

# Guide destiné aux journalistes :

## Parler de la grossesse en AMA et en HP

---

### Pourquoi les journalistes doivent-ils parler et écrire sur l'AMA et la HP ?

Quand une femme ou un couple envisage d'avoir un enfant, que celui-ci soit leur premier ou leur cinquième, une conversation sur la Planification de l'Espacement idéal des Grossesses pour la Santé (PEIGS) est essentielle pour assurer la sécurité et le bien-être des femmes et de leurs familles.

La contraception moderne et la prévention des grossesses chez les femmes d'un âge maternel avancé (AMA), âgées de 35 ans ou plus, et les femmes à haute parité (HP) ayant accouché cinq fois ou plus sont des exemples de sujets que les communautés trouvent parfois difficile d'aborder. Les journalistes peuvent interroger les experts et présenter les récits de personnes réelles qui vivent avec les conséquences de l'AMA et la HP. Des reportages sur ces problèmes peuvent aider femmes et hommes à prendre des décisions informées en matière de grossesses et sur le recours à la planification familiale (PF). Les journalistes ont une occasion exceptionnelle d'informer le public, de stimuler la discussion et d'attirer l'attention sur les questions familiales au niveau des communautés et des décideurs à l'échelon national. Ces questions couvrent notamment les dangers des grossesses AMA/HP, les tabous ou avantages concernant l'espacement ou la planification des grossesses, les besoins en PF non satisfaits, la nécessité pour les services de santé de réduire les risques associés aux grossesses AMA et HP, ou la mobilisation des communautés dans la prise en charge des grossesses AMA et HP.

La contraception moderne et l'espacement des naissances, le report ou la planification des grossesses restent des sujets controversés dans de nombreux milieux ; il est donc crucial d'aborder ces questions avec précaution. Il est important de discuter des réalités et des risques associés à l'AMA et à la HP, en veillant à ne pas culpabiliser ni gêner les femmes qui vivent des grossesses en AMA et/ou en HP. Il s'agit de donner aux consommateurs les informations nécessaires à la décision la mieux adaptée à leur situation, car les facteurs qui influencent une décision personnelle peuvent varier considérablement.

### Quand utiliser ce guide

En tant que journalistes radio, télé ou presse écrite, vous pouvez consulter ce guide lorsque vous développez un article/programme sur la planification familiale, la santé maternelle et infantile ou d'autres sujets apparentés. Vous pouvez utiliser ce guide pour vous faire une idée du format que l'article/programme doit adopter, quels invités ou partenaires envisager, et comment structurer l'article/programme de la façon la mieux appropriée pour apporter un maximum d'informations aux publics les plus importants.

### Comment utiliser ce guide

Consultez ce guide quand vous commencez à couvrir les questions liées à la PF ou à la santé maternelle et infantile (SMI), ou même si vous envisagez de le faire à l'avenir. Il vous aidera à concevoir votre article ou programme. Ce guide vous guide étape par étape pour apprendre ce que vous devez savoir, en tant que journaliste, sur les grossesses en AMA et en HP ; quelles audiences-clés doivent être informées des risques de grossesses en AMA et en HP ; et comment raconter l'AMA et la HP en histoire de manière à toucher cet auditoire. Le guide décrit plusieurs formats de reportage (p. ex. témoignages, débats télévisés) utiles pour parler de l'AMA et de la HP et fournit des exemples de messages-clés, d'appels à l'action et d'idées à poser aux invités et lors des entretiens. Finalement, le guide fournit un lien Internet pour obtenir davantage d'informations sur l'AMA et la HP si vous le souhaitez.

## Que doit savoir le journaliste sur l'AMA et la HP

Ce module cible deux catégories de grossesses à risque :

- **Âge maternel avancé (AMA)** : la grossesse survient lorsque la mère est âgée de 35 ans ou plus
- **Haute parité (HP)** : la grossesse survient chez une mère qui a déjà donné naissance à cinq enfants ou plus

Le tableau 1 indique les résultats médicaux indésirables associés aux grossesses AMA et HP :

Tableau 1 : Résultats médicaux indésirables associés aux grossesses AMA et HP

Grossesses à un âge maternel avancé	Grossesses à haute parité
Anomalies chromosomiques et malformations congénitales	Anémie
Souffrance fœtale (en particulier respiratoire)	Mauvaise présentation fœtale
Poids faible ou élevé à la naissance	Macrosomie/Poids élevé à la naissance (souvent en raison d'un diabète gestationnel)
	Complications placentaires
	Hémorragie post-partum
Hypertension maternelle	
Diabète gestationnel	
Mort fœtale intra-utérine et enfant mort-né (en raison de complications dues à d'autres maladies, comme l'hypertension artérielle, l'anémie et l'accouchement avant terme)	
Césarienne (nécessaire lorsque l'accouchement par voie basse est considéré trop difficile ou dangereux en raison de l'un des problèmes cités ici)	
Accouchement avant terme	
Mortalité maternelle (en raison de complications dues à d'autres problèmes, comme une hémorragie post-partum, l'hypertension ou des complications d'un accouchement par césarienne)	

La grossesse en général est souvent vue comme une situation dangereuse pour la femme et son enfant, et malheureusement il est rarement compris que les risques du tableau 1 *augmentent* chez les femmes AMA et HP. Le fait de ne pas connaître ces risques mis à part, les femmes ou les couples AMA et HP décident d'une grossesse pour d'autres raisons telles que :

- Le souhait d'avoir une grande famille
- La mort d'un enfant
- La grossesse était imprévue (ils n'utilisaient pas de contraception moderne pour des raisons religieuses ou culturelles, désapprouvaient, craignaient des effets secondaires)
- Désir d'un enfant de sexe particulier (p. ex. désir d'un garçon)
- Remariage
- Échec de la méthode contraceptive
- Convictions religieuses (p. ex. croire que la planification des naissances est un péché)
- Concurrence entre les épouses
- Pression de la famille ou des beaux-parents
- Absence de services de gestion des risques de santé et de prévention des grossesses AMA/HP

## Adapter le contenu de l'AMA et de la HP au contexte

En créant des programmes, annonces ou articles sur l'AMA et la HP, il est également crucial d'incorporer des faits et des informations spécifiques au pays ou à la communauté qui intéresseront votre auditoire. Si vous intervenez au Togo ou au Niger, par exemple, voici quelques exemples d'informations que vous pouvez fournir :

Togo	Niger
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de mortalité maternelle élevé : 401 décès maternels par 100 000 accouchements (EDS Togo, 2013-14)</li> <li>• Indice de fécondité : 4,8 (EDS Togo, 2013-14)</li> <li>• Des performances médiocres des services de santé et des prestations de services inadéquates, particulièrement dans la santé reproductive</li> <li>• Obstacles à l'amélioration des services de maternité : les informateurs-clés citaient les faibles niveaux de connaissances, l'analphabétisme, la pauvreté et les convictions religieuses parmi les raisons expliquant la résistance de la population togolaise aux méthodes de PF modernes</li> <li>• Le « <i>Plan d'action pour le repositionnement de la planification familiale au Togo 2013-2017</i> » cible essentiellement l'espacement des naissances (et non leur limitation)</li> <li>• La majorité de la population entretient des croyances religieuses animistes ; également de larges minorités chrétiennes et musulmanes</li> <li>• Le Togo a formé un certain nombre de chefs religieux à travers son message « Religion, population et espacement des naissances » et obtenu leur engagement à promouvoir ce message dans les églises et les mosquées ; les chefs religieux devraient être ouverts et prêts à intervenir à l'antenne pour parler de la PF de façon positive</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Taux de mortalité maternelle élevé : 650 décès maternels par 100 000 accouchements (UNICEF, 2013)</li> <li>• Indice de fécondité : 7,2 (EDS Niger, 2012)</li> <li>• Des performances médiocres des services de santé et des prestations de services inadéquates, particulièrement dans la santé reproductive</li> <li>• Obstacles à l'amélioration des services de maternité : les informateurs-clés citaient les convictions religieuses et une culture valorisant les familles nombreuses parmi les raisons expliquant la résistance de la population nigérienne aux méthodes de PF modernes</li> <li>• La « <i>Déclaration du gouvernement en matière de politique de population</i> » cible essentiellement l'espacement des naissances (et non leur limitation)</li> <li>• La notion de « limitation » des naissances n'est pas acceptée</li> <li>• La majorité de la population est musulmane</li> <li>• Des efforts sont menés actuellement pour former un certain nombre de chefs religieux avec le message « Religion, population et espacement des naissances » et obtenir leur engagement à promouvoir ce message dans les églises et les mosquées, mais les progrès sont lents à cet égard car les élites urbaines et les chefs religieux extrémistes sont toujours convaincus que la PF est moralement condamnable, en contradiction avec les valeurs de l'Islam</li> </ul>

## Quelles audiences-clés doivent être informées sur l'AMA et la HP

Il existe de nombreux publics potentiels, à travers la presse écrite, la radio et la télévision, pour la prévention des grossesses en AMA et à HP. Ces publics comprennent notamment :

- Les personnes convaincues ou utilisant des méthodes de PF modernes
- Les personnes non convaincues ou n'utilisant pas de méthodes de PF modernes
- Les personnes ayant des enfants (et qui pourraient être à HP, ou s'en rapprocher)
- Les personnes envisageant de fonder une famille
- Les femmes de tous âges (y compris les femmes d'AMA ou s'en rapprochant)
- Les hommes en relation monogame ou polygame, ou prêts à se marier
- Les jeunes qui souhaitent à juste titre retarder les grossesses tant qu'ils n'y sont pas prêts, mais qui doivent être conscients des risques d'attendre trop longtemps s'ils souhaitent une famille d'une certaine dimension

- Les prestataires de soins, les autorités locales, les chefs religieux et autres qui pourraient conseiller les femmes s'approchant de ou ayant atteint l'AMA ou la HP
- Les dirigeants politiques qui peuvent influencer la politique menée et encourager des pratiques de santé

## Toucher les audiences-clés

Après avoir identifié le public prioritaire d'un article ou d'un programme spécifique, déterminez quel est le format préférable pour toucher ce public. Si vous travaillez à la radio ou à la télévision, à quelle heure de la journée votre audience prioritaire est-elle davantage susceptible d'être à l'écoute ? Quels types d'émissions regarde-t-elle ou écoute-t-elle ? Votre auditoire préfère-t-il suivre un programme long ou court ? Regarde-t-il ou écoute-t-il des séries ? Si vous travaillez dans la presse écrite, quels (types d')articles préfère votre public ? Préfère-t-il des articles/programmes personnels ayant une touche plutôt émotionnelle ou une approche plutôt scientifique ? Les enquêtes démographiques et de santé (EDS) et les études de marché/médias recueillent une partie de ces informations.

N'oubliez pas que votre message sera d'autant plus fort qu'il sera véhiculé par des canaux médiatiques divers. Si vous travaillez en partenariat ou exclusivement à la radio, télévision et dans la presse écrite, la collaboration entre ces canaux médiatiques peut renforcer l'impact et la portée du message. Les avantages de chaque média (radio, télévision et presse écrite) sont énumérés ci-dessous dans le tableau 2. Après avoir décidé du ou des médias, reportez-vous au tableau 3 pour une liste de formats spécifiques particulièrement adaptés aux discussions sur la PEIGS, l'AMA et la HP.

**Tableau 2 : Atouts de chaque canal journalistique**

<b>Radio :</b>	Il est parfois difficile dans certains contextes de toucher le grand public à travers la presse écrite en raison des faibles taux d'alphabétisation ou d'autres défis ; la radio offre alors une plateforme pour une large diffusion des informations, des opinions et des expériences. La radio touche un grand nombre de personnes dans leur langue natale et engage les auditeurs à penser et à discuter en privé de l'émission qu'ils écoutent. Ces discussions à petite échelle peuvent affecter l'attitude, les convictions et les pratiques des auditeurs et entraîner au fil du temps une évolution de leur comportement personnel, mais aussi des changements plus vastes des normes sociétales. La prévention des grossesses en AMA et en HP touche souvent à des sujets tabous ou difficiles à aborder, tels que le recours aux méthodes de PF modernes, la planification ou l'espacement des naissances et une réévaluation des normes culturelles liées à la taille des familles nombreuses, et dans ce cadre la radio peut s'avérer être le bon format.
<b>Télévision :</b>	En tant que média audio et visuel, la télévision donne au message à la fois un visage et une voix auxquels le public peut s'identifier. Cela permet de renforcer l'attrait émotionnel de la prévention des grossesses en AMA et en HP, et de dépeindre de façon plus vivante les conséquences de comportements malsains et les résultats et les avantages de comportements sains.
<b>Presse écrite :</b>	La presse écrite reste une source d'information majeure pour les décideurs et autres groupes informés impliqués dans la PF et la santé maternelle et infantile et qui sont susceptibles d'apporter des changements structurels dans l'amélioration des efforts de prévention des grossesses en AMA et en HP (p. ex. en améliorant les prestations de services de la PF à l'échelle nationale ou locale). Les consommateurs achètent des journaux et des magazines : le signe qu'ils apprécient les informations contenues dans ces publications. La presse écrite passe en outre de main en main, est lue à des analphabètes et peut être consultée de façon répétée au fil du temps.

Tableau 3 : Formats de discussion sur l'AMA et la HP conseillés aux journalistes

Type de programme	Considérations en matière de conception et de mise en œuvre
<p><b>Témoignage :</b> Segment où des personnes réelles racontent leur expérience et décrivent leurs croyances et attitudes personnelles, les événements, conflits et émotions liés au sujet. Permet d'humaniser un problème.</p> <p>Pour la radio, la télévision ou la presse écrite.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Les témoignages et vignettes diffusés à la radio ou à la télévision peuvent être appuyés par un spécialiste du domaine. Si le récit couvre l'expérience négative d'une grossesse AMA or HP, il est important que le spécialiste renforce les messages PEIGS sans gêner ou culpabiliser la personne qui s'est confiée.</li> <li>• La personne partageant son expérience doit occuper un rôle social qui suscitera l'intérêt du public ciblé. Si vous cherchez par exemple à toucher les hommes par des messages de prévention des grossesses en AMA et en HP, prévoyez d'inviter un homme qui a décidé avec sa femme d'adopter une méthode de PF en vue d'éviter les grossesses AMA et HP à haut risque.</li> </ul>
<p><b>Profil :</b> Un gros plan sur une personne et son expérience, sa vie, etc. L'histoire est racontée par une autre personne que le sujet.</p> <p>Pour la radio, la télévision ou la presse écrite.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le sujet pourrait concerner une personne ayant vécu une grossesse AMA/HP difficile, ou ayant travaillé à la promotion de la PEIGS, un parent proche d'une femme ayant subi les conséquences négatives d'une grossesse AMA ou HP, etc.</li> <li>• Le même profil peut être présenté différemment selon les publics, à travers des questions ou des priorités pertinentes. Vous pouvez par exemple dresser le profil d'une femme ayant perdu la vie en raison des complications d'une grossesse AMA or HP pour souligner le rôle tenu par l'homme, le prestataire de services ou les valeurs culturelles dans cette disparition, selon que le message s'adresse prioritairement à des hommes, des femmes, des prestataires de services ou les autorités locales/chefs religieux.</li> <li>• Le « profil » diffusé/publié peut également comprendre des sections sur les endroits où sont dispensés les prestations de services AMA, HP, PEIGS et sur les méthodes de PF. Le format du profil peut évoluer davantage selon qu'il s'agit d'une émission de télévision ou de radio, et inclure les appels des auditeurs/télespectateurs pour des discussions approfondies.</li> </ul>
<p><b>Débat radio/télévisé :</b> Un format permettant l'échange entre un hôte, des invités et parfois le public</p> <p>Pour la radio ou la télévision</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ce format permet au journaliste ou au spécialiste invité (p. ex. médecin, sage-femme ou infirmier régulièrement présents aux accouchements) de dialoguer avec les membres d'une communauté.</li> <li>• Si l'invité est un spécialiste, il convient de lui proposer des « questions du public » et de s'assurer qu'ils soient informés à l'avance des risques de grossesses AMA et HP afin d'y être préparés.</li> </ul>
<p><b>Information :</b> Un segment qui éduque et sensibilise sur un certain sujet.</p> <p>Pour la radio, la télévision ou la presse écrite.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Donnez les faits sur les conséquences des grossesses HP or AMA.</li> <li>• Assurez-vous que les sources soient crédibles et mentionnez-les pendant le segment pour renforcer leur crédibilité auprès des auditeurs.</li> <li>• Avec ce format, saisissez l'occasion de dissiper les malentendus sur la PF ou les grossesses AMA/HP et d'y répondre directement par des informations factuelles ; cela exigera certaines recherches en amont pour comprendre les malentendus prévalant et savoir comment les corriger.</li> </ul>

<p><b>Format magazine :</b> Une émission d'actualités avec des entretiens et des reportages (entretiens liés à un scénario).</p> <p>Pour la radio ou la télévision.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faites appel à plusieurs invités tels que des spécialistes de la santé et des personnes du monde réel présentant leurs divers points de vue et en les reliant les uns aux autres.</li> <li>• L'émission peut inclure des annonces et de la musique.</li> <li>• Il peut être utile pour relier l'AMA et la HP à des événements récents de l'actualité, le cas échéant.</li> </ul>
<p><b>Vox Populi :</b> Le terme « vox populi » signifie la « voix du peuple ». Des micros-trottoirs sont enregistrés pour fournir des impressions instantanées de l'opinion publique sur le sujet traité. Cette approche peut être extrêmement populaire.</p> <p>Pour la radio ou la télévision.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il faut pour cela aller à la rencontre de la communauté et interroger les intervenants sur les questions liées à la PEIGS.</li> <li>• L'idéal est d'utiliser un microphone directionnel qui réduit le bruit ambiant, dans une foule par exemple.</li> <li>• L'enregistrement peut être édité et diffusé dans une émission, publié sur un site Internet ou les réseaux sociaux.</li> </ul>

## Messages-clés sur les grossesses AMA et HP

Votre article/programme doit se concentrer sur des messages-clés qui lui sont particuliers. Limitez-vous à quelques messages-clés pour qu'ils soient mémorables au public ciblé. Les messages peuvent également être ventilés sur plusieurs programmes différents, avec un message-clé par programme. Voici quelques exemples de messages-clés :

- Un âge maternel avancé et des grossesses à haute parité peuvent nuire à la santé de la mère et de son enfant. Les risques associés aux grossesses AMA et HP sont notamment les complications placentaires, l'accouchement par césarienne, la mauvaise présentation fœtale, la mortalité maternelle et infantile.
- La planification familiale joue un rôle dans l'épanouissement des familles et pour qu'elles soient perçues de manière positive au sein de leur communauté.
- La planification familiale aide les couples à réaliser leurs priorités émotionnelles et personnelles (p. ex. maintenir son niveau d'énergie, sa beauté), en permettant d'assurer le bonheur et la santé du couple.
- Les effets secondaires de la méthode de planification familiale sont beaucoup moins dangereux qu'une complication liée à une grossesse AMA or HP.
- Quand une femme AMA/HP débute sa grossesse, il est important qu'elle consulte son prestataire de soins lors du premier trimestre, bénéficie de tout le repos nécessaire, assiste régulièrement à des séances de conseil prénatal, apprenne les signes précurseurs d'une grossesse anormale ou dangereuse et bénéficie d'un plan d'accouchement avec un prestataire qualifié prêt aux situations d'urgence.

Un **message-clé** est l'information importante que vous souhaitez partager avec le public ou l'auditoire ciblé. Ce message doit être clair et rédigé avec soin pour qu'il ait du sens auprès de votre public prioritaire. Les messages-clés devraient dans la mesure du possible inclure un appel à l'action. Vous pouvez utiliser plusieurs messages-clés, et ceux-ci peuvent varier d'un public à l'autre.

## Appel à l'action : que peut faire le public ?

Chaque article/programme sur l'AMA et la HP doit inclure un *appel à l'action* pour l'auditeur, le téléspectateur ou le lecteur. Un appel à l'action renvoie à une mesure que le public ou le lecteur doit prendre en réponse aux informations ou aux expériences abordées dans le programme. Vous pouvez inclure dans votre article ou programme les appels à l'action fournis en exemple ci-dessous :

- Dites à vos proches ou amis qui souhaitent limiter ou prévenir de nouvelles grossesses que vous soutenez leur décision, et aidez-les à obtenir des informations et des services qu'il leur faudra dans ce but
- Parlez à vos proches et à vos amis des risques liés aux grossesses AMA et HP
- Interrogez votre prestataire de soins sur les méthodes de PF permanentes et à long terme pour savoir si elles vous conviennent

- Les hommes doivent notamment parler à d'autres hommes de leur entourage de l'importance de protéger la santé et le bien-être des femmes et des familles, en choisissant une famille de petite taille et d'autres méthodes de PF permanentes et à long terme
- Discutez des méthodes de PF permanentes et à long terme avec votre partenaire
- Soutenez votre partenaire pour en savoir plus sur les méthodes de PF et sur la prévention des grossesses après 35 ans et avant cinq naissances
- Défendez la santé et le bien-être des femmes et des familles au sein de votre communauté

## Avantages-clés : pourquoi le public est-il sensibilisé ?

Un segment AMA or HP doit également mettre en lumière les résultats positifs, ou avantages, liés à une prévention des grossesses AMA et HP afin de susciter une incitation émotionnelle et comportementale en réponse à l'appel à l'action. Voici quelques exemples des avantages dérivés de l'absence de grossesses en AMA et en HP :

- La planification et l'espacement idéal des grossesses pour la santé sauvera des vies, aura un impact positif sur l'accouchement et la santé des mères et des bébés.
- La prévention des grossesses AMA et HP permettra de mieux protéger la santé de la mère et de l'enfant.
- L'utilisation de méthodes de PF modernes pour la prévention des grossesses AMA et HP permettra à la femme de maintenir son niveau d'énergie et sa beauté ; une femme en bonne santé est une meilleure mère, partenaire et épouse.
- Les méthodes de PF modernes aideront la famille à mieux se préparer pour les grossesses futures et à réduire la probabilité de grossesses AMA ou HP compliquées.

## Idées d'invités ou d'interviews de spécialistes

Prévoyez d'interroger ou d'accueillir les personnes de types suivants en fonction de l'audience sélectionnée, du média et du format pour mieux faire passer vos messages-clés en AMA et HP et renforcer les avantages-clés :

- Les prestataires de soins (p. ex. infirmiers, médecins, sages-femmes, équipe de santé communautaire) ayant observé des résultats indésirables lors des grossesses et accouchements AMA/HP
- Les femmes ayant accouché avant un AMA/la HP et qui en sont heureuses
- Les femmes ayant retardé et limité leur grossesse pour éviter une grossesse AMA et HP
- Les femmes souhaitant une famille de petite taille
- Les femmes ayant vécu des grossesses et des accouchements difficiles en étant en AMA/HP
- Les femmes utilisant des méthodes de PF modernes pour éviter une grossesse AMA/HP
- Les partenaires masculins des femmes répondant aux critères précédents (p. ex. ayant accouché avant 35 ans ou cinq naissances, ayant une famille de petite taille, avec grossesse AMA/HP difficile, etc.)
- Des proches qui soutiennent les femmes de leur famille dans la prévention des grossesses AMA/HP
- Des jeunes prévoyant de terminer leurs études et de créer une famille de la taille voulue en temps opportun, tout en évitant une grossesse AMA et HP
- Des chefs traditionnels et religieux souhaitant participer à la réduction du nombre de grossesses en AMA et en HP pour améliorer la vie familiale au sein de leur communauté

## Exemple de questions d'interview

N'oubliez pas que certaines de ces questions, liées notamment à la planification des grossesses, pourraient ne pas se prêter à la discussion ou ne pas être acceptées facilement par vos invités. Faites preuve de bon sens pour déterminer comment aborder honnêtement l'entretien sans détourner le public de votre programme/article. Ciblez également les questions qui aboutiront ou contribueront le mieux aux messages-clés sélectionnés et à leurs avantages-clés.

### Questions à poser au grand public (hommes, femmes, jeunes)

- Votre centre médical (local) assure-t-il des services (informations, conseils et produits de base) pour les femmes ou les couples souhaitant en savoir plus sur les grossesses PEIGS et AMA/HP ?
- Quel est le meilleur moment pour envisager d'avoir des enfants dans votre mariage/relation ?
- Comment les hommes et les femmes prennent-ils leurs décisions en matière de planification familiale, et quels facteurs ou quelles personnes sont davantage susceptibles d'influencer chaque partenaire ?
- Comment les couples concilient-ils l'avis de tierces personnes avec leur intérêt personnel (p. ex. beaux-parents, amis, collègues) ?
- Comment les couples abordent-ils leurs préoccupations intimes dans la relation, notamment en demandant à leur partenaire d'accepter un moyen contraceptif, quand les sujets liés à la sexualité sont tabous dans leur culture ?
- Si les rapports sont difficiles entre une femme et sa belle-mère, quel doit être le rôle du mari pour résoudre ces difficultés ?
- Quels sont les avantages ou les conséquences de la prévention des grossesses ou de nouvelles naissances après 35 ans ou avant une cinquième naissance ?
- Quelles sont les raisons pour lesquelles les femmes reportent l'arrivée d'un enfant ?
- Pensez-vous que le report des naissances entraînera globalement une réduction du nombre d'enfants pour ces femmes, ou leur permettra d'avoir autant d'enfants mais en étalant les naissances vers un âge avancé ?
- Pensez-vous que nous vivons dans un environnement qui favorise la planification et l'espacement idéal des grossesses pour la santé ?
- Comment avez-vous pris la décision d'avoir un ou des enfant(s) ? de tomber enceinte ?
- Savez-vous où/comment obtenir des informations sur la PEIGS et les risques de grossesses AMA/HP ?
- Quels sont les mythes qui circulent sur la PEIGS et l'AMA/la HP ?
- Pensez-vous que la pression (sociale, familiale, religieuse) exercée sur les femmes et les couples pour avoir des enfants est un problème au sein de votre communauté ?
- Que pouvez-vous faire d'après vous pour décourager les pressions exercées sur les femmes et les couples pour avoir des enfants à ou après 35 ans ou cinq naissances ?
- Avez-vous subi des pressions de la part des membres de votre communauté, de votre famille ou des chefs religieux pour avoir une famille de grande taille ?
- Pensez-vous que cette pression pour avoir une grande famille l'emporte sur les inquiétudes liées à la santé des femmes et du bien-être de leur famille ?
- Quelles sont les raisons principales pour une faible adoption des moyens de contraception modernes ? Pensez-vous que les normes sociales évoluent ? Si ce n'est pas le cas, qu'est-ce qui pourrait les faire évoluer selon vous ?
- Quels sont les obstacles auxquels les femmes et les couples sont confrontés et qui les empêchent de limiter la taille de leur famille ?
- Quelles sont les raisons qui expliquent que les femmes débutent une grossesse à 35 ans ou plus ? à ou après cinq naissances ?



## Questions à poser aux femmes

- Pensez-vous que les femmes d'un âge maternel avancé ou à haute parité n'ont pas le même point de vue de la planification familiale que les jeunes mères ou vivant leur première maternité ? Pouvez-vous expliquer ?
- Croyez-vous que la planification et l'espacement idéal des grossesses pour la santé entraînent une amélioration de la vie des femmes et de leur famille ? De quelle manière ?
- Quels sont les avantages des couples qui planifient le nombre de naissances avant d'atteindre cinq naissances ou l'âge maternel de 35 ans ?
- Connaissez-vous une personne qui a vécu une grossesse avec complication ? Comment a-t-elle et avez-vous vécu cette situation ?
- Connaissez-vous une femme (AMA/HP) qui est décédée pendant son accouchement ? Comment la famille a-t-elle réagi ? Qu'en pensez-vous ?
- Pourquoi certaines personnes n'acceptent pas l'idée ou la suggestion de limiter les accouchements ?
- Avez-vous choisi de la reporter ? Quelle était votre expérience ? Quels étaient les défis et vos réussites ?
- Quel conseil donneriez-vous à d'autres personnes qui souhaitent reporter une grossesse ?

## Questions à poser aux jeunes

- Connaissez-vous des femmes qui ont commencé tôt à avoir des enfants ? Comment considérez-vous leur expérience ? Connaissez-vous des femmes qui ont commencé à avoir des enfants trop tard ? Qu'avez-vous appris à leur contact ?
- Comment pouvez-vous avoir le nombre d'enfants souhaité et terminer quand même vos études universitaires, voire obtenir un diplôme supérieur ?
- À quel moment les fiancés et les jeunes mariés doivent-ils envisager la planification et l'espacement des naissances dans leur couple ?
- Quels défis devez-vous relever pour créer une famille d'une certaine dimension ? Comment les adultes, la société ou d'autres vous aideront-ils à surmonter ces défis ?

## Questions à poser aux prestataires de santé ou aux spécialistes du PF/de la SMI

- Quels sont les risques particuliers associés aux grossesses chez les femmes âgées de 35 ans ou plus ?
- Quels sont les risques associés aux grossesses liées à une cinquième naissance ou plus ?
- Que peut-on faire pour faire passer ces messages-clés ?
- Comment peut-on prévenir des grossesses en AMA et en HP ?
- Quels conseils donneriez-vous aux femmes qui approchent de l'âge de 35 ans ou d'une cinquième naissance ?
- Des services de santé sont-ils disponibles, adéquats, accessibles et à prix abordable dans ce pays ? (Il convient également d'interroger le public pour savoir s'ils sont d'accord)
- Sans identifier la personne, décrivez l'expérience d'une cliente ayant vécu une grossesse AMA or HP difficile.

## Questions à poser aux chefs traditionnels et religieux

- Quelles sont les justifications religieuses ou traditionnelles en matière de planification et d'espacement idéal des grossesses pour la santé ?
- Pourquoi beaucoup de personnes pensent que les chefs traditionnels et religieux sont opposés à la planification et à l'espacement des grossesses dans les familles modernes ?
- La planification et l'espacement idéal des grossesses pour la santé peuvent être réalisés à travers des méthodes de planification familiale moderne. Quels passages [de la Bible/du Coran] soutiennent l'espacement des grossesses ?

## Derniers points concernant l'organisation du programme/article sur la PEIGS

Vous venez de terminer ce guide et vous prévoyez de créer un article/programme sur l'AMA et la HP, n'oubliez pas ces derniers points :

- **Soyez prêt :** Faites vos recherches sur l'AMA et la HP et les personnes interrogées en préparant votre émission ou votre article ; tenez compte des tabous culturels concernant l'AMA et la HP et la planification ou l'espacement des grossesses ; dans le cadre d'une émission, relisez avant l'entretien les messages-clés concernant l'AMA, la HP et la PF auxquels vous allez vous intéresser avec vos invités ; répétez les messages-clés à la fin du segment ou de l'article.
- **Adaptez votre article/programme au contexte et au lecteur/auditeur :** N'oubliez pas d'inclure des informations de manière à susciter l'intérêt et abordez ces priorités avec le public spécifique. Au besoin, présentez des informations adaptées aux différents groupes, ou des informations similaires de manière différente en fonction de votre auditoire. Considérez notamment le contexte culturel, la tonalité, le sexe des intervenants et d'autres considérations culturelles quand vous développez votre article/programme en sélectionnant ses messages-clés.
- **Utilisez plusieurs formats :** Programmez des histoires similaires/apparentées à la radio, télévision, dans la presse écrite et les médias en ligne pendant la même période ; reliez le message au contenu en ligne ; encouragez les membres du public à envoyer des questions SMS, des photos et à répondre aux sondages.
- **Pour la radio et la télévision :**
  - » **Prévoyez l'interactivité de votre article/programme** en incorporant une tribune d'entretiens téléphoniques ; en sollicitant et en répondant aux questions des auditeurs ; en prodiguant des conseils hors antenne à travers une organisation partenaire ; en trouvant d'autres manières d'engager l'intérêt du public et de faciliter les actions.
  - » **Utilisez les langues locales** non seulement pour toucher des populations analphabètes ou peu alphabétisées mais aussi pour renforcer leur appropriation de la question.

Les journalistes ont beaucoup d'occasions et de solutions pour encourager la discussion sur les grossesses AMA et HP. Appuyez-vous sur votre expérience et ce guide, individuellement ou en partenariat avec une organisation promouvant la PEIGS, pour produire des programmes et des articles sur ce sujet important.

Pour de plus amples informations, consultez la page PEIGS HC3 à <http://healthcommcapacity.org/technical-areas/family-planning/healthy-timing-spacing-pregnancies/>.



[www.healthcommcapacity.org](http://www.healthcommcapacity.org)

