

Éléments concernant le choix informé

Le counseling est un processus dans le cas où le prestataire écoute les besoins et tente d'élucider les préoccupations de la cliente et procure les informations adaptées pour faciliter la prise de décisions par la cliente. Idéalement, le processus comprend, de la part du prestataire, une présentation équilibrée entre les avantages et les inconvénients de chaque méthode et un questionnement de la cliente sur sa compréhension concernant les choix qui sont possibles pour elle. **L'OMS et d'autres organisations ont précisé qu'il est important que le prestataire n'exerce pas de coercition et n'insiste pas trop sur certaines méthodes au détriment des autres.**

Voici un résumé des recommandations élaborées par la International Planned Parenthood Federation (IPPF) à partir de son évaluation de l'association concernant le counseling, la qualité des soins et la continuation de l'utilisation des méthodes:

- 1) Le counseling en contraception doit être principalement orienté vers les informations essentielles et les discussions nécessaires pour que la cliente fasse un choix approprié en matière de contraception et utilise la méthode de manière correcte et cohérente.
- 2) Le counseling doit être limité au nombre de questions qui pourront être discutées correctement pendant le temps disponible.
- 3) La quantité d'informations transmises pendant une séance de counseling doit correspondre à ce que la cliente peut comprendre et mémoriser. Il faut se rappeler que le processus d'apprentissage doit être progressif et qu'on ne doit attendre de personne qu'il apprenne en une séance plus que ce qui est raisonnablement possible.
- 4) Les prestataires de services doivent se souvenir qu'en matière de planification familiale, chaque cliente a des besoins et des niveaux de connaissance et de compréhension différents. Par conséquent, l'objectif du counseling, la technique de counseling et le temps passé avec la cliente doivent être ajustés aux caractéristiques et aux besoins de chaque cliente.

La Cooperating Agencies Task Force on Informed Choice a défini davantage d'éléments concernant le choix informé. Le résumé de rapport qui suit est extrait de: Cooperating Agencies Task Force on Informed Choice. *Le Choix Informé: Rapport du Groupe d'Etude des Organismes Coopérants*. Baltimore MD, The Johns Hopkins University, 1989.

LE CHOIX INFORMÉ: RAPPORT DU GROUPE D'ETUDE DES ORGANISMES COOPÉRANTS

Juillet 1989

Pour de plus amples information ou pour obtenir des exemplaires du présent rapport, écrire à l'adresse suivante:

Dr. Phyllis T. Piotrow, Chairperson of the CA Task Force
Director
Center for Communication Programs
The Johns Hopkins University
527 St. Paul Place
Baltimore, Maryland 21202, USA

RAPPORT DU GROUPE D'ETUDE DES ORGANISMES COOPERANTS SUR LE CHOIX INFORME

Résumé Exécutif

Le Groupe d'étude des organismes coopérants (OC) sur le choix informé, composé des 17 organisations qui s'occupent de programmes internationaux de planning familial, s'est réuni en avril et en novembre 1988, ainsi qu'en février 1989. Les recommandations qui suivent représentent le consensus auquel les membres du groupe d'étude sont parvenus au sujet des mesures les plus importantes qui sont nécessaires pour promouvoir le choix informé dans les pays en développement:

Recommandation N o 1

Définition élargie du choix informé

Le choix informé est un accès effectif à l'information concernant les choix de procréation, ainsi qu'aux conseils, aux services et aux produits qui sont indispensables pour aider les individus à choisir et à employer, s'ils le souhaitent, une méthode appropriée de planning familial. Le groupe d'étude des organismes coopérants a élargi la définition du choix informé, la faisant passer d'un choix de méthodes de planning familial à un ensemble qui englobe divers choix de procréation, dont la possibilité de choisir la grossesse. Le choix informé commence donc avant le choix de telle ou telle méthode, à l'époque où une personne, qui peut être un homme ou une femme apprend pour la première fois qu'il existe un moyen de maîtriser sa fécondité.

Recommandation N o 2

Processus continu

Le choix informé doit être considéré comme un processus continu : les nouveaux acceptants essaient une méthode, puis passent à d'autres méthodes ou cessent d'en employer quand leurs besoins ou leurs préférences changent.

Recommandation N o 3

Choix de méthodes

Dans chaque zone de service donnée, il doit exister une gamme appropriée de méthodes de contraception afin de répondre aux besoins de diverses catégories d'utilisateurs. Parmi les méthodes disponibles doivent se trouver des méthodes masculines et féminines, dont certaines méthodes réversibles à effet temporaire et à effet durable, ainsi que des méthodes permanentes. Les administrateurs de programme doivent s'efforcer d'offrir un * accès effectif †, par quoi il faut comprendre, à titre de minimum, que de grands groupes de méthodes de contraception soient accessibles dans chaque zone du pays.

Recommandation N o 4

Orientation vers des services compétents

Les agents qui n'offrent qu'un nombre limité de méthodes de planning familial doivent dire à leurs clients où ils peuvent se procurer d'autres méthodes, quel que soit leur éloignement. Il convient de mettre en place des systèmes

d'orientation vers des services compétents, en coordination avec les agents locaux, en se servant, le cas échéant, de documents écrits.

Recommandation N o 5

Education dans les dispensaires

A titre de complément aux conseils, les fournisseurs de services doivent chercher à améliorer les connaissances du client, homme ou femme, en utilisant les salles d'attente pour y exposer une documentation visuelle, y donner des conférences et y faire des présentations audiovisuelles et en donnant aux conseillers des auxiliaires visuels et audiovisuels, ainsi qu'une documentation écrite. Les documents qui servent à l'éducation du client doivent être exacts, convenir au public visé et être compréhensibles.

Recommandation N o 6

Conseils aux clients

Chaque établissement local doit veiller à ce que les conseils aux clients soient donnés avec tact et efficacité. Les conseils ont pour but d'amener le client, homme ou femme, à effectuer un choix dont il est satisfait et, si le choix consiste à employer la contraception, à préparer le client à employer efficacement la méthode qu'il a choisie. Les conseils doivent prendre la forme d'un dialogue fondé sur des rapports positifs.

Recommandation N o 7

Suivi et évaluation

Les organismes coopérants et les institutions locales doivent faire figurer les informations nécessaires pour suivre et évaluer le choix informé parmi leurs paramètres ordinaires concernant la fourniture d'informations. Ces informations doivent comporter des indicateurs montrant que les directives portant sur les conseils aux clients ont été suivies et des statistiques de service concernant les diverses méthodes et, d'autres établissements. Les évaluations doivent examiner la structure et la prestation des services ainsi que les résultats obtenus, afin de pouvoir dire dans quelle mesure le choix a été informé. Alors que les OC peuvent apporter un soutien technique, ce sont les institutions locales qui doivent assumer la responsabilité principale de la promotion du choix informé et de la surveillance des lieux de prestation des services, afin de s'assurer que les mesures appropriées sont prises.

Recommandation N o 8

Animation

Les organisations de planning familial doivent recourir davantage aux médias qui ne sont pas indifférents aux résonances culturelles pour toucher non seulement les utilisateurs actuels et éventuels de la contraception, mais aussi les autres personnes qui exercent une influence sur les

décisions en matière de procréation, telles que les conjoints, les parents et les autorités. Il convient d'élargir l'emploi de tous les modes d'éducation du public, tels que la télévision, radio, presse, revues, réunions de groupe, manifestations culturelles, théâtre populaire et tous spectacles, visites d'agents sur le terrain, encarts placés dans les boîtes de contraceptifs et présentoirs aux points de vente. Chaque fois que possible, tous ces modes doivent contenir des informations au sujet de méthodes particulières.

Recommandation N o 9

Protocoles de prestation de services

Les organismes publics et privés de pays en développement doivent mettre au point des directives nationales ou régionales concernant les méthodes de planning familial et les modalités d'éducation des clients. Il convient d'accorder une importance particulière au soutien continu des clients, sans se borner à un premier contact.

Recommandation N o 10

Formation

Il faut apprendre au personnel chargé de la prestation des services à donner des conseils aux clients et à maîtriser les communications interpersonnelles; en effet, de bons conseils et des rapports positifs avec le client sont essentiels pour un choix informé. Le personnel de consultation doit recevoir une formation sur place, être aidé et encadré, et faire l'objet d'évaluations périodiques. Chaque organisme doit développer ou emprunter à d'autres organismes, en l'adaptant, un élément du module de formation qui concerne spécifiquement le choix informé. Les formateurs doivent encourager les fournisseurs de services à être attentifs aux besoins du client et à sa situation de famille.

Recommandation N o 11

Participation des hommes

Les programmes de planning familial doivent se préoccuper davantage du rôle des hommes dans les décisions concernant la procréation et doivent élargir les programmes les concernant. De nombreux programmes s'occupent surtout des femmes alors que, dans beaucoup de pays, les hommes jouent un rôle prépondérant quand il s'agit de procéder à un choix en matière de procréation.

Recommandation N o 12

Le planning familial et les MST, SIDA compris

Il est important, pour la santé de la procréation, d'empêcher et de traiter les maladies sexuellement transmissibles (MST). Les fournisseurs de planning familial doivent s'adresser à diverses sources pour connaître les programmes qui visent à empêcher la transmission du virus qui cause le SIDA. Les programmes peuvent comporter une formation du personnel, des conseils, des activités de groupes de * pairs +, la promotion et la distribution de condoms, l'élaboration de stratégies et de matériaux de communication et (le cas échéant) des tests servant à déceler la présence du HIV.

Recommandation N o 13

Besoins de recherches

Il convient de multiplier les recherches portant sur divers éléments du choix informé, y compris l'accessibilité des méthodes, les aiguillages des patients vers d'autres établissements, les conseils, l'éducation du grand public, la vulgarisation dans les dispensaires, et la formation. La recherche opérationnelle peut utilement servir à évaluer les méthodes les plus efficaces pour encourager le choix informé.

Recommandation N o 14

Conditions dont est assorti le consentement informé

Alors que les clients doivent prendre des décisions informées concernant n'importe quelle méthode de contraception, un consentement informé ne doit être exigé par écrit que dans le cas de la stérilisation volontaire, car celle-ci doit avoir (comme c'est effectivement le cas) un caractère permanent.

Recommandation N o 15

Le rôle des organismes coopérants

Les organismes coopérants doivent faire le point de leurs politiques et de leurs méthodes en matière de choix informé, donner à leur personnel une formation appropriée et adopter de bonnes méthodes de suivi d'évaluation. Les OC qui élaborent des directives internationales doivent rechercher l'avis de fournisseurs de service de pays en développement.

Recommandation N o 16

Soutien de l'AID aux OC

L'AID doit fournir aux organismes coopérants des informations exactes et de dernière heure concernant le choix informé, notamment dans des domaines essentiels tels que l'innocuité et l'efficacité de la contraception, et la prévention du SIDA.

Le Groupe a conclu qu'on a fait de grands progrès pour promouvoir le choix informé et que, à l'avenir, les initiatives pourraient être fonction des mesures prises pour corriger les hypothèses erronées concernant le choix informé. En effet, les activités stéréotypiques associées au choix informé — conférences ennuyeuses, formulaires trop longs et directives rigides — ne peuvent guère aider le client à faire des choix, à les mettre en pratique, à comprendre les informations pertinentes, à s'en souvenir et à se sentir à l'aise s'il recherche, le cas échéant, des informations ou des services supplémentaires. Les services de planning familial et de soins de santé doivent comprendre que la réalisation de programmes visant à encourager le choix informé rendra leur tâche plus facile, et non plus difficile. Des utilisateurs satisfaits ne sont pas seulement la clé de taux de persévérance élevés, mais ce sont aussi les meilleurs promoteurs du planning familial.