



# 4

## CRÉER UN ENVIRONNEMENT FAVORABLE GRÂCE À LA RADIO

**POURQUOI:** Les émissions radiophoniques peuvent aider à normaliser la discussion sur la planification familiale dans les communautés participantes. Elles fournissent aux Catalyseurs et aux Personnes Influentes une autre source de légitimité et de référence à mesure qu'elles parlent de la planification familiale avec les populations. Ces émissions atteignent les populations dans les communautés au-delà de celles dans lesquelles vous travaillez. Finalement, les émissions radio peuvent aider à amener les hommes et les femmes à discuter de la planification familiale.<sup>3</sup>

**QUAND:** Prévoir la diffusion de vos émissions radio dès que possible, juste après l'orientation des Catalyseurs et après qu'ils soient devenus actifs au sein de leurs groupes.

Composante	Mois	1	2	3	4	5	6	7	8	9
4	Créer un environnement favorable avec la radio			X	X	X	X	X	X	X

**QUOI:** Vous utiliserez les 14 Cartes d'Histoires (Annexe A) qui pourraient aider dans la conception des émissions radio. Chaque histoire sera narrée deux fois, en deux formats d'émissions:

- **Format #1:** Une discussion sur l'une des 14 histoires, dirigée par le Catalyseur, est préenregistrée et ensuite diffusée.
- **Format #2:** La même histoire est présentée (lue) par le présentateur, suivie d'une session au cours de laquelle les auditeurs sont autorisés à appeler pour intervenir en direct.

**L'enchaînement** des deux formats est important. Une par semaine pendant 14 semaines, il faudra faire diffuser le Format #1 à une heure prévue, le Format #2 passe plusieurs jours après à une date prévue. (Le programme devrait rester consistant pour que ça fasse partie des programmes de votre audience.) De cette façon, les auditeurs ont l'opportunité d'assimiler l'histoire et de réfléchir sur son contenu avant de l'écouter ou de participer via appels téléphoniques. Vous pourriez décider de suivre les émissions de radio avec des journaux d'écoute hebdomadaire, complété par des volontaires communautaires, qui indiquent si les émissions ont été diffusées aux jours et heures prévus ou pas.

**COMMENT:** Cette composante du paquet de la diffusion via les réseaux sociaux comporte trois grandes étapes: préparation, conception et diffusion du Format #1, et conception et diffusion du Format #2.

### Etape 1: Préparation

Demander aux Catalyseurs et aux Personnes Influentes les stations radio locales qui sont les mieux suivies dans la zone. Rencontrer les directeurs de ces stations radio et les animateurs d'émissions radio pour discuter de votre approche et de vos plans, faire ensuite un choix et conclure des contrats avec une ou plusieurs stations radio dont les émissions sont suivies dans tous

<sup>3</sup>Dans le projet *Tékponon Jikuagou*, les hommes étaient plus susceptibles que les femmes à participer aux émissions radio, et à appeler la hotline annoncée au cours des émissions radio.

les coins de la zone. (C'est une bonne chose – en fait, il est souhaitable – si les émissions vont au-delà de la zone géographique projetée.)

Orienter le personnel de la station radio – notamment les animateurs d'émissions radio qui seront en charge de la présentation desdites émissions – sur l'approche et les objectifs de la diffusion à travers les réseaux sociaux. Fournir des copies des Cartes d'Histoires, puis lire et mener des discussions des 14 histoires qui constitueront les éléments fondamentaux de leurs émissions.

### **Etape 2: Créer le Format #1 (Discussion de Groupe Préenregistrée)**

Dans ce premier format de diffusion, l'animateur radio diffuse une discussion de groupe préenregistrée portant sur l'une des 14 Cartes d'Histoires.

**Identifier** plusieurs communautés participantes qui sont facilement accessibles et qui ont plusieurs groupes spécialement engagés aux côtés de Catalyseurs forts. Prévoir des groupes et communautés mixtes pour vos 14 histoires. Par exemple, vous pouvez choisir trois communautés et deux groupes dans chacune de ces communautés pour un total de six groupes: deux groupes d'hommes et deux groupes de femmes, et deux groupes mixtes. Par conséquent, vous pourrez enregistrer deux discussions par groupe.

**Tenir une rencontre** dans chaque communauté présélectionnée avant l'enregistrement. L'objectif est de discuter de l'activité prévue, et est d'obtenir l'autorisation pour l'enregistrement. Vous fixerez également des dates et heures pour l'enregistrement. Inviter les autorités locales et personnes compétentes (tels que les Catalyseurs, les membres des groupes, les Personnes Influentes), en utilisant vos propres connaissances des normes locales pour déterminer celles dont l'accord et la permission sont importants.

*Astuce:* Demander à l'animateur de l'émission d'assister à ces réunions. Il/elle peut décrire le processus d'enregistrement, et donner des directives pour que la séance d'enregistrement se passe bien. Par exemple, il/elle peut aider à choisir un endroit avec le moins de bruit possible, coacher les membres du groupe à parler de façon séquentielle au lieu de tout dire à la fois, et aider les Catalyseurs à s'exprimer clairement. Il/elle peut également recueillir des informations qu'il/elle utilisera pour concevoir les *films conducteurs* des émissions (voir ci-dessous).

**Voyager** le jour de l'enregistrement, vers le village choisit avec le personnel de la radio et leur équipement. Assurez-vous qu'ils disposent d'assez de temps pour installer leur matériel de travail, organiser les participants pour une bonne qualité audio, et donner des conseils supplémentaires si nécessaires.

**Enregistrer** la séance tenue par le groupe.

**Inform**er les gens, avant de quitter la communauté, de la date et l'heure à laquelle leur discussion en groupe sera diffusée.

## **SPOTS RADIO**

### **Ligne Verte de la Planification Familiale**

Au Bénin, où *Tékponon Jikuagou* a été exécuté, ABMS/PSI\* a mis en place une *ligne verte* gratuite aux appelants.

Une ligne verte sur la planification familiale est-elle disponible dans votre localité? Les émissions radio offrent une bonne opportunité pour faire la publicité de la ligne verte locale. Collaborer avec l'animateur radio et l'opérateur de la ligne verte pour créer le spot, et le diffuser à chaque émission.

\*Association Béninoise pour le Marketing Social / Population Services International

### **La Campagne Chacun Invite 3**

Nous avons également créé et diffusé un spot pour informer les auditeurs sur la Campagne *Chacun Invite 3* (Section 5). Le présentateur radio diffuse ce spot au cours du programme hebdomadaire, pendant plusieurs semaines avant la campagne et tout au long de sa durée.



De retour à la radio, travailler avec le personnel de la radio pour mettre au point des informations pour (a) introduire et conclure chaque émission, et (b) relier les émissions entre elles dans l'esprit des auditeurs. (Dans le jargon de la radio, ceci est appelé **fil conducteur**). Vous pouvez inclure des informations élémentaires concernant le paquet de la diffusion à travers les réseaux sociaux, la planification familiale et le besoin non satisfait, et inviter les auditeurs à discuter de l'émission avec leurs amis et leur famille.

Pour le fil conducteur de chaque histoire, le présentateur pourra ajouter quelques informations contextuelles, telle qu'une brève histoire du village (peut-être racontée par le chef ou un autre leader communautaire) et celle du groupe. À mesure que les émissions progressent, l'animateur pourrait rappeler aux auditeurs les conclusions des émissions précédentes.

Finalement, le personnel de la radio éditera chaque histoire et discussion de groupe préenregistrées pour assurer une bonne qualité audio, et ajoutera les spots adéquats (encadré). Une fois que chaque partie de l'émission est achevée—éditée, et avec fil conducteur et spots—elle est emballée (ou 'mise en boîte' selon le jargon de la radio). Elle peut être diffusée encore et encore.

Chaque diffusion de Format #1 doit durer environ 45 minutes.

### **Étape 3: Concevoir le Format #2**

#### **(Présentation d'une histoire suivi d'une émission dans laquelle des auditeurs interviennent via appels téléphoniques)**

Dans ce format, le présentateur lit l'une des 14 Cartes d'Histoires. Ce sont les mêmes histoires utilisées dans le Format #1, mais la présentation, et la session d'appels en direct qui suit, constitue une nouvelle expérience pour les auditeurs.

Après la lecture de l'histoire, l'animateur invite les auditeurs à **appeler** et à partager leurs opinions ou expériences. L'animateur sert de modérateur pour les appels, mais ne fournit aucune information technique sur la planification familiale. Il/elle réfère plutôt les auditeurs aux sources locales d'informations, dont leur centre de santé le plus proche et une ligne verte s'il en existe.

Pour préparer le Format #2, l'animateur adaptera le **fil conducteur** du Format #1. Comme dans le Format #1, le personnel de la radio peut enregistrer et 'mettre en boîte' cette partie de l'histoire pour une rediffusion ultérieure. Néanmoins, l'émission avec appels téléphoniques par les auditeurs se fera toujours en direct.

Chaque Format #2 diffusé doit durer environ 45 minutes.

## **Une Stratégie Unique**

**Acteurs et Action.** Une approche de mobilisation communautaire utilise souvent des émissions radio pour délivrer des messages factuels sur la planification familiale, et encourage les auditeurs à utiliser les contraceptifs. Dans l'approche de la diffusion à travers les réseaux sociaux, l'objectif de ces émissions est de permettre à un public plus large de mieux connaître et réfléchir sur les barrières sociales à la planification familiale.

