



PLANIFICATION FAMILIALE

Le Partenariat de Ouagadougou

Les normes sociales et les médias

10 Août 2021

Présentée par :

Mohamed SANGARE

Conseiller Régional CSC, Breakthrough ACTION
msangare@breakthroughaction.net

Oury KAMISSOKO

Consultante technique régionale MMH

Breakthrough
ACTION

FAIRE AVANCER LE CHANGEMENT
SOCIAL ET DE COMPORTEMENT



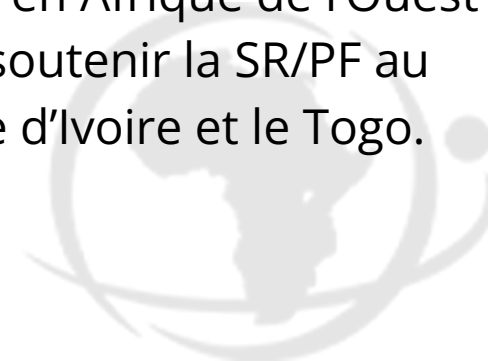
Breakthrough ACTION en bref

Breakthrough ACTION est un accord de coopération de cinq ans financé par l'Agence des États-Unis pour le développement international (USAID) pour diriger leur programme de Changement Social et de Comportement (CSC) dans le monde entier.

Breakthrough ACTION est un partenariat dirigé par le Johns Hopkins Center for Communication Programs de l'Université Johns Hopkins en collaboration avec Save the Children, ThinkPlace, ideas42, Camber Collective et Viamo.

Breakthrough ACTION et ses partenaires travaillent dans une trentaine de pays sur le CSC dans divers sujets santé publique notamment le paludisme, le VIH, la communication sur les risques notamment sur les zoonoses, la COVID-19, et surtout la Planification Familiale à travers un soutien technique et financier aux pays en occurrence ceux du PO.

WABA, Breakthrough ACTION en Afrique de l'Ouest travaille exclusivement pour soutenir la SR/PF au Burkina Faso, le Niger, la Côte d'Ivoire et le Togo.



Rappel des définitions

Le Changement Social et de Comportement (CSC)

est une approche qui favorise et facilite les changements dans les connaissances, les attitudes, les normes, les croyances et les comportements

Le CSC est guidé par **diverses disciplines**, y compris la communication pour le changement social et de comportement (CCSC), la psychologie sociale, la socio-anthropologie, l'économie comportementale, la sociologie, la conception centrée sur l'être humain, et le marketing.

Il utilise des approches :

- de mobilisation communautaire (dialogue communautaire, les groupes d'engagement communautaire...),
- de communication interpersonnelle (visites à domicile)
- de masse média, médias sociaux (spots, microprogrammes, les films, les séries, les plateformes digitales)
- de plaidoyer



A votre avis que signifie norme sociale?



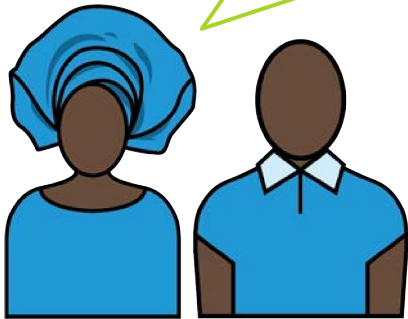
Définir les normes sociales

Que sont les normes sociales ?

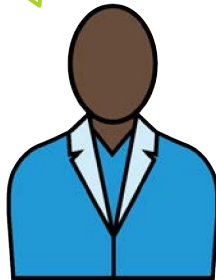
Les normes sociales sont « les “règles” souvent tacites qui régulent le comportement ».¹ On les connaît généralement sous deux formes : ce que font les gens pour imiter les autres et pour répondre aux attentes des autres.

Les normes sociales se manifestent différemment selon les contextes nationaux et communautaires.

Je dois tomber enceinte avant le mariage pour prouver à sa famille que je suis fertile.



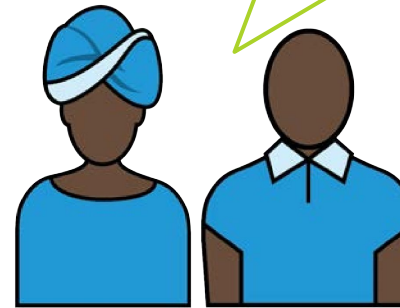
Pour garder le prestige social de ma famille, je dois avoir beaucoup d'enfants



Mes amies terminent leur scolarité avant d'avoir une famille et je prévois de faire la même chose.



J'aimerais prendre l'injectable, mais mon copain trouverait bizarre que mes saignements soient irréguliers.



Je ne pense pas que ce médecin comprenne ce dont j'ai besoin, mais il se fâchera si je le questionne sur ses recommandations.



Quelle(s) différence(s) faite(s) vous entre attitude et comportement et norme sociale?



Définition des termes connexes : attitudes, comportement, et normes

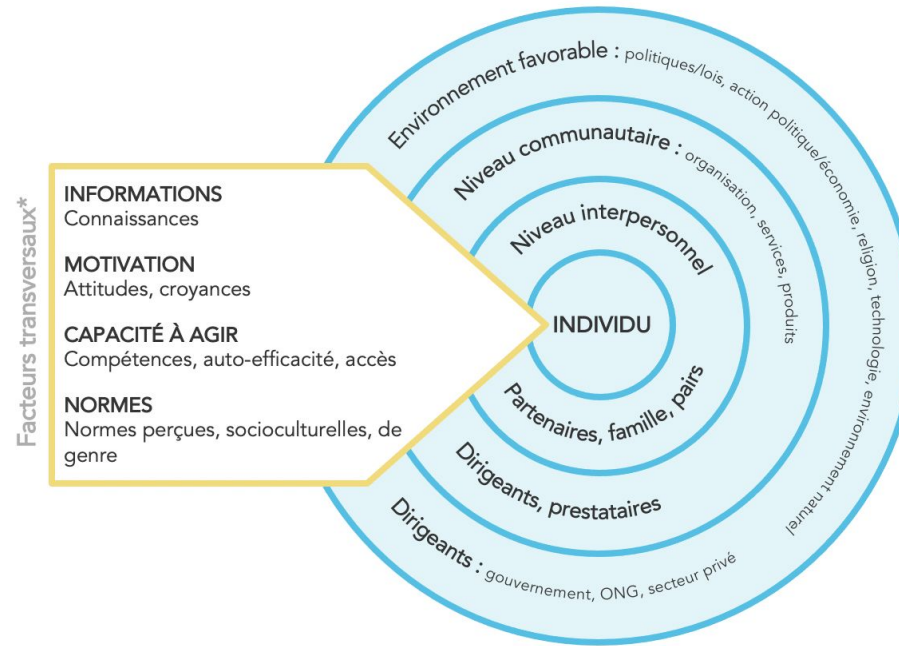
	Définition	Exemple
Attitudes	Ce que vous <u>pensez</u>	Dans notre couple nous pensons que la PF est une bonne chose pour le bien être familial
Comportement	Ce que vous <u>faites</u>	Nous avons adopté aujourd'hui une méthode PF
Normes sociales	Les normes sociales sont « les "règles" souvent tacites qui régulent le comportement ». ⁴ On les connaît généralement sous deux formes : ce que font les gens pour imiter les autres, et pour répondre aux attentes des autres.	« Je préférerais avoir mon premier enfant après mon mariage plus tard mais dans ma communauté tu dois tomber enceinte tout de suite après le mariage »

- 1) Institute for Reproductive Health, 2019, Social Norms and AYSRH: Building a Bridge from Theory to Program Design).
- 2) Schwitzgebel E. (2010). "Belief," in The Stanford Encyclopedia of Philosophy, summarized in Connors, "A cognitive account of belief: a tentative road map" 2014.
- 3) Taliaferro in the Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2019
- 4) Source : The Learning Collaborative Essential Resources, 2019.



Comment des normes sociales agissent?

Les normes sociales conditionnent l'apprentissage social, perpétuent la dynamique du pouvoir sur des générations. Elles édictent comment l'individu et sa communauté, pensent, ressentent, interprètent, jugent, agissent...



Elles conditionnent l'approbation ou la désapprobation d'un comportement par un individu, une communauté

Les normes peuvent perpétuer des pratiques préjudiciables à la santé et renforcer les inégalités entre les sexes, ainsi que d'autres inégalités sociales.



Les normes sociales un vecteur essentiel pour promouvoir l'équité en genre

Beaucoup de contraintes sociales liées à l'utilisation d'une méthode de planification familiale relèvent des questions de genre comme le fait que la femme doit prendre la permission pour adopter une méthode PF.

Les normes sociales entretiennent, les connaissances, les pratiques sociales qui peuvent renforcer les inégalités entre homme et femme car les individus agissent par conformisme vis à vis d'une règle prétablie (Mackie et al., 2015)

Les normes peuvent perpétuer des pratiques préjudiciables à la santé et renforcer les inégalités liées au genre.



Avec ces définitions pouvez-vous citer quelques normes sociales?



Quelques exemples de normes sociales

NORMES AUTOUR DE LA FERTILITÉ *Combien d'enfants avoir, et quand*

Timing de la première grossesse : Les normes qui dictent l'âge ou l'étape où il faudrait avoir un premier enfant

Au Niger, avoir un enfant avant le mariage est considéré comme honteux (Cooper 2019, p. 244)

Dans le sud du Togo, les prestataires peuvent décourager les jeunes de retarder ou d'espacer les grossesses (Mugore 2016).

En Côte d'Ivoire, il y a peu de stigmatisation sociale si on a un enfant avant le mariage (Camber Collective 2016).

Au Burkina Faso, les femmes peuvent subir une pression sociale poussant à avoir des enfants à l'approche de l'âge reproductif (Beyond Bias 2019).

Espacement des grossesses : Les normes qui dictent le temps le temps d'attente entre deux grossesses

Les communautés touarègues du Niger désapprouvent les hommes dont les femmes tombent enceintes dans les deux ans suivant une grossesse (Walentowitz 2003, 244-47, Cooper 157).

Pour le peuple Fulbe, au Burkina Faso, les normes autour de l'espacement ont changé ; les couples sont encouragés à reprendre les rapports sexuels après 40 jours ou deux mois après un accouchement (Dehne 2003).

Dans deux communautés du Mali, une norme dicte qu'une femme ne peut espacer les grossesses qu'après avoir atteint une certaine taille de famille (Castle 2011).

Dans le nord du Togo, les femmes qui n'espacent pas les grossesses peuvent être critiquées par les agents de santé (Arnold et al. 2016).

Normes autour de la taille de la famille : Les normes qui dictent dans quelle mesure une famille doit être petite ou grande

Au Niger, avoir une grande famille est important pour le statut et le standing social (Moussa 2012).

Parmi les générations plus âgées dans certaines parties de Côte d'Ivoire, avoir huit ou plus d'enfants est considéré comme n'étant pas « normal », quelque chose qui « vieillit une personne prématurément ». (Camber Collective 2016).

Normes autour du genre des nouveaux-nés : Les normes qui dictent si les nouveaux-nés d'un genre sont plus importants ou nécessaires que l'autre genre

Au Niger, les bébés garçons sont plus appréciés que les filles ; une femme qui ne donne naissance qu'à des filles peut être jugée par sa communauté (Moussa 2012).

Dans les communautés peules, au Burkina Faso, les bébés garçons sont plus désirés que les filles parce qu'on s'attend à ce qu'ils travaillent et génèrent des revenus plus tard (Désalliers 2009).

Les normes ne sont pas une notion abstraite

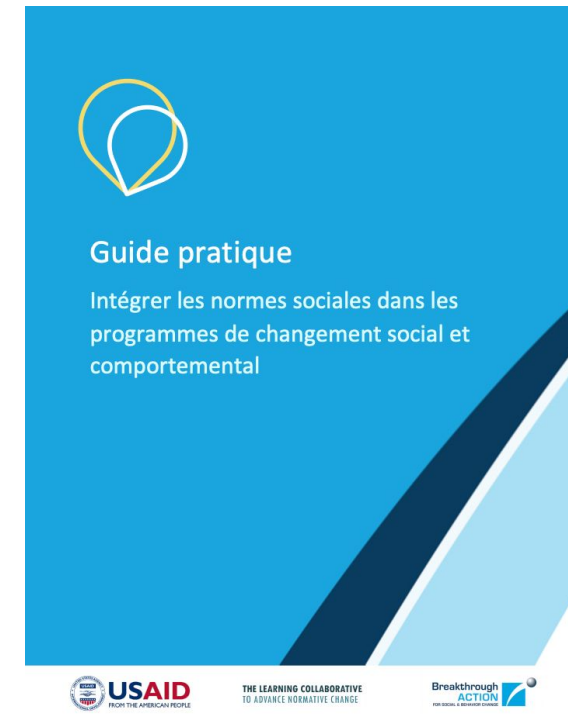
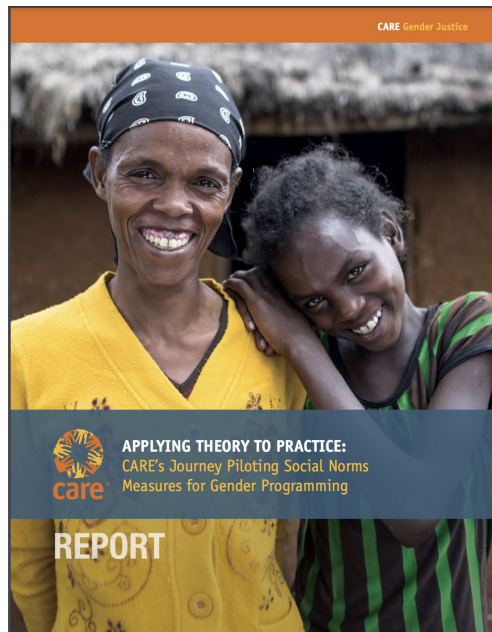
Divers outils existent pour explorer et analyser les normes sociales

Outil d'exploration des normes sociales
(Social Norms Exploration Tool, SNET)

[Taxonomie des normes sociales dans les pays du PO](#)

Le Cadre du Diagramme d'analyse des normes sociales (Social Norms Analysis Plot [SNAP] Framework)

En Pratique- Intégrer les normes sociales dans les programmes de CSC
(En Pratique)



L'influence des médias sur les normes sociales en matière de PF

- Les médias sont une source d'influence, de changement et de socialisation importante. Ils participent activement au processus de façonnement des normes, notamment dans le domaine de la santé.
- Les médias, s'ils sont le reflet d'une certaine réalité, ont également la possibilité d'accentuer certaines normes sociales. En effet, ils associent une image à un comportement, ce qui confère à ce dernier une signification particulière.
- L'usage des médias constitue une stratégie incontournable de santé publique : ils influencent les normes sociales et proposent de nouvelles façons d'agir aux citoyens.
- Les médias font partie de l'environnement global des individus et sont, après la famille et les autres réseaux sociaux, un important agent de socialisation.
- Les femmes et les hommes de médias sont socialement intégrés, ils sont suivis jouant ainsi un rôle d'influenceurs et de conseillers assez important

Qu'est-ce que les femmes et les hommes de médias peuvent faire ?



Ce que les médias peuvent faire

- Augmenter les connaissances à propos de la SR et de la contraception,
- Corriger les perceptions erronées à propos de la PF,
- Apaiser les inquiétudes au sujet des effets secondaires des méthodes contraceptives,
- Renforcer le sentiment d'auto-efficacité ou la confiance nécessaire pour prendre des mesures,
- Modifier les normes perçues qui découragent le recours à la planification familiale

HIP FAMILY
PLANNING
HIGH IMPACT
PRACTICES

Médias de masse :

Atteindre une large audience pour diffuser des messages visant à encourager des comportements favorables à la santé sexuelle et reproductive

Quelle est la pratique à haut impact éprouvée pour le changement social et comportemental en lien avec la planification familiale ?

Utiliser les moyens de communication de masse afin d'encourager les comportements favorables à la santé sexuelle et reproductive.

Contexte

Les programmes de santé sexuelle et reproductive impulsés par les médias de masse peuvent influencer les comportements individuels par la diffusion d'informations adéquates et ainsi promouvoir des attitudes et des normes sociales en faveur de comportements idoines à la santé sexuelle et reproductive. Cet article d'information décrit l'expérience et les données factuelles liées aux programmes impulsés par les médias de masse dans le domaine de la planification familiale. Les médias de masse, à la différence des autres interventions axées sur le changement comportemental et social (CCS), touchent un large public, souvent national, par le biais de messages cohérents et de haute qualité, principalement via la télévision et la radio (ex. : annonces du service public ou publicités, émissions de débat ou feuilletons). Certains programmes de médias de masse utilisent également des supports imprimés. Le présent article d'information n'aborde pas les approches reposant sur les technologies numériques telles que les téléphones mobiles et les tablettes numériques ainsi que les médias sociaux.



L'animateur radio Oche discute de questions avec l'experte de la planification familiale, Mariam Momoh, au cours d'un programme en direct sur le sujet sur Wazobia FM à Abuja, au Nigeria. © 2012 Akintunde Akinleye/NURHI, avec l'aimable autorisation de Photoshare

Médias de masse

Comment peuvent-ils contribuer?

- Les médias sont des agents de changement
- Les médias sont des contributeurs majeurs au maintien, à la modification et l'abandon ou l'accentuation de normes de sociales. A ce titre, ils peuvent décrire, parler des normes sociales favorables à la santé en général et à la planification familiale en particulier en considérant entre autres les points suivants:
 - Comprendre davantage les normes sociales et souligner leur impact sur la santé
 - Communiquer sur une norme sociale c'est communiquer sur les comportements qui entretiennent, qui nourrissent cette norme
 - Soutenir les organisations, entités qui travaillent sur les normes sociales qui peuvent nuire à la santé
 - Communication au sein du couple - Comportement lié au genre
 - Communication intergénérationnelle
 - Construire vos points de vue autour des actions de terrain afin rendre concrètes et objectives nos pensées
 - Etre partenaires des programmes PF, des activités nationales, locales par exemple les campagnes nationales de promotion de la PF et cela en tant individus et en tant que organisations

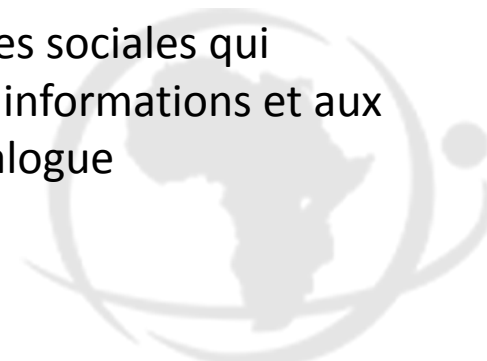
L'espace digitale - Merci Mon Héros - Une opportunité



Merci Mon Héros



- MMH est une campagne multimédia (réseaux sociaux, médias de masse, activités communautaires)
- Exploite des vidéos de témoignages pour montrer le pouvoir de l'empathie pour améliorer l'accès à la santé reproductive (SR) et à la planification familiale (PF) pour les jeunes en Afrique francophone.
- Diffusée dans neuf pays, dont la Côte d'Ivoire, le Niger, le Togo, le Burkina Faso
- **Objectif** : Réduire l'impact des normes sociales qui empêchent les jeunes d'accéder aux informations et aux services de SR/PF en favorisant le dialogue intergénérationnel



Innover pour l'empathie



- **Contenu de la campagne est axé sur les jeunes:**
 - Les témoignages proviennent des jeunes,
 - Les jeunes filment et produisent les vidéos
 - La voix, paroles, expériences des jeunes
- **Créer de l'empathie pour les jeunes + modéliser des comportements positifs via des gardiens qui peuvent avoir un impact sur les normes sociales**
 - Membres de la famille
 - Membres de la communauté
 - Les chefs religieux
 - Fournisseurs de services de PF
 - Enseignants
 - Partenaires / Pairs plus âgés



Contenus et activités



Communication Digitale (FB, Instagram, Twitter)	TV/Radio	Activités communautaires	Autres
- Quizz, citations, discussion - Diffusion et Promotion des vidéos - Facebook Lives / Tweet-Ups / diffusions en direct - Promotion des activités communautaires et les évènements de Masse Media	- Participation à des émissions TV existants, - Diffusion de vidéos/audio - Autres campagnes de promotion des évènements	- Lancement des évènements - Discussion de groupe /forums -Événements de mobilisation - Discussions individuelles en petits groupes*	- Groupes de discussions sur WhatsApp - « lettres ouvertes » du point de vue des jeunes aux alliés en version imprimée



Portée de la campagne en ligne

@MerciMonHeros



- 416,589 engagements
- 35,033 abonnés
- Près de 5 millions d'impressions
- Portée quotidienne moyenne : 7,595



- 813 engagements
- 607 abonnés
- Près de 14k d'impressions



- 3,251 engagements
- 378 Abonnés
- Plus de 98k d'impressions

+2,14 Millions personnes touchées sur les réseaux sociaux





Merci

Contacts



@BreakthroughAR



@Breakthrough_AR



111Market Place, Suite 310
Baltimore, MD 21201



+1 410.659.6300



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

Breakthrough
ACTION
FOR SOCIAL & BEHAVIOR CHANGE

