



Mai 2017 – Solutions

L'ÉDUCATION PAR LE DIVERTISSEMENT ET LE MARIAGE DES ENFANTS

Dans la présente note, nous nous penchons sur l'éducation par le divertissement comme stratégie pour mettre fin au mariage des enfants. En quoi consiste cette stratégie ? Comment l'utiliser ? Dans quelle mesure est-elle efficace ? Nous répondons à ces questions.

Introduction

Chaque année, 15 millions de filles sont mariées avant l'âge de 18 ans.¹ Le mariage des enfants transcende les pays, les cultures, les religions et les ethnies. Des enfants sont mariés dans chaque région du monde, de l'Afrique à l'Asie, du Moyen-Orient à l'Amérique latine, ainsi que dans quelques communautés d'Europe et d'Amérique du Nord. Cette pratique prive les filles de leurs droits et de leur enfance, et signifie bien souvent la fin de leur scolarisation et le passage au rôle d'épouse et de mère, une transition lourde de conséquences sur le plan physique, psychologique et émotionnel.

Pour mettre fin au mariage des enfants, il faut qu'une variété d'acteurs de différents secteurs mènent des efforts durables et de long terme. Parmi les stratégies multisectorielles qui s'imposent, on compte : autonomiser les filles en leur fournissant l'information et les compétences nécessaires pour leur permettre d'exercer leurs droits ; aider les familles et les communautés à comprendre les risques liés au mariage des enfants et à envisager d'autres perspectives d'avenir pour leurs filles ; veiller à ce que les filles aient accès à l'éducation et aux services de santé et de protection de l'enfance ; et créer un environnement légal et politique apte à prévenir le mariage des enfants.

Les efforts visant à mettre fin au mariage des enfants ont beau s'accroître, ils doivent être beaucoup importants pour provoquer des changements à grande échelle. De tels changements nécessitent la remise en question d'attitudes profondément enracinées et la modification de comportements qui rendront possible le fait que le mariage

des enfants ne soit plus considéré comme la norme. Il est depuis longtemps reconnu que les médias de masse peuvent provoquer des changements de comportement à grande échelle ; pourraient-ils changer les normes et les croyances qui perpétuent le mariage des enfants ?

Qu'est-ce que l'éducation par le divertissement et pourquoi l'utiliser pour aborder le mariage des enfants ?

L'éducation par le divertissement consiste à utiliser les médias (radio, télévision, film, théâtre de rue ou même magazines et bandes dessinées) pour susciter des discussions et contribuer à amorcer des changements sociaux.

Dans des pays comme l'Inde et le Népal, un nombre croissant d'organisations ont recours à l'éducation par le divertissement pour tenter de produire un changement à grande échelle à l'égard du mariage des enfants. Ces organisations utilisent des scénarios soigneusement rédigés qui mettent en scène divers problèmes vécus par les femmes et les filles à la maison et en société, dont le mariage des enfants. Dans d'autres pays, notamment au Malawi et au Pakistan, des organisations ont recours au théâtre de rue dans les communautés où elles travaillent, une forme d'éducation par le divertissement à plus petite échelle.

Quel que soit son format ou sa portée, l'éducation par le divertissement, une méthode créative et efficace, peut induire des changements de comportement et constitue une

¹ UNICEF, *Ending Child Marriage: Progress and prospects*, 2014.

importante stratégie à l'égard du mariage des enfants pour de nombreuses raisons.

Pour mettre fin au mariage des enfants, nous devons changer les opinions et les sentiments à l'égard de cette pratique ; l'éducation par le divertissement permet de toucher le cœur et d'esprit de manière divertissante

La combinaison du divertissement et de l'éducation permet d'aborder des problèmes délicats à l'aide d'un contenu non menaçant et ludique qui reflète le quotidien du public. L'éducation par le divertissement peut exposer les conséquences négatives du mariage des enfants et démontrer tout ce que peuvent accomplir les filles instruites lorsqu'elles ont la liberté de faire leurs propres choix.

L'éducation par le divertissement exploite l'art de la narration pour aider les membres du public à mieux comprendre un problème et à réfléchir sur leurs propres comportements, en plus d'encourager ces derniers à passer à l'action et à faire les choses différemment. Dans les contextes où certaines questions délicates ne sont pas abordées en public, cette méthode a avantageusement recours à la comédie et au drame, et aux techniques de narration pour lancer des discussions qui autrement ne verraient pas le jour.

Un travail à bien plus grande échelle est nécessaire pour mettre fin au mariage des enfants ; et l'éducation par le divertissement est un moyen abordable d'atteindre un large public

À un moment où l'accès aux médias populaires comme la télévision, la radio et les médias sociaux se démocratise, l'éducation par le divertissement est susceptible d'atteindre un grand nombre de personnes. L'éducation par le divertissement permet à l'auditoire de découvrir d'autres rôles pour les filles et les femmes, à en parler et à remettre cause la pratique du mariage des enfants. Plus sa portée est grande, plus son impact est important. En ce sens, la valeur ajoutée de l'éducation par le divertissement est dans sa possibilité d'atteindre assez de gens pour arriver à un « tournant » qui marque un changement global des attitudes et des comportements.

Au départ, les initiatives d'éducation par le divertissement comme les séries télévisées et les émissions de radio exigent

beaucoup de temps, d'argent et d'effectif. Cependant, comme bon nombre de projets ont le potentiel d'atteindre un large auditoire, le coût par personne est modéré une fois que le projet est sur les rails. Par exemple, l'ONG Population Media Centre a calculé qu'en Éthiopie, son programme de longue date « Yeken Kignit » (Un regard sur la vie quotidienne) coûte 0,04 dollars américains par auditeur. En Sierra Leone, son émission de radio « Saliwansai » (Un pantin au bout du fil) coûte 0,53 dollars américains par auditeur.²

Cette approche est-elle efficace ?

L'éducation par le divertissement a contribué à changer la perception du VIH/sida en tant que maladie honteuse, à encourager la planification familiale, à améliorer la santé et l'alphabétisation des enfants et à sensibiliser le public à la violence familiale

Le feuilleton « Acompañame » (Accompagne-moi) est un exemple célèbre : très apprécié du public, il a été diffusé en 1977 et en 1978 pour encourager la planification familiale au Mexique. Le feuilleton a contribué à convaincre un demi-million de Mexicains de visiter des cliniques de planification familiale et d'utiliser des contraceptifs, une hausse de 32 % par rapport à l'année précédente.³ On a qualifié le feuilleton de « facteur déterminant expliquant la baisse du taux d'accroissement de la population mexicaine de 3,1 % à 2,5 % durant la période de diffusion. »⁴

Le feuilleton radiophonique de Population Media Center « Ruwan Dare » (Pluie de minuit), diffusé dans le nord du Nigeria de 2007 à 2009, abordait la question de la mortalité maternelle et infantile attribuable au faible recours à la contraception. Les auditeurs du feuilleton étaient 4,5 fois plus susceptibles d'avoir parlé de planification familiale à leur conjoint, conjointe ou partenaire et 67 % des nouveaux clients des dispensaires ont indiqué solliciter des services en raison du feuilleton.⁵

Le feuilleton mexicain « Ven Conmigo » (Viens avec moi) avait pour objectif d'encourager les adultes n'ayant pas terminé leurs études secondaires à s'inscrire à un programme national d'éducation pour adultes. Des recherches ont démontré que ces auditeurs étaient mieux renseignés sur le programme national d'alphabétisation et davantage disposés à l'entraide lorsqu'il était question d'apprentissage.⁶ Durant la période de diffusion du

² Population Media Centre, <https://www.populationmedia.org/product/serial-drama-impact/>, consulté le 8 mai 2017.

³ Singhal et Rogers, 1989, tel que cités par Bouman et coll., *Entertainment-Education and child marriage: A scoping study for Girls Not Brides*, 2017.

⁴ Elkamel, 1995, tel que cité par Bouman et coll., *Entertainment-Education and child marriage: A scoping study for Girls Not Brides*, 2017.

⁵ Population Media Centre, <https://www.populationmedia.org/projects/ruwan-dare/>, consulté le 8 mai 2017.

⁶ Bandura, 2004, tel que cité dans Bouman et coll., *Entertainment-Education and child marriage: A scoping study for Girls Not Brides*, 2017.

feuilleton, neuf fois plus de personnes se sont inscrites aux cours d'alphabétisation pour adultes que l'année précédente⁷.

En ce qui concerne le VIH/sida et les violences domestiques, le feuilleton sud-africain « Soul City » (Soul City) a obtenu des résultats impressionnants, s'avérant particulièrement efficace pour dissiper les mythes sur les façons de contracter le VIH/sida.⁸ Les membres de l'auditoire qui regardaient régulièrement l'émission étaient plus susceptibles de prendre conscience des cas de violence familiale et de réfléchir aux façons de mettre fin aux comportements abusifs.⁹

L'éducation par le divertissement pourrait changer les normes liées au genre, une cause sous-jacente du mariage des enfants ; il demeure toutefois difficile d'évaluer son impact potentiel

Dans une évaluation de programmes de communication axés sur les problèmes qui touchent les adolescentes, l'Overseas Development Institute (ODI) déclarait qu'il y avait « de fortes raisons de penser que les programmes de communication constituent un moyen efficace de remettre en question les attitudes et les pratiques discriminatoires fondées sur le sexe. »¹⁰ De même, la BBC Media Action estime que « grâce à leur extraordinaire capacité de diffusion à grande échelle, les médias sont en mesure d'influencer simultanément les familles, les communautés et l'ensemble des sociétés où vivent les filles. »¹¹

Cependant, il est notoirement difficile de documenter les facteurs et les processus à l'origine de changements sociaux. Pour ce faire, un suivi et une évaluation complexes sont nécessaires et, même avec un bon système en place, il peut s'avérer difficile d'attribuer un changement à une seule intervention quand une multiplicité de facteurs risquent d'influencer le comportement et l'opinion des gens. De nombreuses organisations, grandes comme petites, ont du mal à obtenir le financement et les ressources nécessaires pour mener des évaluations aussi exigeantes.

Bon nombre d'évaluations portent sur la compréhension des principaux messages d'un programme et sur le point de vue du public par rapport au mariage des enfants. Toutefois, de telles évaluations ne permettent pas de déterminer si la

compréhension du public mène à de réels changements de comportements au sein des familles et des communautés. Par exemple, on pourrait évaluer combien de personnes connaissent l'âge légal du mariage (ou considèrent l'âge de mariage idéal comme y étant supérieur). Il serait toutefois plus difficile d'évaluer les changements sur le plan des conventions de genre ou de la valeur attribuée aux filles au sein d'une communauté et de déterminer si ces changements ont une incidence sur les comportements.

Il nous reste encore beaucoup à apprendre sur les façons dont ces interventions peuvent modifier les comportements à l'égard de questions sociales complexes. Par exemple, quel type de messages s'avèrent les plus efficaces pour motiver les gens à modifier leurs attitudes et leurs comportements ? Comment le changement peut-il être soutenu à long terme au sein d'un public cible?¹²

L'éducation par le divertissement peut améliorer la visibilité, la connaissance et la compréhension du mariage des enfants et, dans certains cas, changer les attitudes et les comportements à l'égard de la pratique

En 2016, une étude portant sur des initiatives d'éducation par le divertissement axées sur le mariage des enfants, a montré que la plupart des initiatives auraient eu un impact sur le public cible quant à la visibilité, la connaissance et la compréhension des problèmes abordés.¹³ Certaines études ont également démontré une incidence sur les attitudes et les points de vue sur le problème en question.

En Inde, un sondage a été réalisé avant et après la première saison du feuilleton télévisé « Main Kuch Bhi Kar Sakti Hoon » (Je suis une femme et je peux tout accomplir), qui encourage l'égalité des genres. Les résultats du sondage ont fait état d'une meilleure compréhension des conséquences néfastes du mariage des enfants et de la loi sur l'interdiction des mariages d'enfants, y compris de l'âge légal du mariage. Ils ont également révélé un changement de mentalité quant à l'âge idéal auquel une femme devrait avoir son premier enfant. Le nombre de femmes considérant que « l'âge idéal d'une femme pour avoir son premier enfant est de 21 à 25 ans » est passé de 38 % à 46 % suite au visionnement de la série.¹⁴

divertissement, mais porte sur une grande variété d'initiatives de communication.

¹¹ BBC Media Action, *Making waves: Media's potential for girls in the Global South*, 2014.

¹² Overseas Development Institute, *Changing discriminatory norms affecting adolescent girls through communications activities: Insights for policy and practice from an evidence review*, 2014.

¹³ Bouman et coll., *Entertainment-Education and child marriage: A scoping study for Girls Not Brides*, 2017.

¹⁴ Population Foundation India, 2015, tel que cité dans Bouman et coll., *Entertainment-Education and child marriage: A scoping study for Girls Not Brides*, 2017.

⁷ Singhal et Rogers, *Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change*, 2012.

⁸ Bouman, 1999, tel que cité dans Bouman et coll., *Entertainment-Education and child marriage: A scoping study for Girls Not Brides*, 2017.

⁹ Usdin et coll., 2004, tel que cité dans Bouman et coll., *Entertainment-Education and child marriage: A scoping study for Girls Not Brides*, 2017.

¹⁰ Overseas Development Institute, *Changing discriminatory norms affecting adolescent girls through communications activities: Insights for policy and practice from an evidence review*, 2014. N.B. Cette étude n'est pas limitée à l'éducation par le

Une évaluation du feuilleton radiophonique sénégalais « Ngelawu Nawet » (Vents d'espoir), qui porte sur les problèmes vécus par les femmes et les filles, fait aussi état de répercussions positives. Les auditeurs étaient 6,3 fois plus susceptibles de déclarer qu'une femme devrait avoir au moins 18 ans avant de se marier et 74 % moins susceptibles d'être d'accord avec l'affirmation « la pratique de la mutilation génitale féminine est une exigence culturelle » que le reste de la population.¹⁵

La série dramatique nigériane « Ruwan Dare » (Pluie de minuit) a aussi changé les mentalités sur l'âge idéal de mariage. En comparaison au reste de la population, les auditeurs étaient deux fois plus susceptibles de déclarer qu'une femme devrait attendre d'avoir au moins 19 ans avant de se marier pour la première fois. Des points de vue semblables ont été observés au sujet de l'âge de mariage idéal des hommes.¹⁶

Quelle est la recette du succès pour une initiative d'éducation par le divertissement ?

Nos discussions avec des chercheurs et des praticiens nous ont aidés à mieux comprendre les ingrédients qui contribuent au succès d'une initiative d'éducation par le divertissement :

Un récit enraciné dans la réalité des communautés : pour créer des histoires qui correspondent à la réalité vécue par une communauté, il est utile de comprendre pourquoi le mariage des enfants existe dans un contexte donné. Qui détient le pouvoir ? Qui prend les décisions ? Quels sont les motifs de ces décisions ? Quels sont les préjugés, les normes et les idées reçues qui font obstacle au changement ? Les réponses à ces questions permettent de mieux cerner le public cible, lequel sera encouragé à discuter des normes liées au genre et à l'importance des filles et à remettre en question ces normes.

Un projet conçu par des professionnels créatifs et des experts en changements comportementaux : il est essentiel de rassembler les bonnes personnes dès le début - des professionnels conscients du contexte et capables de créer un contenu captivant qui suscitera l'enthousiasme des auditeurs. Plus l'initiative est populaire et divertissante, plus l'auditoire se sent concerné par les problèmes mis en scène. Le recours à une solide théorie des changements comportementaux contribue à articuler une vision claire des changements souhaités ainsi que des messages et moyens de communication qui permettront de concrétiser cette vision.

Une approche holistique : comme elle sensibilise la population et contribue à faire évoluer les mentalités, l'éducation par le divertissement peut amener le public à

exiger des changements, par exemple une amélioration de l'éducation, des services de santé ou des protections juridiques. En anticipant ces changements et en collaborant avec des responsables de prestation de services et d'autres groupes de défense des droits, on contribue à s'assurer que les filles ont effectivement accès à d'autres solutions.

Un renforcement des messages clés : plusieurs projets combinent différents formats et moyens de communication dont les messages coordonnés se renforcent mutuellement. Lorsque les messages sont forts, cohérents et fréquents, ils sont plus susceptibles d'être entendus et d'avoir un impact.

Une mise en scène des personnages auxquels le public peut s'identifier : les personnages qui trouvent un écho auprès des auditeurs sont plus susceptibles d'intéresser ces derniers. Plusieurs initiatives mettent en scène des personnages « en transition » (p. ex. des personnages dont la mentalité ou les comportements évoluent au fil de la série) et des modèles à émuler. Elles ciblent ainsi des groupes précis à l'aide de messages conçus sur mesure pour encourager la réflexion et le changement.

Une évaluation de l'impact : il persiste toujours un risque que des initiatives d'éducation par le divertissement, en particulier celles qui s'adressent à un vaste auditoire, provoquent l'indignation ou d'autres conséquences imprévues. Il est donc nécessaire de suivre les progrès, la popularité et l'impact d'une initiative pour pouvoir l'ajuster au fil du temps et ainsi veiller à ce qu'elle rejoigne le public cible par l'entremise de moyens de communication et de messages appropriés.

Pour lire l'intégralité du rapport commandité par *Filles, Pas Epouses* sur l'éducation par le divertissement et le mariage des enfants, veuillez cliquer [ici](#) (en anglais) ou visiter la page [Rapports et publications de notre site internet](#).

¹⁵ Population Media Centre, <https://www.populationmedia.org/projects/ngelawu-nawet/>, consulté le 8 mai 2017.

¹⁶ Population Media Centre, <https://www.populationmedia.org/projects/ruwan-dare/>, consulté le 8 mai 2017.