

le Partenariat Africain des Médias Radiotélévisés contre le VIH / SIDA (ABMP)

Questionnaire de la carte de performance

Objectif 1 :

Développer des politiques, des stratégies et des structures pour assurer l'intégration du VIH/SIDA comme une activité principale dans les programmes de la compagnie.

Indicateurs :

- A) Documentation montrant l'intégration du VIH / SIDA comme:
- une part de stratégie de l'activité principale et
 - à travers les structures organisationnelles existantes
- B) Politiques rédigées en matière de VIH / SIDA au lieu de travail pour les employés de la compagnie.

L'INFORMATION DEMANDÉE

1. Votre compagnie a-t-elle **formellement** adopté le VIH / SIDA en tant qu'élément de sa stratégie de l'activité principale ?

Obj. 1	OUI	
Q 1.	NON	

2. Si 'OUI', ceci s'est-il produit en réponse aux objectifs de l'ABMP?

Obj. 1	OUI	
Q 2.	NON	

3. Est-ce que la position de votre compagnie en matière de VIH / SIDA comme stratégie de l'activité principale a été :

- (a) documentée (c-à-d rédigée) ?

Obj. 1	OUI	
Q 3a.	NON	

- (b) communiquée à tous les échelons de la compagnie ?

Obj. 1	OUI	
Q 3b.	NON	

- (c) communiquée publiquement (c.-à-d. en dehors de la compagnie) ?

Obj. 1	OUI	
Q 3c.	NON	

4. Votre compagnie a-t-elle des politiques rédigées en matière de VIH / SIDA au lieu de travail pour les employés de la compagnie ?

Obj. 1	OUI	
Q 4.	NON	

5. Si 'OUI', cette politique a-t-elle été communiquée à tous les employés ?

Obj. 1	OUI	
Q 5.	NON	

6. Si 'NON', est-ce que vous comptez mettre de telles politiques en place?

Obj. 1	OUI	
Q 6.	NON	

7. Est-ce que votre société a pris des mesures supplémentaires pour faire du VIH / SIDA une partie intégrante de votre activité principale au cours des 12 derniers mois ?

Obj. 1	OUI	
Q 7.	NON	

8. Si OUI, veuillez décrire brièvement ce que sont ces mesures.

Obj. 1
Q 8.

Objectif 2 :

Allouer des ressources, y compris des ressources financières, techniques et autre expertise, à partir de leurs propres ressources existantes pour soutenir l'objectif mentionné ci-dessus (a).

Indicateurs

- A. Documentation de l'engagement de ressource (financière, le personnel et autre, mais PAS le temps de diffusion) en faveur de l'intégration du VIH / SIDA en tant qu'élément de la stratégie de l'activité principale et à travers des formats et des horaires du programme.
- B. Documentation de financement pour la production de programme relatif au VIH / SIDA et de la diffusion promise à partir des ressources existantes dans le budget de la compagnie
- C. L'évidence documentée des efforts pour le financement accru venant du gouvernement, du spot publicitaire et d'autres sources dans le pays pour la programmation relative au VIH / SIDA.

INFORMATION REQUISE

1. Autre que le temps de diffusion, votre compagnie a-t-elle affecté des ressources (telles que de l'argent ou le temps personnel) en faveur de l'intégration du VIH / SIDA en tant qu'élément de la stratégie de l'activité principale ?

Obj. 2	OUI	
Q 1.	NON	

2. Si 'OUI', est-ce que c'est un accroissement dans l'engagement de ressource des dernières années?

Obj. 2	OUI	
Q 2.	NON	

3. Si 'non' (à la question 1 ci-dessus), est-ce que vous prévoyez que votre compagnie affectera bientôt des ressources en faveur de l'intégration du VIH / SIDA en tant qu'élément de la stratégie de l'activité principale ?

Obj. 2	OUI	
Q 3.	NON	

4. Votre compagnie a-t-elle choisi un « agent responsable » dont le rôle est de promouvoir activement l'intégration du VIH / SIDA comme un principe de l'activité principale et de guider l'élaboration de programme selon le cadre convenu de communications relatives au VIH / SIDA ? (*voir le cadre de communications à la page de référence*)

Obj. 2	OUI	
Q 4.	NON	

5. Est-ce que une portion de l'actuel budget annuel de votre compagnie est-elle allouée pour le financement de la production de programme relatif au VIH / SIDA ?

Obj. 2	OUI	
Q 5.	NON	

6. Si 'OUI', est-ce que cette allocation est un accroissement des années passées?

Obj. 2	OUI	
Q 6.	NON	

7. Approximativement, quel est le montant du budget annuel total de la **production du programme** de votre compagnie alloué à la programmation relative au VIH / SIDA ?

Obj. 2	moins de 20%	
Q 7.	autour de 20%	
	plus de 20%	

8. Si votre réponse à la question 5 ci-dessus était 'NON', prévoyez-vous que votre compagnie allouera bientôt une partie de son budget annuel actuel pour la production de programme relatif au VIH / SIDA ?

Obj. 2	OUI	
Q 8.	NON	

9. Durant l'année dernière, avez-vous réussi à obtenir le financement accru pour la programmation relative au VIH / SIDA de l'une ou l'autre source suivante :

		OUI	NON
Obj.2 Q 9.	Gouvernement		
	Sponsors commerciaux		
	D'autres sources à l'intérieur du pays (telles que des O.N.G., des donateurs privés, etc.)		

Objectif 3:

Identifier et développer le contenu du programme à travers tous les genres et les horaires dudit programme avec des messages consistants, clairs et directs dans le cadre d'une approche de communications complètes en vue de réduire le VIH.

Indicateurs

- A. Documentation d'une stratégie complète de communication et de programmation en matière de VIH/SIDA pour la compagnie avec les messages principaux et les résultats escomptés bien définis.
- B. Inventaire documenté (y compris les temps et les dates de diffusion) de la programmation, relative au VIH / SIDA, produite et diffusée à travers différents formats c-à-d les divertissements, les affaires publiques, le spot publicitaire etc.

INFORMATION DEMANDÉE

1. Votre compagnie a-t-elle une stratégie complète et écrite de communication et de programmation relative au VIH/SIDA ?

Obj. 3 Q 1.	OUI	
	NON	

2. Si 'NON', est-ce que vous prévoyez développer une telle stratégie ?

Obj. 3 Q 2.	OUI	
	NON	

3. Durant l'année dernière, est-ce que votre compagnie a inclus la transmission des messages relatifs au VIH/SIDA dans l'un des formats de programme suivant :

		OUI	NON
Obj. 3 Q 3.	Les Spots Publicitaires (SP)		
	Les informations		
	Les débats radiodiffusés / télévisés		
	La programmation en forme de magazine		
	Le documentaire		
	Les spectacles musicaux		
	Le jeu radiophonique / télévisé		
	Le théâtre		
	La sitcom (comédie de situation)		
	Les shows de la télé réalité		

4. Si 'OUI', pour le théâtre et / ou la sitcom ci-dessus, ont-ils été :

Obj. 3 Q 4.		Une partie d'une série en cours		Messages passés qu'une seule fois	
		OUI	NON	OUI	NON
	Le théâtre				
	La Sitcom				

5. Si vous avez répondu OUI à l'une des options de la question 3 ci-dessus ; indiquez, s'il vous plaît, laquelle des assertions suivantes s'applique à votre cas:

		OUI	NON
Obj. 3 Q 5.	Le paiement de la programmation a été faite à partir des ressources de notre société		
	Nous avons obtenu le parrainage publicitaire pour cette programmation		
	Nous avons obtenu d'autres financements externes destinés à cette programmation		
	Un mélange de nos propres ressources et des financements externes		

Objectif 4 :

S'engager avec le gouvernement et d'autres partenaires locaux pour coordonner ensemble les campagnes VIH / SIDA à l'intérieur du pays et chercher à obtenir les ressources additionnelles en vue de soutenir ces objectifs.

Indicateurs

- A. Procès-verbal d'interaction entre les directeurs et les représentants gouvernementaux de haut niveau et les personnalités de la radio et de la télévision au sujet de la coordination des stratégies de communication nationale (du gouvernement) relative au VIH / SIDA et celles des diffuseurs (des médias radiotélévisés).
- B. Les déclarations du gouvernement épaulant le rôle des radio télé diffuseurs dans l'effort soutenu de communication en matière de VIH / SIDA.
- C. Ressources nouvelles ou accrues du gouvernement en faveur de stratégie accentuée de communication en matière de VIH / SIDA.

INFORMATION REQUISE

1. Durant l'année dernière, est-ce que vous, ou d'autres représentants de haut niveau de votre compagnie, aviez discuté avec des représentants du **gouvernement** la manière de coordonner la communication et la programmation relatives au VIH / SIDA de votre compagnie avec la stratégie de communications du gouvernement concernant le VIH / SIDA ?

Obj. 4	OUI	
Q 1.	NON	

2. Durant l'année dernière, est-ce que vous, ou d'autres représentants de haut niveau de votre compagnie, aviez discuté avec des représentants de principales **parties prenantes non gouvernementales** la manière de coordonner la communication et la programmation relatives au VIH / SIDA de votre compagnie avec les campagnes VIH / SIDA des organisations non gouvernementales ?

Obj. 4	OUI	
Q 2.	NON	

3. Durant l'année dernière, est-ce que des **représentants du gouvernement** dans votre pays ont exprimé publiquement leur soutien au rôle de votre compagnie dans la communication en matière de VIH / SIDA ?

Obj. 4	OUI	
Q 3.	NON	

4. Si 'OUI' est-ce que c'était un résultat de l'engagement accru de votre compagnie à la communication et à la programmation relatives au VIH / SIDA ?

Obj. 4	OUI	
Q 4.	NON	

5. Est-ce que le gouvernement dans votre pays a augmenté son financement l'année dernière à partir du budget national pour la communication au sujet du VIH / SIDA ?

Obj. 4	OUI	
Q 5.	NON	

6. Si 'OUI', est-ce que vous anticipiez que un quelconque de ce financement pourrait être rendu disponible pour soutenir les plans de votre compagnie concernant la communication et la programmation relatives au VIH / SIDA ?

Obj. 4	OUI	
Q 6.	NON	

Objectif 5:

S'engager à accorder un minimum de 5% de temps de diffusion par jour dans un horaire de 18 heures par jour (06h00 - 24h00) dont une partie aux heures de pointe et le reste repartit sur le reste de tous les formats des stations et du programme.

Indicateurs

Horaire du programme documentant l'engagement de temps de diffusion concernant le VIH / SIDA durant la période en étude.

INFORMATION REQUISE

1. Durant l'année dernière, y a-t-il eu une augmentation de la proportion du temps quotidien de diffusion pendant la journée que votre compagnie consacre à la communication et à la programmation en matière de VIH / SIDA ?

Obj. 5	OUI	
Q 1.	NON	

2. Y a-t-il eu de réduction dans la durée du temps d'antenne quotidien dédié aux programmes relatifs au VIH / SIDA durant l'année dernière?

Obj. 5	OUI	
Q 2.	NON	

3. Si OUI, prière d'expliquer brièvement la raison de cette réduction

Obj. 5	
Q 3.	

4. Où est-ce que vous fixeriez, à la TV et à la radio, l'actuelle proportion de temps quotidien de diffusion durant la journée (y compris tous les formats de programmation) qui est consacrée à la communication et à la programmation relatives au VIH / SIDA :

Obj. 5	(a) moins de 5%	
Q 4.	(b) autour de 5%	
	(c) plus de 5%	

5. Vous attendez-vous à ce que votre engagement actuel du temps de diffusion puisse s'accroître au cours de l'année prochaine ?

Obj. 5	OUI	
Q 5.	NON	

6. Est-ce que l'accroissement de votre engagement du temps de diffusion est en réponse aux buts de l'ABMP ?

Obj. 5	OUI	
Q 6.	NON	

7. Quelle est la durée de temps de diffusion (au numéro 2 ci-dessus) qui a été allouée à la campagne TOI (SP et programmation de support) ?

Obj. 5 Q 7.	(a) moins de 25%	
	(b) autour de 25%	
	(c) plus de 25%	

8. Quelle est la durée de diffusion de la programmation, tirée du temps de diffusion au numéro 2 ci-dessus, qui a directement abordé le point de la stratégie de communication de l'ABMP en matière de VIH / SIDA ?

Obj. 5 Q 8.	(a) moins de 50%	
	(b) autour de 50%	
	(c) plus de 50%	

9. Veuillez indiquer ci-dessous la façon dont votre compagnie projette accomplir l'engagement de temps de diffusion de 5% avec le contenu qui aborde spécifiquement le cadre convenu de communications en matière de VIH / SIDA de l'ABMP (*voir le cadre de communications à la page de référence*). Veuillez énumérer tous les formats et l'horaire de la programmation applicables (par exemple les talk shows ; le théâtre ; les nouvelles ; etc.)

Obj. 5 Q 9.	
----------------	--

10. Diriez-vous que la participation de votre société à l'ABMP a ajouté de la valeur à votre Société (ou à l'exécution de votre mandat) en tant que radio télé diffuseur ?

Obj. 5	OUI	
Q10.	NON	

11. Si "NON", s'il vous plaît, expliquez brièvement pourquoi:

Obj. 5 Q11.

12. Si "OUI", s'il vous plaît, indiquez lequel des énoncés suivants, vous pensez, ajoutent de la valeur:

		OUI	NON
Obj. 5 Q12.	La priorité donnée au VIH / SIDA comme faisant partie de l'activité de base de votre société		
	La mise en œuvre des politiques au lieu de travail relatives au VIH / SIDA		
	Les publicités de la campagne <i>TOI</i>		
	<i>Imaginez l'Afrique</i>		
	Le drame éducatif		
	Collaboration, le partage d'informations et de programmes avec d'autres diffuseurs de toute l'Afrique		
	Le leadership public de votre société dans le domaine de VIH / SIDA		

PAGE DE RÉFÉRENCE

A. OBJECTIFS

Les objectifs primordiaux de l'ABMP sont :

- A. Développer des politiques, des stratégies et des structures pour assurer l'intégration du VIH / SIDA comme une activité principale dans les programmes de la compagnie.
- B. Allouer des ressources, y compris des ressources financières, techniques et autre expertise, à partir de leurs propres ressources existantes pour soutenir l'objectif mentionné ci-dessus (a).
- C. Identifier et développer le contenu du programme à travers tous les genres et les horaires dudit programme avec des messages consistants, clairs et directs dans le cadre d'une approche de communications complètes en vue de réduire le VIH.
- D. S'engager avec le gouvernement et d'autres partenaires locaux pour coordonner ensemble les campagnes VIH / SIDA à l'intérieur du pays et chercher à obtenir les ressources additionnelles en vue de soutenir ces objectifs.
- E. S'engager à accorder un minimum de 5% de temps de diffusion par jour dans un horaire de 18 heures par jour (06h00 - 24h00) dont une partie aux heures de pointe et le reste repart sur le reste du programme dans toutes les stations et les formats du programme.

B. CADRE DE COMMUNICATIONS DE L'ABMP

Un objectif clé de l'ABMP est de promouvoir la transmission des messages consistants en s'assurant que les compagnies membres de l'ABMP intègrent dans leur programmation relative au VIH / SIDA un intérêt particulier sur les facteurs (conducteurs) motivationnels essentiels qui influencent la propagation du VIH / SIDA.

Thèmes clés

- La contrainte sexuelle et la pression de pair
- L'injustice basée sur le genre
- L'amour-propre fragile et le manque d'espoir pour l'avenir
- La tradition et les stéréotypes traditionnels
- La stigmatisation
- La subsistance

Audience ciblée

Il est également important que la programmation en matière de VIH / SIDA soit développée spécifiquement pour viser les groupes le plus en danger d'infection par le VIH.

Plus de deux tiers d'infections par le VIH se produisent avant l'âge de 25 ans. Plus de 50% de la population africaine est au-dessous de 20 ans. Les jeunes femmes sont disproportionnellement à plus grand risque d'infection par le VIH que des mâles du même âge. La famille qui est d'un grand soutien peut contribuer de manière significative à la réduction de comportement à risque parmi les jeunes

Ce sont des faits en corrélation que les efforts de réduire les taux d'infection par le VIH doivent viser :

1. Les jeunes gens âgés de 15 - 25
2. La cible secondaire : jeunes femmes
3. La famille et d'autres qui soutiennent les jeunes.