de s'exprimer devant des adultes. Ces derniers ont également besoin

de se pencher sur leurs opinions à propos des adolescents et de la sexualité des adolescents avant d'être prêts à écouter les points de vue des jeunes sur ce thème.

- Il faut temps et effort pour faire participer pleinement les jeunes au réseau. Il faut chercher à mettre à l'aise les jeunes et ne pas supposer que, si un jeune ne parle pas, il n'a pas d'opinion. Demander aux jeunes de contribuer aux réunions et aux discussions. Etre ouvert et ne pas porter de jugement sur les opinions et suggestions des jeunes. Leur faire savoir que leur engagement est important et apprécié.
- Fournir formation et encadrement pour renforcer les compétences et la confiance des jeunes. Par exemple, un jeune qui n'a jamais participé à la planification stratégique ne sera pas en mesure de s'exprimer vraiment sur les buts et les objectifs alors qu'un jeune qui a déjà participé à un tel processus est bien plus susceptible de faire une contribution significative. Peut-être que les jeunes ont besoin d'information sur la santé des adolescents, la situation politique ou les programmes de santé reproductive administrés actuellement dans la communauté. Les jeunes auront besoin d'une formation pour devenir de bons communicateurs et être à l'aise pour s'exprimer avec les médias ou avec les décideurs. L'efficacité d'un réseau est renforcée si l'on fournit aux jeunes les possibilités d'approfondir leurs compétences.
- Obtenir l'accord de tous les membres du réseau sur l'égalité des jeunes. Les jeunes devraient participer autant que possible à la prise de décisions et devraient avoir le droit de voter et d'occuper des positions de responsabilité.
- Utiliser les compétences des jeunes. Ne pas discréditer les contributions des jeunes parce qu'elles sont "idéalistes." Les jeunes sont bien plus susceptibles de contribuer lorsque leurs contributions sont prises au sérieux.
- Etre réaliste en fixant les attentes. Certains adultes sont frustrés par le temps et l'effort nécessaires pour intégrer pleinement les jeunes au réseau. Etre honnête à propos des attentes pour le projet, des contributions des jeunes et des avantages que retire le réseau de la participation des jeunes. Le fait d'essayer d'en faire trop à la fois peut décevoir ou frustrer.
- Etre prêt à offrir un soutien. Envisager ce qui est nécessaire pour faire participer une vaste fourchette de membres communautaires, notamment les jeunes, au projet. Le soutien peut porter sur l'assistance financière, les transports, la formation et l'information.
- Rendre le travail interactif et amusant. Comme les adultes, les jeunes sont plus susceptibles de rester actifs dans le cadre de projets qui sont intéressants et gratifiants.
- Ne pas émettre d'hypothèses sur une personne, quelle qu'elle soit, y compris un jeune.

Les jeunes peuvent faire tout cela - et plus !

Planifier la stratégie

Faire des interviews avec les médias

Planifier un programme

Concevoir du matériel d'éducation

Eduquer la communauté d'autres jeunes

Ecrire des lettres aux journaux

Représenter les jeunes auprès d'organismes de financement

Maintenir le réseau à jour sur les tendances et les défis des jeunes dans la communauté

Planifier et réaliser une conférence

Parler avec les dirigeants communautaires

Evaluer un programme

Faire participer d'autres jeunes

Réaliser des interviews communautaires, des recherches ou des évaluations des besoins

Etre un porte-parole pour le réseau

Aider à représenter le réseau auprès des organismes de financement

Evaluer le caractère convivial des programmes d'information et de services cliniques pour les jeunes

ETUDE DE CAS.

SERVICES DE SANTÉ AMIS DU JEUNE À LUSAKA, EN ZAMBIE

En Zambie, à l'instar d'un grand nombre d'autres pays, la santé reproductive des adolescents reste une question délicate. Et pourtant, le VIH/SIDA, la grossesse précoce et non souhaitée ainsi que l'avortement illégal et à risques sont des problèmes de santé publique répandus et reconnus par les jeunes et les adultes. Une étude de 1994 constate que la plupart des adolescents de la Zambie ont une connaissance limitée de la reproduction et de la sexualité et que 20,4% des adolescentes en âge de procréer dans les zones urbaines de la Zambie étaient séropositives.^[3] La prestation d'informations et de services de planification familiale aux adolescents est légale en Zambie mais les jeunes sont réprimandés par le personnel des établissements sanitaires qui ne veut pas fournir des services à des jeunes célibataires. Les clubs de prévention du SIDA dans

les écoles primaires et les débats télévisés sous l'égide de l'Organisation mondiale de la santé et de l'ONUSIDA ont établi des niveaux de connaissance élevés du SIDA à Lusaka. La communauté est ouverte à de nouvelles approches permettant de réduire le risque des adolescents.

METTRE EN PLACE UN SOUTIEN COMMUNAUTAIRE

En 1994, les agents de santé à Lusaka réalisaient que les services de soins de santé existants n'arrivaient pas à atteindre les jeunes. Une ONG de la Zambie constatait que l'information et l'éducation en matière de santé reproductive pour les adolescents n'encourageait pas leur utilisation des services sanitaires. Les jeunes comprenaient qu'il était important de consulter les services de santé mais ils craignaient de le faire. Les ONG et les cliniques ont commencé à collaborer pour identifier et réduire les barrières limitant l'accès des jeunes aux services de santé reproductive. Le Service de santé maternelle et infantile/planification familiale du Ministère de la Santé (MS) a mis sur pied une Equipe spéciale de santé des adolescents.

[3] Fylkesnes K, Musonda RM, Kasumba K et al. *The HIV Epidemic in Zambia : sociodemographic prevalence patterns and indications of trends among childbearing women. AIDS* 1997 ; 11:339-345.

L'Equipe devait élaborer un programme national de santé pour les jeunes composé des OTJ et des centres de santé.

Les réformes récentes des politiques ont décentralisé les soins de santé en Zambie, confiant aux districts la responsabilité de fournir des services pour répondre aux besoins locaux. Le MS a créé des comités sanitaires de quartier servant de forum pour que les communautés puissent exprimer leurs préoccupations. L'Equipe de gestion sanitaire du district de Lusaka (DHMT) et l'UNICEF ont demandé aux ONG et aux agents de santé de collaborer afin de mettre en place ce qui allait bientôt devenir le projet des Services de santé amis du jeune (YFHS).

Il ne faisait nul doute que l'accès des adolescents aux services de santé devait être élargi mais, par contre, on manquait de données détaillées sur les jeunes eux-mêmes. Le projet YFHS voulait trouver pourquoi les jeunes n'étaient pas à l'aise pour se rendre dans les établissements sanitaires et ce qu'il fallait faire pour faciliter leur utilisation des services de santé.

ELABORER UN PLAN D'ACTION

En 1995, le Projet YFHS organisait trois ateliers conçus pour obtenir des informations sur les comportements de consultation des services de santé chez les jeunes. A chaque atelier, assistaient des jeunes, des membres du personnel des établissements sanitaires et des représentants des ONG. Après les ateliers, YFHS a organisé un séminaire de planification stratégique, a élaboré un plan d'action et mis sur pied un comité YFHS sous la direction du Mouvement à la vie familiale de la Zambie afin d'exécuter le plan. Le plan stipulait notamment une éducation par les camarades dans trois centres de Chilenje, Chawama et Kalingalinga afin d'accroître la consultation des services.

Le comité YFHS a organisé des réunions avec les administrateurs dans chaque centre de district pour les sensibiliser à l'idée des services amis du jeune et voir s'ils étaient prêts à participer au projet. Ensuite, des ateliers ont été organisés pour les administrateurs, le personnel clinique et les

jeunes à des sites pilotes pour définir les "services amis du jeune." Lors des ateliers, les participants ont élaboré des directives pour les éducateurs-camarades et 10 normes pour les "services amis du jeune." Cinquante-deux jeunes âgés de 16 à 26 ans ont reçu une formation pour qu'ils puissent fournir counseling, information, condoms et orienter leurs camarades vers les services de santé. Par la suite, les éducateurs-camarades ont réalisé des activités d'éducation dans leurs communautés pour faire connaître le nouveau programme aux jeunes.

Les programmes donnaient le choix aux adolescents venant consulter les services d'un centre de santé, soit ils pouvaient parler avec un éducateur-camarade, soit avec un agent de santé adulte. Si le client choisit l'éducateur-camarade, ils se rencontrent en privé. L'éducateur-camarade va déterminer la nature du problème et consulter l'agent de santé communautaire qui décidera du traitement. Ensuite, l'éducateur-camarade revient voir le client pour expliquer le traitement nécessaire, apporter les médicaments et/ou orienter vers d'autres services.

Les éducateurs-camarades se rencontrent chaque mois avec le personnel des centres de santé et les représentants du comité YFHS. Afin d'accroître le soutien communautaire pour le projet, les éducateurs-camarades, le personnel des centres de santé et les représentants des comités sanitaires du quartier se rencontrent également une fois par mois.

CARE : ELARGIR L'ACCÈS AUX SERVICES

CARE International a adopté une approche basée sur la recherche pour élargir l'accès des jeunes aux services dans huit centres de santé auxquels CARE apporte un soutien à Lusaka. En coordination avec DHMT de Lusaka, les représentants des comités sanitaires des quartiers et le personnel des centres de santé, CARE a effectué une recherche avec des adolescents en utilisant une technique participative qui encourage la discussion ouverte et permet aux participants d'identifier et d'analyser leurs propres besoins. Le but de la recherche était double :

1) déterminer les lacunes dans les connaissances des jeunes à propos de la biologie reproductive, de la sexualité, des MST et de la grossesse et 2) comprendre le traitement que les adolescents reçoivent dans les centres de santé et le type de services qu'ils souhaiteraient.

CARE a aidé les jeunes à créer 28 groupes de discussion dans les centres de santé. Les groupes se rencontrent périodiquement pour élaborer des messages de santé pour leurs camarades. Le personnel clinique a également travaillé avec les groupes pour éduquer d'autres jeunes sur les services disponibles et améliorer les résultats entre les centres de santé et les jeunes.

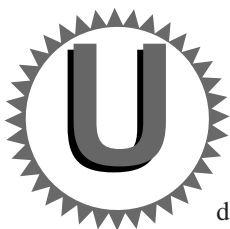
INSTITUTIONNALISER LES SERVICES POUR LES JEUNES

Des plans sont élaborés pour étendre YFHS à un plus grand nombre de centres de santé de Lusaka et DMHT de Lusaka cherche à faire participer un plus grand nombre de jeunes à l'éducation par les camarades. Depuis le début des programmes YFHS en août 1996, la réponse des adolescents a été positive. Le Ministère de la Santé note des signes d'encouragement et non pas de résistance de la part de la communauté et des agents de santé de Lusaka.

Certaines politiques restrictives subsistent en ce qui concerne la distribution de condoms aux adolescents dans les centres de santé mais, par contre, les agents communautaires commencent à faire preuve d'une plus grande souplesse.■

MOBILISER LE PUBLIC : EDUCATION PUBLIQUE ET COLLABORATION AVEC LES MÉDIAS





Une campagne réussie de plaidoyer vise trois groupes distincts qui peuvent s'influencer mutuellement : les dirigeants d'opinion, le public et les médias. Un grand nombre des dirigeants d'opinion sont plus susceptibles de soutenir les initiatives de santé pour adolescents lorsqu'ils pensent que le public est d'accord avec leur position. Les médias éduquent le public quant à la nécessité du changement de politique proposé. Un public éduqué est plus susceptible d'exprimer son soutien pour les buts de la campagne de plaidoyer face à la communauté et aux dirigeants d'opinion nationaux.

EDUCATION PUBLIQUE

L'éducation publique aide une campagne de plaidoyer à poser un solide fondement de soutien. Une éducation publique efficace apporte une information sur la santé reproductive des jeunes et montre comment un changement de politique proposée peut améliorer la santé des jeunes. Elle suggère également les diverses manières dont le public peut aider et montre pourquoi ce public devrait s'engager. L'éducation publique a pour objet d'informer et de mobiliser le public.

L'éducation publique est surtout efficace lorsque des messages et informations spécifiques sont adaptés à tel ou tel public. Par exemple, les responsables du plaidoyer doivent décider s'ils veulent cibler les parents, les membres de groupes religieux, les habitants de certains quartiers de la ville ou les aînés. Voici deux exemples. Premièrement, un organisme travaillant avec les jeunes préconisant des changements dans la politique scolaire pourrait cibler ses efforts d'éducation publique sur des parents puisque leurs opinions peuvent influencer les responsables scolaires. La campagne peut également cibler les dirigeants religieux et les responsables scolaires. Deuxièmement, un organisme préconisant un meilleur soutien de l'État pour la prévention du VIH/SIDA pourrait éduquer les entreprises locales sur les effets négatifs du SIDA et encourager les entreprises à parler du programme de prévention.

Lorsque chaque public est défini, il faut réunir une information et créer des messages qui sont susceptibles de persuader ce groupe de personnes. Du matériel séparé doit être créé pour chaque public. Généralement, les soucis ne sont pas les mêmes entre parents, aînés, entrepreneurs et adolescents. Le type de public déterminera également les stratégies utilisées pour les atteindre. Par exemple, si l'on cherche à atteindre les habitants d'une certaine partie de la communauté, il faudra peut-être planifier un événement dans le centre communautaire local. Pour atteindre les entrepreneurs, les responsables du plaidoyer pourront créer et distribuer une courte plaquette expliquant les faits.

Les matériels éducatifs devraient être courts et faciles à lire. Ils doivent expliquer le bien fondé du programme et décrire ses volets ainsi que les effets escomptés. Le matériel éducatif permet de répondre aux questions, de parler des préoccupations et de corriger toute information erronée à propos du programme.

LE MATÉRIEL DEVRAIT COMPRENDRE :

- Des statistiques nationales et locales sur la santé reproductive des adolescents pouvant être influencées par la politique ou le programme proposé, par exemple, les taux d'activité sexuelle, le manque d'accès aux soins médicaux, les taux de grossesse et les taux signalés de SIDA et de MST ;
- Une information factuelle qui décrit la situation locale explique pourquoi la politique ou le programme proposé est nécessaire et décrit les effets qu'il veut obtenir ;
- Une information sur des programmes analogues réalisés ailleurs ;
- La recherche et autres faits qui contrecarrent les critiques exprimées par l'opposition ;
- Une couverture médiatique favorable de la question, par exemple, des articles ou éditoriaux des journaux ; et
- Une information sur le but et les objectifs de l'effort de plaidoyer avec une liste des membres.

AUTRES ACTIVITÉS POUR ÉDUQUER LE PUBLIC

Le matériel écrit n'est pas le seul moyen d'éduquer le public. D'autres événements présentent de bonnes occasions de fournir une information. Les occasions suivantes peuvent être utilisées pour répondre aux questions, aux préoccupations et pour encourager une plus grande participation de la communauté :

- Tenir un événement communautaire pour fournir des informations sur un problème de santé reproductive et encourager les gens à soutenir la solution.
- Demander à d'autres organisations qui planifient l'événement le droit de distribuer du matériel sur la campagne de plaidoyer et de rencontrer le public.
- Faire des présentations à des réunions locales, notamment les associations parents-enseignants, les conseillers traditionnels, les ateliers de formation, les associations de quartier et autres réunions communautaires.
- Demander aux dirigeants d'opinion de parler avec leurs amis, famille et communauté à propos de la question. Si ces dirigeants d'opinion sont difficiles à atteindre, écrire des lettres et joindre du matériel de lecture.
- Se rendre aux endroits où se réunit le public, par exemple, les marchés, les arrêts de bus, les réunions d'associations agricoles, les centres communautaires et les endroits publics. Distribuer le matériel et parler simplement aux personnes de la campagne de plaidoyer.
- Faire des enquêtes ou sondages pour juger du niveau de soutien communautaire.
- Ecrire des articles sur l'effort de plaidoyer dans les bulletins.

TRAVAILLER AVEC LES MÉDIAS

La couverture médiatique est importante pour l'éducation publique car elle apporte une information à un public bien plus grand.

Heureusement que la sexualité des adolescents est un thème qui intéresse souvent la presse. Mais c'est également un thème qui est souvent couvert de manière négative. Les médias reflètent la gêne du public face aux adolescents et à la sexualité et les journalistes et la rédaction font souvent des reportages qui présentent les jeunes comme des agresseurs ou des victimes.

Les OTJ peuvent influencer la manière dont le public voit les jeunes, en collaborant avec les médias pour contrecarrer les stéréotypes négatifs. En effet, une meilleure compréhension du jeune et des services fournis par les OTJ est un bon moyen d'obtenir un soutien pour les programmes des jeunes.

Les plans médiatiques réussis suivent généralement un processus en quatre étapes.

- 1. Définir le rôle des médias dans la campagne de plaidoyer.** Une éducation publique apportée par le biais des médias renforce les efforts communautaires et soutient les buts et les objectifs du plaidoyer. Il faut prendre contact avec les médias bien avant d'avoir besoin d'eux.

Les journalistes des médias imprimés, de la radio et de la télévision tiennent des interviews qui sensibilisent le public aux questions des jeunes et soutiennent les changements des politiques locales et nationales. Envisagez exactement le type d'attention médiatique qui soutiendra les buts du plaidoyer et la manière d'obtenir l'attention médiatique souhaitée. Un bon message passé au mauvais moment peut nuire à une campagne de plaidoyer. Par exemple, un message soulignant l'importance de l'éducation en santé reproductive pour les jeunes pourrait nuire à l'effort si le communiqué coïncide avec la maladie et le décès d'un détracteur respecté et imminent d'une telle éducation.

Certaines campagnes de plaidoyer ne veulent pas travailler du tout avec les médias. Par exemple, s'il n'y a pas de journaux, de télévision ou de radio au niveau local, il n'est peut-être pas rentable d'utiliser la presse. Il serait mieux d'utiliser d'autres moyens pour atteindre les décideurs et le public.

Lorsqu'on travaille avec les médias, il faut réfléchir aux publics que l'effort doit atteindre. Les journaux sont une méthode appréciée et peu chère servant à éduquer le public. Travailler avec un journaliste sur un reportage ou demander à un journal de couvrir un événement peut fournir à une organisation une publicité gratuite. Et pourtant, les journaux n'atteignent qu'un certain segment. En effet, les membres de la communauté qui ne savent pas lire dans la langue utilisée par le journal ou qui lisent un autre journal - ou pas de journal du tout - ne verront pas l'article. La définition des segments indique également le type de médias qui seront le plus efficaces.

- 2. Choisir attentivement le message.** Le média suscite une attention du public et il faut utiliser cette attention pour éduquer le public. Vérifiez que l'information est intéressante et convaincante.

Généralement, la communauté s'intéresse aux reportages sur les jeunes, surtout sur la santé des jeunes. Mais les médias relatent souvent les histoires de manière à faire des jeunes des personnes irresponsables, dangereuses et qui ne respectent pas les traditions. Cela ne fait que confirmer l'opinion de certains sur les jeunes et aide rarement les jeunes à avoir un meilleur accès à l'information et aux services.

Si vous voulez obtenir un soutien public, envisagez d'abord les caractéristiques, intérêts et opinions du public visé et ensuite, présentez la question sous un angle susceptible d'obtenir l'appui et d'inciter à l'action de la part du public.

Par exemple, une campagne qui essaye de convaincre les responsables scolaires d'adopter un meilleur programme de santé reproductive devra également convaincre les parents pour qu'ils soutiennent ce changement. Souvent, les parents craignent que l'apport d'information aux jeunes ne les incite à avoir des relations sexuelles. Et pourtant, un grand nombre de ces parents sont également très préoccupés par la propagation du VIH/SIDA. Pour gagner le soutien

des parents, la campagne pourrait faire des reportages qui se concentrent sur l'épidémie du VIH/SIDA et la manière dont le nouveau programme scolaire éduquera les jeunes pour qu'ils se protègent par le biais de l'abstinence et de l'utilisation des condoms.

Enfin, choisir un message ne devrait pas être pris pour des activités visant à rendre confus ou à créer, au sein du public, de fausses attentes sur ce qu'un programme peut offrir. Il est tellement facile de perdre la crédibilité si on ne dit pas la vérité. **Il faut toujours dire la vérité dans le cadre des efforts d'éducation publique.**

- 3. Déterminer les activités à organiser et le matériel nécessaire.** Déterminez quand, où et comment travailler avec les médias pour arriver à l'effet maximum. Déterminez les personnes, au sein de l'organisation ou du réseau, qui sont responsables pour chaque volet de cet effort.

Une organisation ou un réseau doit déterminer le matériel et le temps du personnel nécessaires pour ses activités médiatiques. La campagne de plaidoyer doit nommer un ou plusieurs porte-parole qui travailleront régulièrement avec la presse. Ce porte-parole établira des contacts avec les membres de la presse bien avant que ne commence la campagne. Choisissez des journalistes qui présenteront une information brève et concise, basée sur les faits, sur les questions liées aux jeunes. Créez des rapports personnels en invitant les journalistes à venir assister à un bref événement informel organisé avec des jeunes et des membres de la campagne du plaidoyer. Les journalistes dont les dates de bouclage sont toujours proches aiment bien les contacts qui arrivent à leur donner rapidement l'information avec laquelle ils peuvent écrire un reportage. Se forger une bonne relation d'expert fiable garantira une réponse favorable au porte-parole qui appellera par la suite un journaliste pour lui proposer un compte rendu.

En travaillant au sein d'un réseau de plaidoyer, il est plus facile de fournir du

matériel aux médias car chaque organisation membre dispose de publications ou d'autre matériel pouvant être envoyé aux journalistes. Les responsables du plaidoyer devraient toujours avoir sous la main une information fondamentale ou des fiches de faits sur les jeunes qu'ils peuvent remettre aux journalistes.

- 4. Evaluer la campagne de presse.** Le suivi de la couverture médiatique dégage une information permettant d'améliorer l'éducation du média. En se donnant des attentes réalistes, on comprend mieux l'expérience de la presse. Une campagne de plaidoyer ne peut pas contrôler ce que les médias couvriront. Elle ne peut qu'apporter une information et un message-clé qu'elle aimerait voir diffuser dans le reportage. La réussite est jugée au niveau de l'influence de la campagne sur le produit final.

Un compte rendu devrait présenter de manière objective le point de vue de la campagne tout en n'oubliant pas non plus les autres points de vue. Le compte rendu intégrera au moins un des grands points soulevés dans l'interview et citera fidèlement le porte-parole. Mais avant tout, le compte rendu ne devrait pas uniquement éduquer la communauté sur les questions mais également obtenir son soutien pour trouver des solutions.

Des copies de la couverture de presse qui mentionnent les efforts de plaidoyer, le compte rendu du matériel créé pour la presse et les informations sur les contacts avec les membres de la presse montreront dans quelle mesure la campagne a su travailler avec les médias. Pour de plus amples informations sur l'évaluation des activités du plaidoyer, voir Chapitre 9. Suivi et évaluation des efforts de plaidoyer.

AUTRES CONSEILS POUR TRAVAILLER AVEC LES MÉDIAS

Le porte-parole - Nommez un porte-parole qui soit pour les journalistes un contact régulier pour les interviews, l'information et le suivi des

médias. Le porte-parole devrait être une personne qui s'exprime bien et qui connaît à fond les questions liées à la santé des adolescents. Il devrait parler clairement et directement, sans utiliser des termes obscurs. Tous les membres d'une campagne de plaidoyer devraient connaître le porte-parole et devraient orienter toutes les questions de la presse vers cette personne.

Répondre aux demandes d'information -

Les journalistes ne pourront pas travailler avec un porte-parole qui ne sait pas leur apporter l'information nécessaire en temps opportun. Une réponse rapide augmente les chances d'être cité dans l'article. Mais certains membres des médias ne seront pas en votre faveur et représenteront des opinions politiques très divergentes. Les responsables du plaidoyer doivent être conscients du biais politique et/ou de l'affiliation de politiques des journalistes et des médias. Ainsi, ils cibleront les efforts sur les journalistes et les médias qui soutiennent leur cause.

Lorsque vous ne savez pas - Si le porte-parole ne connaît pas la réponse à une question, il devrait l'indiquer. Les journalistes peuvent poser n'importe quelle question et ils supposent que la réponse du porte-parole reflète l'opinion et la position de toute la campagne. Un porte-parole est en droit de refuser de répondre à une question. Lorsque les questions posées mettent le porte-parole mal à l'aise, le mieux, c'est de ne pas y répondre. Le porte-parole ne devrait jamais être mis dans une position où il critiquera des collègues mais réservera ses critiques pour des événements importants et des détracteurs sérieux. Rappelez-vous que *toute* remarque faite à un journaliste peut être citée dans le reportage. Si quelque chose ne doit pas être publié, le porte-parole ne devrait pas le mentionner.

Le reportage - Le porte-parole planifiera à l'avance les divers points qu'il souhaite soulever. Il vaut mieux anticiper des questions difficiles et s'exercer à y répondre dans le cadre d'une situation de jeu de rôle avant l'interview. Il faut se concentrer sur **deux** ou **trois** points sur lesquels insister pendant la conversation ou l'interview.

De brèves phrases qui n'ont pas besoin de contexte permettent à un journaliste d'utiliser les mots du porte-parole. Les journalistes répéteront les phrases longues et verbeuses et les résultats ne seront pas très bons. S'il veut que le journaliste se concentre sur la direction de l'effort du plaidoyer, le porte-parole peut utiliser une technique appelée les "questions-relais." Par exemple, si l'enquêteur pose une question inadéquate, par exemple, "Est-ce que l'éducation sexuelle dans les écoles encourage la débauche ?" Le porte-parole peut dire, "Je pense que la véritable question ici est de protéger la santé de nos jeunes."

Le kit d'information pour la presse - Le kit d'information pour la presse est un outil important d'une campagne médiatique. Il devrait contenir du matériel général sur l'organisation ou le réseau. Une information factuelle peut être utilisée pour mettre le journaliste au courant des questions et l'intéresser à faire le reportage.

C'est la taille de la campagne qui déterminera la nécessité de compiler un kit d'information pour la presse. Probablement qu'une petite campagne ne verra pas la nécessité de dépenser temps et argent pour créer ce kit mais préférera entrer en contact avec le média d'autres manières. Une campagne plus importante qui traite avec un grand nombre de membres des médias constatera que ce kit lui économise du temps, attire l'attention et fournit une information et des énoncés pouvant être cités.

Un kit devrait inclure les éléments suivants :

- Une information sur le réseau de plaidoyer, y compris une liste des membres et de la mission et des buts du réseau ;
- Une information sur les contacts pour le porte-parole de la presse ;
- Des données générales (par exemple, des fiches de faits) sur les adolescents et le SIDA, les MST et autres questions sanitaires ;
- Une information sur les OTJ et leurs programmes ;
- Une couverture positive de la presse dont a bénéficié la campagne ;

- Une information sur la manière dont le changement proposé dans les programmes ou politiques traitera des besoins communautaires ; et
- Le matériel qui aide les journalistes à faire leurs comptes rendus, par exemple, une recherche récente sur la santé reproductive des jeunes, des citations des dirigeants de la campagne et des exemplaires d'autres discours ou témoignages de dirigeants d'opinion.

Travailler avec les médias - La campagne de plaidoyer devrait mettre au point une *liste de presse*, avec notamment une information sur les contacts pour les divers médias qui servent le public cible. Une liste de presse comprend les journaux, les stations télévisées et radiophoniques de la région ainsi que les heures de bouclage. Il est important de connaître les caractéristiques du public pour chaque source médiatique.

Outre le kit d'information, il existe un certain nombre d'autres moyens de forger de bons contacts avec la presse et d'obtenir son attention.

Événements - Invitez le média à un événement déjà organisé permet de prendre des contacts et de faire de la publicité à peu de frais. L'ouverture d'un nouveau centre pour les jeunes, une pièce de théâtre jouée par les jeunes ou une rencontre entre les dirigeants locaux et une délégation de jeunes sont autant d'occasions d'attirer l'intérêt du média. Indiquez aux participants à l'avance que les médias viendront. Un porte-parole ou agent de liaison devrait être disponible pour aider les membres de la presse, fournir des informations générales et les présenter aux personnalités notables présentes.

Lettres à la rédaction - Souvent, les journaux impriment des lettres à la rédaction qui traitent d'une question débattue récemment par les nouvelles. Les lettres à la section rédaction sont l'une des sections les plus lues, c'est l'endroit idéal pour répondre aux critiques ou aux préoccupations. Les lettres doivent être brèves et convaincantes et reposer sur des faits clairs ou des citations provenant

de dirigeants respectés. On peut demander à un membre éminent de la communauté de signer une lettre rédigée par tel agent de la campagne de plaidoyer.

Communiqués de presse - Un communiqué de presse est une description sur une ou deux pages (400 à 800 mots) d'un événement, d'un programme ou d'une activité. Certains journaux utilisent le communiqué de presse sans les changer. Parfois, les journalistes assistent à l'événement pour écrire leur article. Les communiqués de presse doivent comprendre les éléments suivants : 1) une ou deux citations des responsables ; 2) les faits : qui, quoi, où, quand, pourquoi et comment et 3) une information sur les contacts pour le porte-parole. Le point essentiel du communiqué de presse doit paraître dans les deux premiers paragraphes.

Télévision et radio - Un grand nombre des stations télévisées et radiophoniques diffusent des actualités et des émissions de discussion sur des thèmes actuels. Identifiez les directeurs des émissions d'actualités et les producteurs des causeries qui pourraient être intéressés par la question. L'hôte d'une causerie sera peut-être intéressé à consacrer l'émission à une question suggérée. Les émissions radiophoniques pendant lesquelles les auditeurs peuvent appeler sont l'occasion, pour un porte-parole ou un leader, de parler directement aux auditeurs de la station radiophonique.

ETUDE DE CAS. LE PROJET D'INITIATIVES POUR LES JEUNES AU KENYA (KYIP), DEUXIÈME PARTIE

Le Projet d'Initiatives pour les jeunes au Kenya était conçu pour diminuer les taux de grossesse non souhaitée et de MST parmi les jeunes Kényans. Les objectifs du KYIP sur le plan plaidoyer consistent à accroître les connaissances des décideurs et des dirigeants communautaires sur les conséquences des grossesses non souhaitées, les MST et le VIH/SIDA chez les jeunes Kényans. KYIP a analysé les articles parus dans les journaux sur les questions de santé reproductive et a répondu avec du matériel d'information, d'éducation et de communication (IEC) qui présente une information plus exacte.

Des groupes de discussion focalisée se sont tenus avec 37 groupes d'adolescents et de parents sur l'ensemble du Kenya. Ces discussions ont dégagé une information sur laquelle fonder les activités d'IEC et l'éducation des médias. KYIP a également organisé un séminaire d'une semaine sur le développement du matériel à l'intention des OTJ de l'ensemble du Kenya afin qu'elles puissent élaborer des messages en fonction de l'information obtenue grâce aux discussions focalisées.

IEC

Le groupe d'IEC a préparé trois brochures devant être distribuées conjointement avec d'autres activités du projet. *Avez-vous déjà été neuf ?* donne aux parents conseils et recommandations pour parler de la santé reproductive avec leurs enfants. Deux brochures pour jeunes, *Jouer en observant les règles et Profiter* présentent une information exacte et des histoires d'autres jeunes. Les brochures discutent également de la manière dont les jeunes prennent des décisions concernant leur santé sexuelle et reproductive et décrivent les conséquences de leurs décisions.

RADIO

Une émission radiophonique hebdomadaire d'une heure de KYIP, *Youth Variety Show*, a été citée par le Ministère de l'Éducation kényan lors d'une conférence africaine en tant qu'exemple de programme de qualité pour les jeunes. La formule qui permettait aux auditeurs de téléphoner encourageait la discussion de questions délicates telles que le VIH/SIDA, la contraception et la mutilation génitale de la femme. Chaque émission hebdomadaire présentait un groupe de jeunes, d'experts de la santé et d'artistes encourageant une prise de décisions responsable, des comportements sanitaires positifs et une meilleure estime de soi-même.

Une enquête nationale faite auprès de ménages constatait que, dans les six mois qui suivaient, 63% des Kényans âgés de 15 à 17 ans ont indiqué avoir écouté le programme. Le nombre de jeunes qui ont cité la radio comme la raison qui les a poussés à se rendre dans un centre de santé est passé de 23% à 56% parmi les nouveaux clients. Les parents appréciaient le programme car il montrait les difficultés et les questions que rencontrent les enfants en grandissant. Les jeunes ont utilisé l'émission radiophonique comme occasion d'obtenir des réponses à des questions dont ils ne pensaient pouvoir parler avec leurs parents.

L'émission était tellement appréciée qu'un financement d'entreprise a été accordé pour continuer la diffusion hebdomadaire, une fois que le financement de KYIP a pris fin. L'émission a également inspiré une colonne hebdomadaire, *Teen Bus*, dans un journal national.

ETUDE DE CAS.

LE PROJET D'IMPACT SUR LA POPULATION (PIP), UNIVERSITÉ DU GHANA

La politique officielle de population du Ghana a été créée en 1969. Depuis, la population a pratiquement doublé mais la croissance économique ne s'est que légèrement améliorée. C'est la raison pour laquelle les responsables ont organisé, en 1986, la *Conférence sur la population et la reconstruction nationale*. Les participants à cette conférence se sont penchés sur deux grands objectifs de la politique de population de 1969 : 1) réduire le taux de croissance de la population, le faisant passer de 3,2% à 2% par an et 2) réduire l'indice synthétique de fécondité, de 4,6 à 4 enfants par femme d'ici l'an 2000.

Les participants pensaient que ces objectifs restaient souhaitables et possibles et ont identifié trois raisons expliquant pourquoi la politique n'avait pas réussi jusqu'à présent : 1) manque d'engagement politique au niveau national ; 2) sentiment que la politique était décidée par les bailleurs de fonds et 3) priorité accordée à la planification familiale aux dépens d'autres questions se rapportant à la politique de population, par exemple, les rôles de la femme, l'environnement et l'urbanisation. Plusieurs professeurs de l'Université du Ghana ont mis sur pied le Projet d'Impact sur la population (PIP) pour appliquer certaines des idées soulevées lors de la conférence. Le projet a été conçu pour traiter les obstacles identifiés grâce à une campagne d'éducation publique alliant les connaissances du personnel de PIP et l'expérience des médias.

PIP savait qu'un plaidoyer réussi auprès des décideurs et des responsables du gouvernement exigerait un vaste soutien de la part d'autres organisations ghanéennes participant aux questions de population. Le matériel de plaidoyer de PIP fournissait aux hauts responsables des exemples

de problèmes et de besoins ainsi que des solutions aux questions de population, en fonction d'une recherche communautaire. PIP avait également fait des recherches et présenter des données sous forme claire qui éduquent les décideurs et encouragent les interventions répondant aux besoins de la population ghanéenne. Les organisations nationales et communautaires bénéficient à l'évidence du soutien qu'accorde l'Etat à leurs activités. Tout au long du projet, PIP a forgé des partenariats avec un certain nombre d'organisations au Ghana dont le Conseil national de la population, le Ministère de la Santé du Ghana, le Conseil national des femmes et du développement, le Projet de Santé rurale "May Day" et l'Association de planification familiale du Ghana. Ces organisations ont éclairé bien des aspects de la situation pour les décideurs.

STRATÉGIE DE PLAIDOYER

La campagne de plaidoyer de PIP vise également les dirigeants aux niveaux local et de district. Les dirigeants traditionnels, les responsables des groupements féminins, les éducateurs, les dirigeants religieux, les jeunes et les médias sont des publics importants de cette information. PIP essaye d'atteindre ces divers publics cibles en combinant des activités.

- 1. Elaboration et distribution de livrets sur les questions de population.** Des livrets clairs et concis utilisent des graphiques et tableaux simples pouvant être compris par un public qui ne connaît guère les questions de population et de développement. Les livrets utilisent des statistiques nationales pertinentes provenant de sources fiables et sont rédigés par des experts locaux respectés sur les questions de développement.
- 2. Séminaires, ateliers, présentations et réunions avec les hauts responsables.** PIP organise des séminaires et des présentations pour les décideurs et est invité régulièrement à faire des présentations sur les éducateurs, les étudiants et les administrateurs publics ainsi qu'à démontrer la relation entre la croissance de la population et le développement.

- 3. Diffusion radiophonique et télévisée et articles dans les journaux nationaux.** PIP encourage les journalistes à discuter des politiques de population dans la presse et espère que l'attention accordée par le public à la politique de population motivera à agir les responsables du gouvernement. L'intérêt médiatique est devenu tellement important que PIP a créé un centre de ressources et organise des ateliers pour éduquer la presse sur les aspects fondamentaux de la croissance de la population. Les journalistes qui assistent aux ateliers rencontrent les représentants de PIP qui deviennent des sources d'information sur les questions de population.

ACTIVITÉS CIBLANT SPÉCIFIQUEMENT LES ADOLESCENTS

PIP consacre de plus en plus ses efforts de plaidoyer sur les besoins particuliers des adolescents. Une des publications de la série de livrets de PIP, *Fécondité des adolescents et santé reproductive au Ghana* (1995), présente divers faits sur la fécondité des adolescents au Ghana, les raisons expliquant des taux de fécondité élevée chez les adolescents ainsi que les conséquences sociales, économiques et physiques d'une activité sexuelle précoce et d'une maternité précoce. Elle propose des interventions de politiques, par exemple, une éducation à la vie familiale qui reçoit la priorité dans les écoles, un meilleur accès des adolescents aux services de planification familiale, une éducation plus poussée pour les filles et la participation des adolescents à l'élaboration des programmes. Cherchant à renforcer l'impact du livret, PIP a mis sur pied une présentation sur la fécondité des adolescents et la santé reproductive pour les décideurs et invite les adolescents à venir assister à ces présentations au niveau régional et de district.

RÉSULTATS ET ÉVALUATION

PIP n'a rencontré aucune opposition ouverte à ses efforts de plaidoyer concernant la santé reproductive des adolescents. Mais le Secrétariat catholique national et le Conseil chrétien du Ghana sont mal à l'aise par cette disponibilité des contraceptifs. Afin de répondre aux préoccupations

exprimées par des groupes qui ont émis certaines réserves sur la contraception et l'éducation à la vie familiale pour les adolescents, PIP essaye de traiter leurs points de vue lors de présentations et de séminaires.

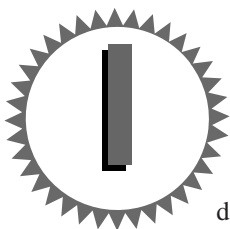
Les évaluations montrent que PIP a eu un impact mesurable sur la sensibilisation nationale à la politique de population du Ghana. Des interviews structurées avec 80 hauts responsables montraient que la plupart connaissaient le projet et qu'un grand nombre d'entre eux avaient utilisé le livret le plus fameux de PIP, *Croissance de la population et développement au Ghana*. C'est aux efforts de plaidoyer de PIP que l'on attribue le meilleur soutien gouvernemental pour les programmes de population. Le matériel de PIP continue à être en demande dans les bureaux de l'administration et le projet a généré de nombreux articles de journaux et émissions radiophoniques sur les questions de population.

LEÇONS APPRISES

Les projets qui visent à sensibiliser davantage aux questions de population doivent être préparés à maintenir sur une période prolongée leurs efforts de plaidoyer. Les changements se font lentement et les responsables qui vous soutiennent peuvent partir à la retraite ou quitter leur poste. De plus, les responsables du plaidoyer doivent être prêts à démontrer comment leurs thèmes se rapportent à d'autres questions d'intérêt public, telles que le développement économique, l'habilitation des femmes et l'environnement. La réussite de PIP peut être imputée à l'engagement pris par le projet d'obtenir un vaste soutien pour la politique de population au Ghana. Le projet a aidé à faciliter la communication entre les décideurs et les organisations travaillant sur le terrain permettant à l'expérience des agents de terrain d'informer directement les politiques nationales de population.■

L'ART DE LA PERSUASION : OBTENIR LE SOUTIEN DES DIRIGEANTS D'OPINION ET DES DÉCIDEURS





Il y a plaidoyer chaque fois que des opinions sont partagées. Les campagnes de plaidoyer déterminent quels sont les décideurs ou les dirigeants d'opinion qui devraient être convaincus pour qu'ils soutiennent telle question et présentent exactement ce qu'ils doivent faire pour montrer leur soutien.

Une grande partie des stratégies fondamentales utilisées pour aborder et persuader les dirigeants d'opinion sont les mêmes pour ceux aux niveaux communautaire, régional ou national. Utiliser cette information pour concevoir la stratégie la plus efficace pour l'effort de plaidoyer.

CONSEILS GÉNÉRAUX POUR LE PLAIDOYER

Efforts ciblés. Évaluez le niveau de soutien des dirigeants d'opinion nécessaires pour que la campagne de plaidoyer atteigne ses buts. Voyez qui aborder et dans quel ordre. Commencez par les personnes qui vous soutiennent vraiment et passez à celles plus tièdes ou non décidées dans leurs opinions. Faites attention à tout dirigeant qui doit être abordé tout au début de la campagne, par exemple, un dirigeant traditionnel voudra être au courant de ce qui est planifié dans la communauté et risque de retirer son soutien s'il se sent ignoré.

Être aimable et respectueux. Commencez toujours par remercier le dirigeant d'opinion pour le temps qu'il vous accorde. Les dirigeants d'opinion qui soutiennent la santé reproductive des adolescents risquent de prendre une position controversée et difficile dans la communauté. Un remerciement sincère sera grandement apprécié.

Être professionnel. Soyez professionnel du point de vue manières et façon de s'habiller. Évitez de critiquer d'autres responsables, des personnalités publiques ou des organisations.

Ne pas s'écarter du sujet. Ne parlez que d'un seul sujet dans la visite ou la lettre. Souvent, les agents du plaidoyer pensent qu'ils doivent

partager autant d'information que possible avec un dirigeant mais une information excessive diluera le message, surtout si le temps du dirigeant d'opinion est limité.

Être préparé. Dans le cadre de la préparation, essayez de déterminer la position du dirigeant d'opinion face à la question. Cette position peut être discernée par le biais des commentaires qu'il fait, du type d'événements auxquels il assiste, de son affiliation politique et des décisions passées. Travailler dans un réseau facilite cette recherche car au moins une organisation aura eu un certain contact avec le dirigeant d'opinion en question. Voyez quelles sont ses connexions personnelles avec les jeunes : est-il parent, oncle, tante ou grand-parent d'adolescents ? Concevez une approche persuasive qui se fonde sur la connaissance des points de vue, intérêts et aptitudes du dirigeant en question. En effet, les arguments changent selon le type de personne. Faites un jeu de rôle sur ce que vous voulez dire à la réunion et comment répondre à des commentaires possibles.

Établir une connexion personnelle. Indiquez au dirigeant d'opinion quels sont les amis, parents et collègues que vous avez en commun. Une connexion personnelle peut rendre une visite plus fructueuse. Souvent, les dirigeants se rappelleront mieux, ou alors en termes plus favorables, d'une visite qui entretient une connexion personnelle avec eux.

Être une source d'information. Certains dirigeants d'opinion ont trop de choses à faire et ne pourront pas se concentrer trop longtemps sur une seule question. Peut-être ne sont-ils pas aussi informés que vous le souhaiteriez et, par conséquent, il est bon de combler cette lacune d'information. Encouragez les dirigeants à poser des questions. N'impliquez pas qu'il n'est pas assez intelligent ou pas assez au courant. Au lieu de cela, montrez-vous informé et aidez-le.

Dire la vérité. Donner une information erronée ou qui conduit à faire des erreurs vous fera rapidement perdre de votre crédibilité aux yeux du dirigeant d'opinion.

Connaître les autres personnes qui soutiennent la position. Les dirigeants d'opinion aiment connaître les autres responsables et organisations qui soutiennent la position. Cette information illustre le soutien et peut fournir au dirigeant d'opinion d'autres raisons pour soutenir votre position. Si c'est possible, emmenez des membres communautaires - y compris des jeunes - lorsque vous rendez visite aux responsables.

Connaître ceux qui ne sont pas d'accord avec la position. Le dirigeant d'opinion peut faire face à une décision difficile si une autre institution ou personne importante s'oppose à la question. Anticipez l'éventuelle opposition et les positions qu'elle peut prendre. Discutez avec le dirigeant d'opinion des arguments éventuels de l'opposition et pourquoi il ne devrait pas soutenir cette position. En cas d'opposition, la capacité à anticiper une critique et à défendre la question fera une différence.

Reconnaître quand une information supplémentaire est nécessaire. Si un dirigeant souhaite une information qui n'est pas disponible ou demande quelque chose que vous ne savez pas, il faut admettre ce manque de connaissance. Ensuite, proposez d'obtenir l'information qu'il recherche et faites-le aussi rapidement que possible après la réunion.

Faire une demande spécifique. Sachez exactement ce qu'on demandera au dirigeant d'opinion de faire pour soutenir la question. Par exemple, les responsables du plaidoyer peuvent demander au dirigeant de mettre son nom sur une lettre, de changer une politique scolaire, de répondre à une question, de faire un témoignage public ou de soutenir un accroissement du financement pour les programmes des jeunes. Demandez directement et cherchez à obtenir une réponse directe.

Faire un suivi. Voyez si le dirigeant d'opinion fait ce qu'il a promis de faire. Envoyez une lettre de remerciements après la conversation et redonnez votre position. Remerciez le dirigeant pour toute action favorable et demandez poliment une explication s'il n'a pas tenu ses promesses.

Ne pas se créer d'ennemis. Il est facile de se laisser emporter par l'émotion face à des thèmes délicats. Mais il ne faut jamais que cela ne nuise à la relation que vous avez avec le dirigeant d'opinion. Il faut se quitter en bons termes. Ne vous lancez pas trop loin dans le débat et n'essayez jamais de menacer un dirigeant. Même s'il s'oppose, il pourra devenir quelqu'un qui soutient fermement un autre de vos thèmes !

COMMUNIQUER AVEC LES DIRIGEANTS D'OPINION

PAR LETTRE

Identifier le rédacteur, l'organisation, la question et la relation avec le dirigeant d'opinion. Si c'est possible, utilisez du papier avec en-tête. Lorsque vous écrivez au nom d'un réseau de plaidoyer, identifiez les organisations membres soit par l'en-tête, soit dans le texte de la lettre. Énoncez en une seule ligne la question ou le problème de sorte à montrer l'enjeu au dirigeant. Si vous écrivez au nom d'un réseau, incluez une information complète pour contacter une ou deux auxquelles le dirigeant d'opinion pourra répondre.

Mentionner une question spécifique. La lettre sera plus efficace si elle se concentre sur une question spécifique.

Etre bref et succinct. Une lettre d'une page a le plus d'impact. Donnez le point essentiel dans le premier paragraphe et ne couvrez qu'une seule question par lettre. Pour les données générales, vous pouvez joindre une fiche de faits, une coupure d'un journal ou une brève publication qui discute de manière approfondie la question ou le problème. Indiquez de manière respectueuse, mais claire, le type d'action que vous souhaiteriez que le dirigeant d'opinion prenne.

Etre personnel. Les dirigeants d'opinion sont plus susceptibles de faire attention et de se rappeler des lettres qui parlent d'expériences réelles. Expliquez pourquoi la question est importante et comment la décision du dirigeant influencera la vie des habitants. Décrivez une expérience qui étaye

vos argument. Une communication personnelle peut être aussi efficace qu'une campagne organisée.

S'assurer que le dirigeant d'opinion reçoit bien la lettre. Vérifiez que l'adresse est correcte. Si le dirigeant d'opinion n'est pas trop loin, on peut lui apporter personnellement la lettre.

Suivi. Si le dirigeant d'opinion a un téléphone, passez-lui un coup de fil pour confirmer qu'il a reçu la lettre. Si le dirigeant d'opinion fait effectivement ce que vous lui avez demandé, n'oubliez pas de le remercier.

VISITES FACE À FACE

Prendre rendez-vous. Appelez le dirigeant d'opinion ou son représentant pour prendre rendez-vous. Prenez ces rendez-vous bien à l'avance, préparez-vous à la rencontre, confirmez celle-ci et invitez d'autres collègues. Faites un compte rendu de la rencontre : ceux qui y ont assisté, l'information partagée et les mesures promises.

Etre souple. Il vaut mieux s'attendre à des interruptions et à des changements dans le calendrier. Soyez prêt à accepter l'emploi du temps chargé du responsable. Si celui-ci demande que l'on remette à plus tard le rendez-vous, fixez de suite une date.

Etre ponctuel. Ne soyez pas en retard car vous démarrerez "du mauvais pied" la réunion.

Etre préparé. Cette visite doit vous profiter au maximum. Planifiez à l'avance la présentation et répartissez les rôles entre les membres du groupe, sans oublier le rapporteur qui doit prendre des notes. Prévoyez une présentation de cinq minutes (10 minutes au maximum) et ne vous écarterez pas du sujet. Présentez les membres du groupe mais l'un des membres parlera le plus. Faites ressortir les arguments de manière claire et succincte et faites savoir respectueusement, mais clairement, au dirigeant ce qu'il doit faire.

Laisser quelque chose derrière soi. Il est bon d'élaborer une pochette d'information que l'on pourra laisser au dirigeant d'opinion. Elle

comprendra un bref récapitulatif (une ou deux pages) sur le groupe, la question, l'action demandée, l'information générale et autre matériel ou fait pouvant être utile au dirigeant. Il ne faut pas surcharger d'information cette pochette. Laissez de côté les longues publications, les recherches ou rapports détaillés, tout matériel qui n'est pas pertinent, à moins que le dirigeant ne soit intéressé à consulter également cette information.

ETUDE DE CAS.

PARTENARIATS POUR ÉLIMINER LA MUTILATION GÉNITALE DE LA FEMME AU KENYA

L'Organisation Maendeleo Ya Wanawake (MYWO) est l'organisation féminine la plus grande et la plus ancienne au Kenya. Elle compte trois millions de membres. Ses réseaux s'étendent sur l'ensemble du Kenya. Depuis les années 50, MYWO préconise des changements dans les lois affectant tous les aspects de la vie des femmes. Les *Stratégies pour l'avancement de la femme*, adoptées lors de la Conférence mondiale de 1985 en vue d'examiner et d'évaluer les réalisations de la Décennie des Nations Unies pour la femme, demandaient que soit éliminée la mutilation génitale de la femme, également connue sous le nom d'excision.

Les femmes de MYWO se sont mobilisées face à la question. Elles ont réalisé une recherche quantitative et qualitative dans quatre districts et ont constaté que presque 90% des femmes avaient subi la procédure et qu'elle était faite à n'importe quel moment, peu après la naissance jusqu'au mariage. Vu que l'excision affecte un nombre important de femmes de tous les âges, MYWO a cherché à encourager la participation active de toutes les générations de femmes pour mettre en œuvre une stratégie de plaidoyer. MYWO a reconnu que toute campagne de plaidoyer se rapportant à l'excision demandait d'abord le soutien des femmes elles-mêmes. Aussi, sa stratégie de plaidoyer est-elle axée sur deux niveaux :

1) maximiser la capacité des réseaux communautaires en vue d'éduquer les femmes sur l'ensemble du Kenya et 2) profiter pleinement de la situation de MYWO en vue d'influencer directement les membres du Parlement pour qu'ils adoptent des lois pour éradiquer l'excision. Un certain nombre des stratégies utilisées par MYWO sont décrites ci-après.

EDUCATION DU PUBLIC

En 1992, avec le soutien du Program for Appropriate Technology in Health and Population Action International, MYWO a commencé des interventions au niveau communautaire, nommant des responsables de terrain pour qu'ils sensibilisent les femmes et les filles aux problèmes de l'excision. Visites à domicile, sketches, chansons, poèmes et causeries communautaires représentaient autant de techniques réussies pour atteindre les femmes et les filles locales et leur apporter les messages de MYWO sur l'excision. Ces messages insistaient sur le fait que les gens pensent que l'excision est nécessaire pour les mêmes raisons expliquant pourquoi l'on adhère à d'autres traditions sociales, à savoir préserver la culture. Mais MYWO pensait qu'il était important de remettre en question des traditions comme l'excision car ces traditions ont des conséquences négatives pour la santé et la qualité de la vie.

MYWO recommande de préserver l'importance sociale d'un rite de passage à l'âge adulte tout en expliquant que l'excision a des conséquences nuisibles sur la santé dont les femmes souffriront pendant toute leur vie. Des animatrices formées - jeunes femmes excisées et non excisées - ont communiqué directement ce message à d'autres jeunes. Les agents de terrain ont cherché à obtenir le soutien des accoucheuses traditionnelles et des praticiens locaux de l'excision, leur montrant les conséquences physiques et émotionnelles nuisibles et leur demandant d'arrêter la pratique ou du moins d'adopter des formes moins invasives de la procédure. MYWO a constaté que celles qui défendaient le mieux sa cause étaient des dirigeantes de groupements féminins locaux, des femmes qui avaient été excisées et des femmes prêtes à prendre la parole en public pour partager les raisons pour lesquelles elles ne feraient pas exciser leurs filles.

Femmes et filles ont partagé des histoires personnelles sur la manière dont l'excision les a affectées ainsi que leur famille. Ces messages ont convaincu d'autres.

Mais lorsque le programme a été évalué en 1995, MYWO a constaté que des mesures supplémentaires devaient être prises pour décourager la pratique de l'excision. Les praticiens de l'excision, qui dépendent souvent de cette pratique traditionnelle représentant leur seul moyen de subsistance avaient besoin de trouver d'autres sources de revenu. MYWO devait également offrir un autre rite de passage qui protégerait les aspects rituels et éducatifs tout en éliminant l'aspect physique nuisible de l'excision. Mi-1997, plusieurs centaines de filles avaient participé à d'autres rites de passage qui perpétuaient la tradition des cadeaux, de l'éducation et de la transition d'une fille à l'âge adulte.

MYWO a constaté que les vidéos étaient extrêmement utiles pour plaider la cause auprès d'un nombre important de personnes - *Rite de passage*, qui raconte une autre cérémonie de passage et *Secret et sacré*, film éducatif parlant essentiellement de la situation de l'excision au Kenya. *Secret et sacré* traite avec délicatesse l'excision et présente toute une gamme de points de vue. Le film reconnaît l'importance de l'excision en tant que tradition tout en notant systématiquement les conséquences physiques, psychologiques et sociales négatives pour les femmes et les filles. La vidéo était conçue pour un public divers permettant à MYWO de l'utiliser pour faire un plaidoyer auprès des femmes et des filles, au même titre qu'auprès des dirigeants d'opinion locaux et nationaux.

POLITIQUE NATIONALE

Au niveau national, MYWO visait directement les parlementaires par le biais des campagnes d'éducation. MYWO a trouvé plusieurs défenseurs de la cause prêts à faire entendre leur voix et un nombre encore plus grand de ceux silencieux qui s'opposent à la pratique mais qui ne souhaitent pas le dire en public. La résistance de la part d'un responsable puissant a freiné le travail de MYWO dans un district pendant une année entière. Après

de nombreuses réunions pendant lesquelles MYWO a sensibilisé le responsable en question aux conséquences de l'excision, il s'est montré d'accord pour prendre la parole pendant le film *Secret et sacré* indiquant que la pratique était nuisible et à faire savoir que ses filles n'étaient pas excisées. Les membres de MYWO reçoivent actuellement une formation qui les prépare à traiter individuellement avec des parlementaires. MYWO prévoit également de lancer des programmes d'éducation civique pour les femmes, de sorte à ce que celles-ci connaissent les candidats se présentant aux élections et choisissent ceux qui soutiennent les questions liées à la femme.

TRAVAILLER EN PARTENARIAT

Depuis 1991, l'Association de planification familiale du Kenya (FPAK) travaille en collaboration avec MYWO dans le district de Nyambene, à Meru, région identifiée comme ayant les taux les plus élevés d'excision au Kenya. MYWO a reconnu que, en tant qu'organisation importante ayant de l'expérience en matière de programme, plaidoyer et services, FPAK disposait d'une expertise qui complétait les efforts déployés par MYWO pour éliminer l'excision.

FPAK a commencé en organisant les Comités consultatifs du projet (CCP) comprenant des membres communautaires influents et au moins un représentant des jeunes dans chacun des 16 sites. Les membres des CCP ont reçu des informations sur l'excision lors d'ateliers et sont devenus des autorités locales en la matière. Ils ont travaillé avec FPAK pour créer des messages de plaidoyer sensibles aux besoins et croyances de leur propre communauté. De plus, FPAK a recruté 16 éducateurs volontaires et les a formés pour qu'ils mobilisent leur communauté et élaborent du matériel d'information, d'éducation et de communication. Les volontaires et les membres CCP ont demandé une assistance à leur communauté pour élaborer et tester les brochures, les affiches et les livrets en anglais et dans les langues locales.

Le programme a été conçu suite à une enquête qui constatait que l'habilitation des femmes représentait le principal obstacle à l'élimination

de l'excision. Les membres communautaires qui étaient de plus en plus préoccupés par les problèmes liés à l'excision dans leur communauté ont également recommandé le programme. Grâce à une assistance financière de la Fédération internationale pour la planification familiale et de Plan International Meru, FPAK a étendu son projet pilote à un total de 16 sites dans le district de Meru. Une fois les activités CCP en place, FPAK a créé un comité directeur national composé d'ONG nationales et internationales intéressées par l'écart entre les sexes et leur a donné l'occasion de partager expériences et idées de plaidoyer.

Par le biais des activités avec les CCP et les volontaires communautaires, FPAK a été en mesure d'élaborer des messages appropriés pour les entités législatives traditionnelles (conseils d'aînés), les églises locales, les enseignants, les représentants officiels des collectivités locales ainsi que des groupements d'hommes, de femmes et de jeunes. Les volontaires communautaires ont organisé des réunions fréquentes et des séminaires d'éducation pour les praticiens locaux de l'excision afin de les sensibiliser aux aspects nuisibles de l'excision. Suite à la persistance de ces volontaires, quatre praticiens ont abandonné la pratique de l'excision et sont devenus des défenseurs de l'éradication de l'excision.

La recherche de FPAK montre que, dans 89% des cas, c'est la famille de la fille plutôt que la fille elle-même qui décide de l'excision. FPAK a encouragé les filles à s'organiser en groupes de décision pour donner aux filles excisées et non excisées un forum leur permettant de discuter ouvertement de cette pratique et de prendre connaissance de stratégies permettant de résister aux pressions exercées par la famille et la communauté en vue d'exciser les filles. Par la suite, plusieurs filles ont indiqué aux autorités locales les pratiques d'excision coercitives alors que d'autres sont allées se réfugier dans les églises ou ont demandé une assistance auprès de FPAK.

Il est trop tôt pour mesurer l'impact du projet à long terme mais FPAK a observé un certain nombre de tendances prometteuses, notamment :

- La discussion publique de l'excision et le fait que les gens sont prêts à prendre la parole pour condamner la pratique ;
- Les promesses de femmes excisées indiquant qu'elles n'exciseraient pas leurs filles ;
- L'engagement de deux chefs à éliminer la pratique dans leur région ;
- Les louanges communautaires pour les filles qui n'ont pas été excisées ;
- L'engagement de la part des hommes jeunes indiquant qu'ils souhaitaient des femmes non excisées et la discussion publique de l'excision par les hommes adultes ;
- Des demandes écrites pour un plus grand nombre de matériel d'IEC ;
- Les parents envoyant leurs filles auprès des volontaires communautaires pour qu'elles reçoivent des conseils ; et
- Des demandes de l'Eglise catholique pour des séminaires de sensibilisation à l'excision pour les membres de l'Eglise.

LEÇONS APPRISSES ET DÉFIS RESTANTS

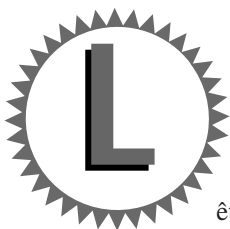
- **L'approche communautaire à la base est celle qui a le mieux réussie pour les campagnes de plaidoyer sur l'excision.** Une fois établi le fondement du soutien communautaire, les communautés font appel aux dirigeants locaux et nationaux pour qu'ils prennent la parole contre l'excision et créent des politiques qui élimineront cette pratique. Mais même lorsque les décideurs nationaux sont sensibilisés au problème et en dépit de leurs sentiments personnels en ce domaine, ils ont souvent du mal à s'exprimer en public à propos de l'excision. Et pourtant, si la

communauté les encourage dans ce sens, les dirigeants trouveront qu'il est plus facile de travailler activement pour éliminer l'excision.

- **Un changement continu ne pourra se faire que par le biais d'un changement social lent et d'une lente sensibilisation.** Le changement peut prendre des générations. Il ne faut pas s'attendre à des résultats immédiats. Certaines communautés risquent de recommencer à exciser les filles dans quelques années, une fois que les dirigeants communautaires sensibilisés partent à la retraite. Les réseaux de soutien communautaire doivent rester en place pour continuer à sensibiliser à l'excision et aider les filles qui sont contraintes à subir cette pratique.
- **Les mesures punitives, telles que les menaces d'arrestation, ne font qu'encourager les praticiens à travailler en secret et rendent encore plus difficile la lutte ouverte contre l'excision.** MYWO et FPAK ont constaté que le plaidoyer direct auprès des praticiens de l'excision, plutôt que la menace, permettait de changer leurs attitudes et en les convertissait même en défenseurs de l'élimination de l'excision.
- **L'hésitation des dirigeants à s'attaquer à l'excision vient surtout de la difficulté à discuter des questions de sexualité en général et de la sexualité de la femme en particulier.** Les mythes sous-jacents à l'excision ne peuvent pas être entièrement discrédités tant que subsistent des préjugés à l'égard des femmes et des conceptions erronées à propos de la sexualité et des relations sexuelles. Les activités de sensibilisation à l'excision fournissent aux groupes chargés du plaidoyer l'occasion de traiter d'autres questions relatives à la sexualité et de rapprocher les communautés sensibilisées des prestataires de services.■

QUESTIONS COURANTES POUR LES RESPONSABLES DU PLAIDOYER : PARLER DE LA SANTÉ REPRODUCTIVE DES ADOLESCENTS





Les questions ci-après sont celles posées couramment à propos de l'information et des services de santé reproductive fournis aux adolescents. Bien qu'elles puissent être vues comme des critiques, elles fournissent en fait des occasions d'éduquer les dirigeants d'opinion et le public. Répondre honnêtement et exactement aux questions montre que les responsables du plaidoyer sont des professionnels qui prennent au sérieux les thèmes en question.

Avant de commencer une campagne de plaidoyer, les responsables doivent anticiper les questions et les critiques et préparer leurs réponses.

La responsabilité de fournir une éducation sexuelle aux enfants ne revient-elle pas aux membres de la famille et aux aînés ?

Souvent, les jeunes indiquent qu'ils aimeraient parler avec leurs parents de la santé reproductive et que la communication est très importante entre parents et enfants. Mais un grand nombre d'adultes ne savent pas quoi dire ou comment le dire ou encore ce qu'il faut dire et sont mal à l'aise lorsqu'ils doivent parler de la sexualité avec des jeunes. Au fur et à mesure qu'évoluent les sociétés, peu de familles ont l'occasion d'utiliser l'éducation traditionnelle en matière de sexualité. Le silence d'une famille peut communiquer aux jeunes le message selon lequel la sexualité est mauvaise et ne devrait pas être discutée. S'ils ne disposent pas d'autre source sur la connaissance et les valeurs, les jeunes se tournent souvent vers les médias populaires et leurs camarades pour obtenir une information.

L'éducation sexuelle crée davantage d'occasions de dialogue entre les jeunes et les adultes et aide à contrecarrer les mythes sur la sexualité qu'entendent souvent les jeunes des médias et de leurs camarades. Compléter l'éducation fournie par la famille aide également les adultes à surmonter les difficultés lorsqu'elle est le seul prestataire d'information et de directives.

Est-ce que l'éducation en matière de santé reproductive n'encourage pas les rapports sexuels et mène à la débauche ?

Le fait d'apporter une information sur la sexualité ne pousse pas le jeune à avoir des relations sexuelles. De fait, en apportant une information exacte avant que les jeunes n'aient des relations sexuelles aide souvent les jeunes à *s'abstenir des relations sexuelles*, tel que le montre les faits. Dans le cas des jeunes qui sont sexuellement actifs, une éducation sexuelle les aide à se protéger contre le VIH/SIDA et d'autres MST car ils seront plus susceptibles d'utiliser des condoms.

Un examen récent fait par l'Organisation mondiale de la santé des programmes d'éducation en santé reproductive du monde entier constate que les jeunes *n'étaient pas plus susceptibles* de s'engager dans une activité sexuelle précoce, pas plus qu'ils n'avaient une activité sexuelle accrue par rapport à leurs camarades. Les études ont toujours montré que les jeunes qui reçoivent une bonne éducation sexuelle sont plus susceptibles d'utiliser un contraceptif lors des premiers rapports sexuels que les jeunes sans éducation sexuelle.

Pourquoi ne pas enseigner l'abstinence ?

L'éducation en matière de santé reproductive commence par l'abstinence - qui est la seule complètement sûre pour des jeunes de se protéger contre la grossesse, les MST et le VIH/SIDA. Si l'on veut qu'ils pratiquent avec succès l'abstinence, les jeunes ont besoin de compétences, notamment de compétences touchant à la prise de décisions, à la communication, à la négociation et au refus. Lorsque l'abstinence est enseignée comme la seule option pour les jeunes, ces derniers ne reçoivent pas d'information qui les aiderait à se parer contre les risques *une fois qu'ils deviennent sexuellement actifs* et, sans cette information, les jeunes sont moins capables de faire des choix responsables.

Comment pouvez-vous enseigner en même temps l'abstinence et la contraception ?

L'abstinence et la contraception sont les deux meilleures manières pour les jeunes de se protéger et de rester en bonne santé. Parler de ces deux options aux jeunes reconnaît les défis qu'ils rencontrent dans ce monde moderne complexe et les encourage à agir de manière responsable. La recherche montre que les programmes qui enseignent aussi bien l'abstinence que la contraception arrivent mieux à atteindre les jeunes et à encourager un comportement sain que les programmes qui enseignent uniquement l'abstinence.

Quels sont les effets de l'éducation en matière de santé reproductive ?

Premièrement, les programmes de santé reproductive aident les adolescents à s'abstenir des relations sexuelles en leur fournissant une information exacte sur leur propre corps, en les sensibilisant aux maladies sexuellement transmissibles et en les aidant à renforcer les compétences pour qu'ils résistent à la pression exercée par les camarades. Deuxièmement, pour les jeunes qui ont eu des rapports sexuels, l'information et l'accès aux contraceptifs les aident à se protéger contre le VIH, d'autres MST et les grossesses non souhaitées. La recherche montre que ni l'information donnée aux jeunes sur la santé sexuelle ni la prestation de services de santé reproductive ne les pousse à avoir des relations sexuelles.

Que pensera de moi la communauté si je soutiens l'information et les services de santé reproductive pour les jeunes ?

Lorsque les communautés discutent ouvertement des questions liées aux jeunes pour la première fois, on assiste parfois à un soutien plus important pour les programmes de santé reproductive qu'on ne l'aurait pensé. Partout, les gens souhaitent que les jeunes grandissent en bonne santé. Ils se préoccupent de ce qu'il faut faire face à la propagation du VIH/SIDA et sont souvent prêts à discuter de solutions éventuelles une fois que leurs opinions ont été partagées.

L'essentiel de l'opposition à l'éducation en matière de santé reproductive vient de la crainte

que la discussion de la sexualité n'entraîne une débauche parmi les jeunes. La recherche montre que ce n'est pas vrai mais il faut temps et effort pour encourager le public à se pencher sur des croyances et valeurs aussi ancrées. Eduquer le public sur les effets positifs de l'éducation en santé reproductive peut pallier aux craintes et renforcer le soutien public pour les programmes de santé reproductive des adolescents.

A quoi sert l'éducation en matière de santé reproductive pour un jeune qui n'a pas de travail ?

L'éducation en matière de santé reproductive est très importante pour le jeune au chômage. Il existe un lien solide entre le bien-être économique des jeunes et leur santé reproductive. Les jeunes déscolarisés et les jeunes de la rue seront moins susceptibles d'aller par eux-mêmes obtenir information et services et seront plus susceptibles à l'exploitation ou à la prostitution.

Est-ce que les programmes d'éducation par les camarades dans les écoles n'interrompent pas l'enseignement puisque les élèves ont d'autres occupations ?

Les programmes d'éducation par le biais des camarades ne retardent pas l'éducation d'un jeune. Au contraire, en gardant les élèves en bonne santé, en évitant les grossesses et en encourageant un comportement sain, les programmes des jeunes maintiennent, dans la salle de classe, les élèves. Les programmes pour les jeunes contribuent à leur éducation et évitent qu'ils ne s'écartent du chemin.

Certaines personnes disent que les pays occidentaux ont inventé le SIDA et encouragent les contraceptifs pour que les Africains ne se reproduisent pas. Est-ce vrai ?

Non. Parfois, les gens ne font pas confiance aux programmes qui mentionnent les contraceptifs ou fournissent des services de santé reproductive aux jeunes. Souvent, cela vient de l'impression

qu'il s'agit de pratiques occidentales contraires aux croyances culturelles ou enseignements religieux locaux. Et pourtant, les dirigeants africains sont parmi les plus défenseurs de la santé reproductive des adolescents dans le monde entier. Certaines personnes aimeraient bien que le SIDA soit simplement un mythe mais ce n'est pas en disant que le SIDA n'existe pas qu'on protège les jeunes contre la maladie.

Est-ce que les programmes pour les jeunes ne "forcent" pas les jeunes à utiliser des contraceptifs ?

Si l'on fournit information et services aux jeunes, c'est pour les aider à rester en bonne santé et pas pour les encourager à avoir des relations sexuelles. Des programmes responsables ne poussent jamais les jeunes à utiliser des contraceptifs mais les éduquent quant aux diverses manières de prévenir les MST et la grossesse. Les jeunes ont besoin de courage et de compétences pour agir de manière responsable face à des situations difficiles qui leur demandent de faire des choix difficiles. Forcer les jeunes à accepter des contraceptifs n'aiderait en rien à les préparer à faire des choix responsables.

Pourquoi changer l'éducation en santé reproductive qui est déjà offerte dans les écoles ?

Le but de l'éducation en matière de santé reproductive est de promouvoir la santé des jeunes. Une bonne éducation sexuelle se concentre sur des faits et un renforcement des compétences pour que les jeunes puissent se donner des

but, communiquer à propos des relations sexuelles, négocier l'abstinence sur l'utilisation des contraceptifs et résister à la pression exercée par les camarades. Dans un grand nombre d'écoles, l'éducation en matière de santé reproductive se concentre uniquement sur l'anatomie et la physiologie et néglige le rôle important de la vie familiale ou des relations.

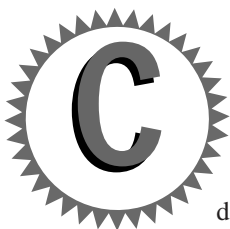
Les programmes scolaires peuvent jouer un rôle important et éduquer les jeunes en matière de santé sexuelle et de prise de décisions. L'éducation sexuelle dans les écoles aide les jeunes avant qu'ils ne commencent à avoir des relations sexuelles et les motive davantage à attendre avant d'avoir des relations sexuelles et à utiliser régulièrement des moyens contraceptifs.

Il y a bien des échecs avec les condoms. Est-ce que le fait de dire aux adolescents qu'ils devraient utiliser des condoms ne leur donne pas un faux sentiment de sécurité ?

Lorsqu'ils sont utilisés régulièrement et correctement, les condoms en latex sont *extrêmement* efficaces. La plupart des échecs ne sont pas dus aux déchirures du condoms mais à une utilisation incorrecte. Plus d'information sur les contraceptifs et plus d'éducation sur la manière de les utiliser accroît la probabilité d'utilisation correcte et régulière de ces méthodes. Une information exacte aidera les jeunes à prendre des décisions responsables sur le fait d'avoir ou de ne pas avoir de relations et sur la meilleure manière d'éviter des MST et une grossesse non souhaitée.■

RÉPONDRE À L'OPPOSITION ET AUX CRITIQUES : FAIRE FACE AU DÉSACCORD





Chaque programme a ses critiques. Les responsables du plaidoyer pour les programmes de santé reproductive des adolescents doivent être préparés à répondre aux objections des personnes qui ne partagent pas leurs points de vue. Ce n'est pas toujours facile mais c'est également l'occasion d'éduquer le public et de communiquer avec celui-ci. Certains critiques ne chercheront pas une confrontation mais il est important d'anticiper ce qu'il pourrait dire et d'y répondre avec exactitude. La discussion ouverte permet à tout le monde d'être entendue et de tenir compte d'idées différentes. Une communication ouverte peut mener à un compromis acceptable pour tous les côtés.

Puisque pratiquement tout le plaidoyer est une question de convaincre les gens pour qu'ils soutiennent une cause, les responsables de ce plaidoyer doivent présenter avec efficacité leur position. Un grand nombre de personnes qui soutiennent les programmes visant à protéger les jeunes contre le VIH/SIDA ne le diront pas publiquement, à moins qu'elles pensent qu'il soit important de s'exprimer. Même certains opposants aux programmes de santé reproductive pour les jeunes peuvent se ranger du côté des défenseurs s'ils reçoivent une bonne information, si on répond à leurs questions et si on les invite à participer au débat. Le fait de fournir une information, d'écouter les autres, de répondre aux questions et aux préoccupations offre les meilleures chances d'obtenir le soutien d'une communauté.

SOURCES D'OPPOSITION

Il est très important de savoir qui s'oppose au programme ou à la proposition en question, pourquoi ils le font et quels sont les arguments et stratégies qu'avanceront ces critiques. L'opposition peut venir de maintes sources.

- Certaines personnes objectent parce qu'elles pensent qu'on les a ignorées. Les responsables du plaidoyer devraient faire tous les efforts possibles pour faire participer tous les représentants de tous les domaines de la communauté dès les premières discussions

sur une politique souhaitée. Il est particulièrement important de ne pas oublier les dirigeants traditionnels, les dirigeants religieux ou les parents. Passer du temps pour obtenir le soutien de ces personnes importantes vérifie que la communauté participe à la campagne.

- Certaines personnes peuvent s'opposer à une politique car elles ne pensent pas qu'elle est nécessaire, ont des questions quant à ce qui est proposé ou sur la manière dont le plan sera exécuté. Le fait d'écouter leurs préoccupations, de fournir plus d'informations et de chercher à intégrer leurs points de vue au plan peut transformer ces critiques en défenseurs.
- Certaines personnes s'opposent aux programmes de santé reproductive car elles pensent que les programmes discréditent leur culture. Elles verront ces programmes comme un signe d'influence de l'extérieur. Il est bon de prendre le temps d'écouter les préoccupations de ces personnes et de leur montrer comment le programme reflète en fait les valeurs de la communauté et la culture car ainsi, on peut les convaincre d'apporter un soutien. Un soutien ainsi gagné de la part d'un dirigeant traditionnel respecté peut montrer à d'autres que le programme est nécessaire et approprié.
- Certaines personnes pensent qu'il est mauvais, du point de vue religieux et moral, d'enseigner la santé reproductive aux jeunes. Comme dans l'exemple ci-dessus, il est bon d'écouter les soucis de ces critiques, de leur montrer comment le programme reflète la moralité de la communauté et de trouver un terrain d'entente pour gagner leur soutien. Le témoignage d'un dirigeant religieux respecté pourrait aider à convaincre ces personnes que le programme est conforme aux croyances religieuses.
- D'autres critiques penseront que les programmes de santé reproductive pour adolescents ne sont pas nécessaires. Une campagne ciblée d'éducation publique est un moyen efficace pour sensibiliser aux questions liées

Et enfin, il y a des personnes qui ne changeront jamais de point de vue, quels que soient les arguments présentés. C'est pure perte de temps que de chercher à les convaincre. Il est bien plus important de s'adresser à ceux qui sont prêts à soutenir l'économie et les services de santé reproductive pour les adolescents. Parfois, il est difficile de résister à la tentation de convaincre des opposants déterminés alors qu'il est bien plus efficace de se concentrer sur ceux qui écouteront avec un esprit ouvert. Ces personnes risquent d'être indécises ou ne connaissent pas l'importance du programme ou de la politique proposée. Peut-être au début ne seront-elles pas d'accord avec la position défendue par les responsables du plaidoyer mais elles seront prêtes à réexaminer la question si on leur donne de plus amples informations.

Parfois, les responsables du plaidoyer choisissent de répondre publiquement à des opposants véhéments. Le but est rarement de convaincre ces adversaires mais plutôt d'utiliser le débat pour éduquer le public sur ces questions et de trouver un soutien au sein d'un auditoire plus large.

à la santé des adolescents. En communiquant au public certains indicateurs sur la santé des adolescents et en décrivant comment la santé des jeunes sera améliorée grâce au programme proposé, le plaidoyer peut persuader un grand nombre de personnes. L'évaluation des besoins est une bonne manière de réunir ce type d'information.

- Certaines personnes ne seront pas favorables pour des raisons personnelles. Peut-être ne voudront-elles pas soutenir tel programme ou politique appuyée par une autre personne. L'un des avantages du réseau, c'est que d'autres peuvent montrer que l'idée n'est pas la "propriété" d'une personne ou d'un groupe donné.

COMMENT FAIRE FACE À L'OPPOSITION ET AUX CRITIQUES

La première étape lorsqu'on fait face à des gens incertains ou qui s'opposent à votre position, c'est d'écouter leurs préoccupations. En effet, écouter et chercher à comprendre les causes faisant qu'une autre n'est pas d'accord est preuve de respect pour ses opinions et permet d'arriver à une réponse efficace et appropriée. Une information claire et exacte représente l'outil le plus important pour convaincre les personnes critiques. Les gens forment des opinions en fonction de l'information dont ils disposent et le fait de leur apporter plus d'information peut les aider à refaire le point. D'autres souhaiteront parler de moralité, cherchant à voir si une activité de santé reproductive est appuyée par des valeurs culturelles ou des croyances religieuses. Un responsable du plaidoyer pour la santé reproductive doit apprendre à écouter toutes ces raisons à l'origine de la critique et être prêt à répondre également à ces raisons sous-jacentes.

STRATÉGIES

Créer des réseaux avec d'autres organisations de jeunes. Travailler en groupe renforce la position de chaque membre. Voir Chapitre 3. Mise en place de réseaux pour plus d'information.

Réfléchir stratégiquement. Un dirigeant influent peut aider à persuader d'autres personnes. Avant de chercher à convaincre les gens qui risquent de ne pas être d'accord, concentrez-vous sur un dirigeant d'opinion qui soutiendra probablement votre cause. Utilisez son soutien pour convaincre d'autres.

Etre prêt. Voyez à l'avance qui pourrait objecter au plaidoyer et les arguments qu'il pourrait avancer. Voyez quelles sont les déclarations passées qui peuvent vous renseigner sur le type d'information que cette personne peut écouter. Préparez le message avant de rencontrer la personne.

Choisir un message convaincant. Il existe différents types d'information pour convaincre les gens. Par exemple, un parent peut être préoccupé du fait qu'un nouveau programme d'éducation apporte trop d'information sur la sexualité mais sera d'accord pour dire que le jeune a besoin de comprendre comment prévenir le SIDA. Dans ce cas, insistez sur le fait que le programme préviendra le SIDA car c'est une stratégie plus efficace que de donner une information générale. Concentrez-vous sur les domaines où les gens sont d'accord avec les buts car ainsi, vous arriverez à un terrain d'entente commun.

Parler en termes que le public comprend. Parfois, les professionnels de la santé reproductive parlent au public en utilisant des termes techniques. N'oubliez pas d'utiliser un langage que tout le monde comprendra.

Savoir quand être sur la défensive (et quand il NE faut PAS l'être). Parfois, en ignorant les propos des critiques, on donne l'impression que leurs opinions sont valables. Lorsque les opposants utilisent une information inexacte, il faut y répondre avec des statistiques, des faits et autre information. Le fait d'apporter cette information confère une meilleure base permettant aux gens de décider par eux-mêmes. Mais il est tout aussi important de savoir quand il faut faire marche arrière. Si l'on pense qu'un responsable du plaidoyer atteint une personne ou une institution appréciée, cela peut être extrêmement nuisible pour le programme de plaidoyer. Une telle "joute verbale" avec un décideur ou un dirigeant religieux ou traditionnel peut attirer l'attention sur la cause ou ruiner tous vos efforts. Pensez soigneusement aux réactions possibles avant de répondre.

Encourager un débat ouvert et civilisé. La communication est essentielle lorsqu'on traite des

préoccupations du public et des objections de l'opposition. Il est bon de participer à des programmes pendant lesquels les écoles et d'autres organisations publiques discutent de diverses questions sur le programme ou la politique. Vérifiez que toutes les réunions publiques respectent les règles encourageant l'ordre.

Chercher d'autres manières d'atteindre les buts. Parfois, en dépit des meilleurs efforts de tout le monde, les responsables du plaidoyer sont incapables de convaincre un décideur dont le soutien est d'importance critique pour la réussite de la campagne de plaidoyer. Un opposant influent peut bloquer pendant longtemps le projet. Par exemple, si un directeur d'école refuse de réaliser un programme d'éducation par les camarades dans son établissement, les responsables du plaidoyer peuvent demander à une autre institution, par exemple, un centre de jeunes local, de permettre ce programme.

COMPROMIS

Lorsqu'il n'est pas possible de convaincre vraiment un dirigeant d'opinion ou un décideur, les responsables du plaidoyer devront voir s'ils veulent arriver à un compromis. Le compromis est souvent difficile et peut être cause de désaccord entre les membres d'une organisation ou d'un réseau. Les questions ci-dessous aident les groupes à arriver à un accord concernant le compromis.

Le compromis est-il acceptable ?

Il existe probablement certains points sur lesquels personne n'arrivera à un compromis et il convient de les reconnaître et de les énoncer clairement. Parfois, les responsables du plaidoyer doivent fixer les priorités et décider de ce qu'ils laisseront tomber pour réaliser ce qui compte le plus.

La possibilité d'un compromis peut mener à des discussions difficiles, surtout si certains membres pensent que leurs priorités sont ignorées. Le compromis est cause de désaccord parmi des alliés. Il faut une solide direction pour arriver à un consensus.

Quels sont les principes directeurs du compromis ?

Une fois qu'un compromis a été accepté, les responsables du plaidoyer doivent déterminer l'ampleur du compromis qu'ils peuvent accepter. Ils doivent envisager les meilleurs résultats possibles. Si le but est de vérifier qu'il existe une politique permettant de distribuer des méthodes contraceptives aux adolescents d'une ville donnée, les responsables du plaidoyer devront envisager ce qu'ils feront en cas de résistance de la part des prestataires de services locaux. Peut-être peut-on arriver aux compromis suivants : distribution de quelques méthodes de contraception aux jeunes ; création de services séparés pour les jeunes dans un nouveau centre avec des problèmes financiers possibles ; gamme complète de services pour les jeunes d'une ville voisine ou plusieurs autres variantes de services pour les adolescents.

La progression en petites étapes n'est pas compromettante si l'on sait clairement que c'est là la meilleure stratégie pour faire progresser la

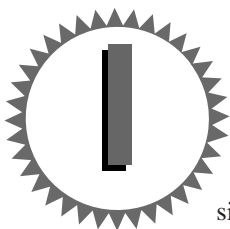
cause. Par exemple, si le but est d'introduire une éducation en santé reproductive au programme des écoles pour tous les élèves de plus de 10 ans, un réseau pourra aider en encourageant l'éducation en santé reproductive pour les élèves âgés de 15 à 19 ans. En effet, dans plusieurs années, les parents seront peut-être à l'aise avec l'éducation en santé reproductive et, à ce moment-là, le réseau pourra reprendre la question de l'enseignement à des élèves plus jeunes.

Et en cas d'échec ?

Les responsables du plaidoyer doivent savoir comment procéder s'il est évident que leurs efforts peuvent échouer. Ils doivent savoir quand il faut baisser les bras, apprendre grâce à l'échec ou ce qu'il faut faire ensuite. Par exemple, il n'est peut-être pas possible d'adopter une politique permettant de distribuer toute la gamme de contraceptifs aux jeunes. Le réseau devrait d'essayer de déterminer si une stratégie différente permettrait d'atteindre l'objectif original. ■

SUIVI ET ÉVALUATION DES EFFORTS DE PLAIDOYER : LEÇONS RETIRÉES DES RÉUSSITES ET DES DÉFIS





Il existe maintes manières d'évaluer l'efficacité d'un effort de plaidoyer, partant de simples systèmes de suivi jusqu'à des recherches rigoureuses faites par des professionnels de l'extérieur. Le type d'évaluation devrait être choisie en fonction des buts et objectifs et des ressources disponibles. Si le but est d'une échelle modeste, par exemple, information et services de santé reproductive pour les jeunes dans un centre de santé local, alors des évaluations du processus et des effets seront probablement les techniques les plus appropriées. Par contre, si le but est plus ambitieux, par exemple, diminuer les taux nationaux de grossesse et de MST parmi les adolescents, alors il faudra faire des évaluations du processus, de l'effet et de l'impact.

EVALUATION DU PROCESSUS

Une évaluation du processus est l'évaluation la moins chère et la plus simple à réaliser. Elle cherche à voir si les activités arrivent jusqu'au public visé, si elle se déroule telle que prévu et si elle est suffisamment financée. Les données quantitatives de l'évaluation du processus indiquent le *nombre* d'activités réalisées, par exemple, le nombre d'interviews avec les médias ou de rencontres avec les dirigeants d'opinion. Les données qualitatives saisissent l'ambiance d'une réunion ou le niveau de satisfaction d'un décideur face à l'information reçue par la campagne.

Une évaluation du processus répond aux questions suivantes :

- Combien de dirigeants d'opinion ont reçu l'information ?
- Combien de matériels éducatifs ont été distribués au public ?
- Combien de présentations ou de réunions ont été organisées avec les dirigeants d'opinion ?
- Combien d'articles favorables sur les programmes de santé reproductive des adolescents ont paru dans les journaux ?
- Combien de membres compte le réseau ?

La collecte de cette information est importante pour déterminer si le réseau est en train d'atteindre ses buts mais il ne faut pas non plus être trop préoccupé par le processus. Les responsables du plaidoyer peuvent indiquer le nombre de formations réalisées ou le nombre de matériels distribués mais rappelez-vous que le but est d'améliorer l'accès des adolescents à l'information et aux services en *influençant les politiques*.

EVALUATION DE L'EFFET

L'évaluation de l'effet mesure l'impact intermédiaire du réseau. Par exemple, si le but est d'assurer l'accès à l'information et aux services de santé reproductive pour les jeunes qui le demandent, les objectifs portent sur le fait d'influencer les politiques concernant le fonctionnement des centres de santé ou des écoles. Les résultats d'une évaluation de l'effet indiqueront les progrès faits en vue d'atteindre ces objectifs.

L'évaluation de l'effet répond aux questions suivantes :

- Est-ce que les dirigeants d'opinion ont une meilleure connaissance des questions liées à la santé reproductive des adolescents ?
- Combien de dirigeants d'opinion en plus soutiennent publiquement le but ?
- Est-ce que les politiques de l'organisation ciblée ont changé suite aux activités ?
- Le public soutient-il davantage ces politiques ?

EVALUATION DE L'IMPACT

L'évaluation de l'impact examine les progrès faits en vue d'atteindre les buts dans le long terme. Souvent, ces buts concernent le changement d'indicateurs sanitaires ou de politiques sanitaires au niveau national ou régional. L'évaluation de l'impact est le type d'évaluation la plus chère et elle est utilisée pour examiner uniquement les efforts de plaidoyer les plus ambitieux. Une évaluation de l'impact peut prendre trois à cinq ans, une fois terminées les activités de plaidoyer.

L'évaluation de l'impact répond aux questions suivantes :

- L'incidence de la grossesse non souhaitée de l'adolescente a-t-elle changé ?
- Est-ce que les taux de MST ont baissé parmi les jeunes ?
- Note-t-on une utilisation accrue des méthodes contraceptives chez les adolescents ?
- Est-ce que plus d'adolescents reçoivent une information et des services de santé reproductive ?

Une évaluation devrait être pratique et adaptée aux limitations de ressources et de main-d'œuvre.

Si une expérience extérieure est nécessaire, il est bon de se tourner vers un collègue ou une université locale. Les départements de sciences sociales, de psychologie, d'éducation et de santé publique peuvent avoir des professeurs ou des étudiants qui pourront concourir au projet. Souvent, les étudiants cherchent à acquérir une expérience et travailleront pour une rémunération plus faible que traitements demandés par des responsables professionnels de l'évaluation. Ou alors, on peut leur permettre d'utiliser les données pour leurs thèses en échange de leur travail. Par ailleurs, la crédibilité d'une évaluation professionnelle peut contrebalancer la dépense supplémentaire liée au recrutement d'un spécialiste respecté en la matière. ■

FOOTNOTES

- {1} NdT: A toutes fins pratiques, le terme anglais de counseling est gardé ici puisque le terme français de conseils ne donne pas la dimension de l'échange dans les deux sens qui est renfermé dans l'anglais.
- {2} Mbugua W, Kizito P, Takon T, ed. *The First Inter-African Conference on Adolescent Health : Adolescent Health in Sub-Saharan African, Present and Future*, 24-27 mars 1992, Safari Park Hotel, Nairobi, Kenya. Nairobi : s.n., 1993.)
- {3} Fylkesnes K, Musonda RM, Kasumba K et al. *The HIV epidemic in Zambia : socio-demographic prevalence patterns and indications of trends among childbearing women*. AIDS 1997 ; 11:339-345.