

# MÉDIAS DE MASSE

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

Canaux de communication qui peuvent atteindre de grands auditoires, tels que la radio, la télévision, les journaux, l'Internet et les panneaux d'affichage. Lorsqu'elles sont utilisées efficacement, les campagnes médiatiques de masse peuvent générer une demande considérable en planification familiale.

[Des études ont documenté](#) la relation forte entre l'exposition aux messages de planification familiale dans les médias et l'utilisation de contraceptifs. Une telle exposition peut accroître la connaissance des personnes concernant les méthodes contraceptives, et dissiper les mythes et les idées fausses. Voir, par exemple, comment [l'Emission de radio Jongo Love au Kenya](#) aidé les communautés urbaines à déconstruire les mythes liés à la planification familiale.

Plusieurs plateformes médiatiques de masse peuvent être utilisées, selon les connaissances locales, les attitudes et les pratiques, et les données montrent que l'utilisation de plusieurs canaux pa la fois est plus efficace. Avant de développer une campagne médiatique de masse, il est important de comprendre l'environnement de la planification familiale locale afin que les messages puissent être adaptés pour répondre à des questions spécifiques de votre auditoire cible.



2012 Akintunde Akinleye/NURHI, Courtesy of Photoshare

## Quels sont les avantages?

- Interpelle le public par le biais de plusieurs canaux multimédias
- Augmente considérablement l'exposition aux messages de planification familiale
- A le potentiel d'atteindre le grand public
- Peut aider à déconstruire les mythes et les idées fausses sur la planification familiale en fournissant des informations factuelles
- Peut être très créatif
- Lance la conversation sur la planification familiale dans les ménages et les collectivités
- Peut contribuer à générer la demande de services de planification familiale

## Comment la mettre en œuvre?

### Évaluer l'environnement de planification familiale de la collectivité

Cela peut se faire via des groupes de discussion, des enquêtes auprès des ménages, la cartographie sociale et d'autres méthodes. Voir un exemple de processus de mise en œuvre de la campagne médiatique de masse de l'initiative nigériane pour la santé de la reproduction urbaine (NURHI), qui a utilisé un certain nombre de méthodes d'évaluation.

### Concevoir une stratégie de génération de la demande

Pour un exemple de stratégie globale, voir la [Stratégie de création de la demande de NURHI](#).

## Créer, tester et produire des supports et des programmes de masse

- NURHI a documenté [comment son émission de radio a été lancée](#) du début à la fin, avec des détails spécifiques sur la façon de concevoir et d'écrire une série radiophonique.

## Mettre en œuvre et surveiller la campagne de Mass Media

Tout au long de la mise en œuvre de la campagne «Get It Together», NURHI a lancé des publicités télévisées et radiophoniques, et placé des affiches promotionnelles sur les marchés, dans les cliniques et les aéroports. En outre, le projet a bénéficié d'animateurs sociaux pour faciliter les groupes d'auditeurs radio hebdomadaires, et la discussion après chaque épisode, pour mener des événements de vie clés et diriger les clients vers les services de planification familiale. [Voir plus d'informations sur les animateurs sociaux de NURHI et leurs activités.](#)

## Examen, évaluation et refonte des programmes de médias de masse subséquents

Évaluez la portée et les effets de chaque programme médiatique de masse pour voir quels sont ceux qui ont réussi à atteindre votre public cible. Ajustez les programmes/émissions futurs en fonction des résultats de l'évaluation d'impact pour les formes et les messages médiatiques spécifiques.

## Quelles données probantes existent?

- L'exposition aux programmes médiatiques de masse accroît l'utilisation de méthodes contraceptives. Par exemple, l'exposition récente [aux messages de NURHI véhiculés dans les médias sur la planification familiale pouvait prédire l'utilisation des méthodes modernes](#) après avoir contrôlé les facteurs pertinents.
- [L'enquête à mi-parcours de MLE](#) a constaté que les femmes kenyanes qui ont été exposées à un média de masse/activité de communication ont été 18% plus susceptibles d'adopter une méthode contraceptive moderne que les femmes non exposées à ces messages.
- Plus de 57% des femmes vivant dans les villes du projet NURHI qui étaient familières de la planification familiale avaient entendu des messages de planification familiale à la radio. En savoir plus sur [Le succès de la série radiophonique de NURHI.](#)
- Les programmes de radio au Nigeria ont contribué à réduire les barrières religieuses et sociales, ainsi que les mythes et les idées fausses. Par exemple, le pourcentage de femmes approuvant la prise de parole des chefs religieux sur la planification familiale est passé de 56,8% à 71,5%, et le pourcentage de femmes ayant bénéficié du soutien de leurs pairs pour la planification familiale est passé de 22,8% à 42,1% entre le début du projet (2010) et la fin (2015).
- Au Sénégal, [Articles de revues et de revues](#) sur la planification familiale a eu un impact significatif sur l'approbation des hommes des méthodes contraceptives modernes.



### Conseils utiles

- **Différentes plateformes médiatiques travaillent dans des contextes différents, il est donc important de mener une analyse dans votre communauté pour vous assurer d'atteindre votre public cible par le canal approprié.**
- **Les messages doivent être adaptés à chaque type d'auditoire.**
- **Vous devrez indiquer le nom de votre marque sur tous les matériaux et les programmes que vous produisez afin de suivre les résultats de prestation de service.**
- **Impliquer les chefs religieux et/ou communautaires dans les discussions et les campagnes de planification familiale peut aider les communautés à accepter la planification familiale et à modifier les normes sociales.**

## ! Défis

- Exige des compétences techniques et créatives
- Peut coûter cher

### Outils liés à cette approche

- [Stratégie de génération de la demande](#)

Pour plus d'informations, visitez TCI University à [tciurbanhealth.org](http://tciurbanhealth.org).