

# Plaidoyer et médias

## Qu'est-ce que c'est?

Le processus d'aider les praticiens des médias à comprendre la planification familiale et ses avantages et à inciter les journalistes à rendre compte de façon cohérente, factuelle et responsable des questions de planification familiale.

## Quels sont les avantages?

- Renforce la capacité des journalistes à diffuser des informations précises sur les avantages de la planification familiale, qui peuvent aider à contrecarrer les mythes et les idées fausses au sein de la communauté
- Sensibilise les gens aux questions de planification familiale dans le contexte de la nation et de la Communauté, aidant à créer un dialogue public autour des questions de planification familiale
- Contribue à influencer les décideurs et rend le cas de l'engagement renouvelé envers la planification familiale
- Sensibilise le grand public à la planification familiale, qui peut les inciter à tenir leurs dirigeants responsables des promesses et engagements qu'ils font

## Comment la mettre en œuvre?

### Effectuer une analyse des intervenants médiatiques

- Également appelé analyse des connaissances, attitudes et pratiques (KAP), [analyse des intervenants](#) vous aidera à comprendre ce que les journalistes savent sur la planification familiale, comment ils se sentent à ce sujet et quelles sont les questions qu'ils écrivent sur (et comment). Pour obtenir les résultats d'une analyse des intervenants, consultez la [Initiative nigérienne sur la santé de la reproduction urbaine \(NURHI\) analyse des intervenants des médias](#).
- Pour mettre en œuvre l'analyse des intervenants des médias:
  - Identifier la question de la planification familiale spécifique à explorer, comme les jeunes, les méthodes contraceptives à long terme ou la participation des hommes.
  - Préparez vos questions. Vous pouvez inclure des questions ouvertes pour évaluer les connaissances et la pratique. Vous pouvez également inclure des déclarations, avec lesquelles les participants peuvent être d'accord ou en désaccord, pour évaluer les attitudes. Pour des conseils plus spécifiques sur l'élaboration des questions, voir [Media Advocacy Toolkit](#) pour la promotion de la planification familiale, développée au Nigeria.
  - Prêtez votre questionnaire auprès d'un groupe de journalistes qui ne participent pas à l'enquête; Ensuite, modifiez l'enquête en fonction de leurs commentaires.
  - Réalisez l'enquête auprès des praticiens des médias et analysez les résultats pour en informer votre stratégie de plaidoyer.

### Identifier les personnes des médias critiques et commencer à les engager

- Veillez à inclure les propriétaires de médias, les gestionnaires, les cadres médiatiques et d'autres



acteurs influents dans les médias, en plus des journalistes.

- Effectuer une série de visites avec ce groupe de représentants des médias pour amorcer des relations de travail avec eux et solliciter leur appui pour l'augmentation des rapports sur la planification familiale. Vous pouvez présenter les résultats de votre analyse des intervenants pour servir de base au soutien que vous recherchez auprès des médias. Il sera également important de présenter vos activités planifiées de planification familiale dans la communauté et de faire des recommandations sur la façon dont les médias peuvent aider à rendre votre projet plus efficace.

## Effectuer un examen de bureau des rapports sur la santé

- Sélectionnez des organisations médiatiques populaires dans votre région (imprimé et électronique) et évaluez leurs histoires de santé sur une période de temps. Regardez à la fois la quantité (nombre) et la qualité (exactitude, profondeur) des histoires. Cela donnera un aperçu des enjeux de votre région et de la façon dont les médias les présentent au public.

## Développer la formation des praticiens des médias

- Déterminez les zones de formation les plus essentielles pour couvrir les médias de votre région. Après votre analyse des intervenants, les réunions avec les représentants des médias et la revue de bureau, vous aurez une bonne idée des lacunes et des domaines dans lesquels les médias peuvent avoir besoin de formation. Par exemple, ils peuvent régulièrement partager des informations désinformées sur les méthodes contraceptives à long terme.
- Élaborer des modules de formation sur la planification familiale en ce qui concerne les médias. Les modules peuvent inclure des rubriques telles que:
  - Rapports efficaces sur la planification familiale
  - Relier la planification familiale aux objectifs de développement durable (SDGs)
  - Planification familiale et développement économique
  - Pour les échantillons de matériel de formation que vous pouvez utiliser ou adapter, voir les pages connexes sur [Plaidoyer au niveau sous-régional](#) et [Plaidoyer auprès des champions de la planification familiale](#).
- Mener la formation avec les principaux médias. Pour que la formation soit efficace, incluez un éventail de praticiens des médias, y compris des journalistes de santé, des reporters d'éducation, des auteurs vedettes, des personnalités en ondes et d'autres.
- Maintenir une base de données de journalistes formés. Par exemple, NURHI a organisé un atelier de formation de deux jours pour les journalistes des médias imprimés et électroniques sur la planification familiale et ses liens avec la santé et le développement. Le projet a ensuite demandé à ces représentants des médias formés, en s'appuyant sur une base de données qu'ils gardaient, de couvrir leurs activités de planification familiale.

## Organiser une excursion sur le terrain pour les sites de planification familiale

- Vous pouvez emmener des journalistes sur les visites sur le terrain aux installations de planification familiale de la communauté pour vous aider à rendre compte efficacement de la planification familiale. Cela aidera à exposer les médias à vivre des situations et des scénarios et leur donnera des histoires d'intérêt humain à utiliser dans leurs rapports. Soyez sûr d'inviter également des photographes, pour documenter le travail visuellement.

## Maintenir une communication régulière avec les journalistes pour assurer une couverture médiatique adéquate de la planification familiale

- Identifier une personne de base ou un groupe de journalistes qui ont un vif intérêt à signaler les problèmes de planification familiale. Vous pouvez également choisir un de ces journalistes en tant que votre personne focale, qui peut mobiliser ses collègues au besoin.
- Communiquez régulièrement avec cette personne ou groupe de personnes au sujet de vos activités

de projet et de toute question de planification familiale communautaire ou nationale. Avec une couverture régulière des activités du projet, les connaissances des journalistes sur la façon de faire rapport sur les questions de planification familiale seront encore améliorées. Cette exposition régulière aidera également à les tenir à jour avec les tendances actuelles, les changements, les faits et les chiffres sur la planification familiale.

- Encourager les professionnels des médias à couvrir régulièrement les histoires relatives à la planification familiale grâce à des entretiens de routine avec des femmes qui ont bénéficié d'interventions ou de services de planification familiale, ainsi que d'hommes, de dirigeants communautaires et d'autres personnes qui soutiennent la famille planification. Au Nigeria, les partenaires ont collaboré avec les principaux contacts des médias pour créer des occasions d'entrevues et de discussions avec le groupe de travail sur la défense des droits, les champions de planification familiale et les représentants de projets. Ils ont également contribué à populariser les [Campagne "Get It Together"](#).

## Encourager les médias à suivre les changements politiques et budgétaires

- Dans votre [autres activités de plaidoyer](#), vous surveillerez les engagements du gouvernement, les politiques, les budgets et les indicateurs de planification familiale. Vous pouvez mettre à jour les médias sur ces développements et les inclure dans des sessions de formation, des séminaires, des conférences, des forums d'intervenants, et d'autres événements connexes. Vous pouvez également inclure des représentants des médias dans votre [plaidoyer communautaire](#) activités.
- Encouragez les journalistes à fournir des renseignements supplémentaires à votre politique et à votre suivi budgétaire. Par exemple, les journalistes peuvent visiter des établissements de soins de santé pour obtenir des informations de première main et produire des histoires pour les bulletins de nouvelles et les documentaires.
- Aider à développer la capacité des professionnels des médias à surveiller les budgets et à suivre les dépenses du gouvernement en matière de planification familiale. L'une des façons est de favoriser les relations entre les journalistes et les experts en matière de suivi et de suivi des budgets qui peuvent fournir des renseignements d'initié sur la question de savoir si le gouvernement remplit ou non ses engagements en matière de planification familiale. Vous pouvez le faire en invitant les médias à vos réunions de groupe de travail de plaidoyer dans lesquelles vous discutez des budgets. Vous pouvez alors préconiser des rapports réguliers sur les budgets de planification familiale, et vous pouvez également encourager les médias à préconiser la production de documents budgétaires pour l'accès et la distribution du public.

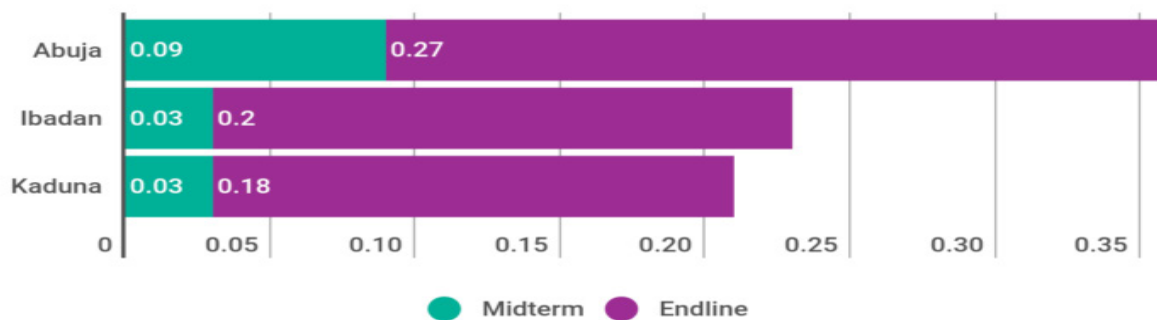
## Suivre et surveiller la couverture de planning familial dans les médias électroniques et imprimés

- Surveillez les histoires de planification familiale produites par les principaux médias, y compris les sources d'impression, de radio, de télévision et d'Internet.
- Évaluer les rapports sur les médias suivis afin de déterminer s'il y a eu un changement dans la quantité et/ou la qualité des rapports sur la planification familiale. Cette analyse peut être comparée avec la ligne de base produite à partir de l'examen de bureau.
- Ajouter des indicateurs connexes aux efforts de surveillance des projets. Un indicateur d'échantillon est le nombre d'articles sur la planification familiale dans les médias pendant un laps de temps particulier.

## Quelles données probantes existent?

Les médias peuvent servir de porte-parole de la société civile sur les questions de planification familiale; la défense des médias peut donc diffuser efficacement des informations précises sur les avantages de la planification familiale aux individus, aux familles, aux communautés et à la nation.

## Increase in Percentage of Women Who Reported Seeing Family Planning Messages in Media



Les médias sont les moyens de communication les plus influents et les plus rentables disponibles pour parvenir avec succès au grand public, avec des informations sur les obligations du gouvernement, comme le montre un certain nombre de pays:

- La sensibilisation et la formation des journalistes par le biais du projet quinquennal du Tupange du Kenya ont permis aux journalistes de publier plus de 120 Articles relatifs à la planification familiale avec des faits exacts et exacts.
- Au Kenya également, les médias ont **augmentation chez les femmes qui ont été exposées à des messages** sur la planification familiale à la radio, la télévision et d'autres chaînes médiatiques.
- Au Nigeria, après la mise en œuvre de la campagne «know, Talk, Go» des médias de masse de NURHI englobant la radio, la télévision et la mobilisation communautaire, le pourcentage de femmes qui ont déclaré avoir vu des messages de planification familiale dans les médias a sauté dans tous les domaines du projet (voir ci-dessous) .

### 💡 Conseils utiles

- Soyez sûr d'inclure les nouveaux médias, tels que les médias sociaux (Facebook, Twitter et d'autres) dans votre plaidoyer. Contrairement aux médias traditionnels tels que la radio, les journaux, la télévision et les magazines, de nouvelles formes de médias peuvent distribuer l'information à un large éventail d'auditoires et sont particulièrement importantes pour comprendre les messages qui sont à la portée des jeunes.
- Encourager les journalistes à interviewer des clients de planification familiale, des fournisseurs de soins de santé et d'autres personnes qui travaillent dans la planification familiale. Ces bénéficiaires de la planification familiale et des travailleurs de première ligne peuvent aider à partager des expériences ou des témoignages, aidant à mettre un «visage humain» à des questions de planification familiale qui sont souvent présentées sous forme de données, de tableaux ou de tableaux.
- Envisagez d'attribuer des prix aux journalistes qui produisent des histoires de planification familiale de haute qualité. Vous pouvez également partager des histoires, des résultats et des résultats avec des journalistes et d'autres intervenants. Cela pourrait inciter les journalistes à continuer de faire rapport sur la planification familiale.

## ! Défis

- Comme d'autres intervenants, les représentants des médias peuvent héberger des idées fausses et des informations incorrectes sur la planification familiale et peuvent être réticents à soutenir la planification familiale dans les médias en raison des sensibilités exprimées par les leaders d'opinion locaux. Ainsi, la formation des représentants des médias est essentielle, non seulement sur les rapports, mais aussi sur les bases de la planification familiale et de son importance pour la construction de familles, de communautés et de sociétés saines.
- Passer des médias au discours public peut parfois être difficile. Une façon d'y parvenir est d'encourager les médias à couvrir les journées nationales et internationales clés liées à la planification familiale, comme la journée mondiale de la population, la semaine de la maternité sans risque, la journée mondiale de l'allaitement maternel et la journée mondiale du sida. La sécurisation des apparences et des entrevues ces jours-ci peut aider à générer le dialogue public et le discours sur la planification familiale.
- Garder le contenu intéressant peut être difficile lorsque les questions de planification familiale sont couvertes régulièrement. Pour garder le contenu frais tout en encourageant les rapports cohérents, vous pouvez suggérer les professionnels des médias couvrent de nouveaux développements qui ne sont pas habituellement signalés comme de nouvelles preuves sur l'effet de la planification familiale sur l'économie ou l'intégration de la planification familiale avec le VIH ou d'autres services.

## Outils liés à cette approche

- [Questionnaire sur les efforts de planification familiale](#)
- [Nigeria: Manuel de plaidoyer des médias](#)

## Ressources externes

- [Rapport sur l'état de la population mondiale 2017](#)