

DR EMMA HEYWOOD,
THE UNIVERSITY OF SHEFFIELD

ÉVALUATION DE L'IMPACT DU STUDIO KALANGOU SUR LES DROITS ET *L'EMPOWERMENT* DES FEMMES AU NIGER

SEPTEMBRE 2019



CRÉDITS

Cette recherche a été soutenue par l'IAA du GCRF via l'Université de Sheffield. Pour plus d'informations sur le projet, y compris nos dernières publications de recherche et blogs, veuillez consulter www.femmpowermentafrique.com/ Nous sommes reconnaissants à tous ceux qui travaillent au Studio Kalangou au Niger et qui y sont associés pour leur aide considérable dans le cadre de ce projet et à tout le personnel de la Fondation Hirondelle à Lausanne pour leur aide et leur soutien et pour nous avoir donné accès à des données pertinentes. Nos remerciements particuliers vont à Sacha Meuter, coordinateur de la recherche à la Fondation Hirondelle, et à Maria Tomlinson, assistante de recherche dans les premières phases du projet.

Image de couverture : une carte du Niger qui montre le réseau des radios partenaires de Studio Kalangou (lors de la réalisation de l'étude en 2018). Studio Kalangou.

CONTENTS

Sommaire	4	Section 3: Les perceptions de l'empowerment dans les discours diffusés par le Studio Kalangou correspondent-elles à celles des auditeurs ?	25
Résumé des principaux résultats	5	- Série sur les mariages d'enfants	28
Recommandations	6	- Associations et solidarité	28
Introduction	7	- L'éducation des jeunes filles	29
Méthodologie	8	- Le rôle de facilitateur des ONG	30
Section 1: Comment les femmes sont-elles représentées par le Studio Kalangou ?	11	- Les femmes et la politique	31
- Présentateurs	12	- Leadership	32
- Invités et présentateurs	13	- Participation à la vie politique	32
- Inclusion géographique des programmes du Studio Kalangou	14	- Éducation et formation pour toutes les femmes	33
Section 2: Comment les femmes se caractérisent-elles selon Studio Kalangou ?	17	- Thèmes pour les émissions futures	34
- Choix lexicaux	18	- Petits commerces et emploi	34
- Styles et dispositifs	20	Section 4: Quel est l'impact du discours du Studio Kalangou et de ses perceptions de l'empowerment des femmes sur les auditeurs ?	37
- Informations et conseils fournis par le Studio Kalangou	22	- Série politique et femmes	38
		- Série sur les mariages d'enfants	42
		Travaux futurs	44
		References	45

SOMMAIRE

Cette étude a été menée entre avril 2018 et juillet 2019 dans le but d'évaluer l'impact des émissions radiophoniques du Studio Kalangou sur les droits et l'« *empowerment* » des femmes au Niger. Elle a consisté en :

- Une analyse de contenu d'environ 60 heures de programmes radiophoniques diffusés en 2018 par le Studio Kalangou au Niger.
- Une série de 40 groupes de discussion, dont 20 ont eu lieu avant et 20 après la diffusion des programmes.
- Deux ateliers d'échange de connaissances au Niger avec des représentants des médias, des organisations de la société civile, des ONG et des donateurs, organisés avant et après la diffusion des programmes.
- Un troisième et dernier atelier d'échange de connaissances, à la fin de la recherche.

L'étude a abordé les questions suivantes :

- Comment les femmes et l'*empowerment* des femmes sont-elles représentées dans les discours diffusés par le Studio Kalangou ?
- Comment ce discours est-il perçu par les audiences et ce qu'elles en attendent ?
- Est-ce que la sensibilité à la thématique de l'*empowerment* des femmes dans les discours diffusés par le Studio Kalangou correspond à celle des audiences ?
- La radio peut-elle avoir un impact sur son audience en ce qui concerne l'*empowerment* des femmes, et si oui, quel est cet impact et comment peut-il être identifié et mesuré ?

Cette étude a été menée entre avril 2018 et juillet 2019 dans le but d'évaluer l'impact des émissions radiophoniques du Studio Kalangou sur les droits et l'« *empowerment* » des femmes au Niger.

RÉSUMÉ DES PRINCIPAUX RÉSULTATS

Concernant la radio et les audiences :

- La radio reste une des principales sources d'information au Niger et, sur la base des données recueillies au cours de l'étude, elle est avant tout écoutée via les téléphones portables. L'utilisation des médias sociaux pour accéder aux sources d'information, y compris la radio, reste limitée.
- Bien que la radio demeure la principale source d'information parmi les répondants plus âgés des groupes de discussion, les jeunes participants manifestent peu d'intérêt pour la radio et préfèrent les médias sociaux.
- Il existe des différences générationnelles entre les auditeurs plus âgés et les plus jeunes. Les auditeurs plus âgés sont catégoriques sur ce que les jeunes devraient faire, ce qu'ils devraient aimer et ce qu'ils devraient écouter. Les opinions de deux groupes sont ainsi divergentes.

Concernant le Studio Kalangou et l'empowerment des femmes :

- L'*empowerment* des femmes, selon les émissions, est un processus à long terme et affecte les femmes en tant que membres d'un groupe. En revanche, selon les auditeurs, l'*empowerment* doit s'inscrire davantage dans leur vie quotidienne, et se situer à un niveau plus personnel, plus micro.
- Les programmes axés spécifiquement sur les femmes, bien que nécessaires et bénéfiques, peuvent aussi isoler les informations et thématiques qui les concernent dans la mesure où ils s'écartent de la vision idéale de la femme dans une société patriarcale.
- L'égalité des sexes, qui émerge déjà dans les programmes généraux du Studio Kalangou, doit être encouragée et réalisée dans tous les programmes afin de toucher plus d'auditeurs.
- Il existe des changements de comportement chez les auditeurs à la suite des émissions du Studio Kalangou. Les données récoltées démontrent une amélioration générale et une prise de conscience spécifique du sujet et des thèmes abordés.
- Il y a des différences entre les priorités éditoriales du Studio Kalangou et celles des auditeurs.

Concernant les émissions du Studio Kalangou :

- Dans les émissions consacrées aux thématiques genre, la majorité des intervenants sont féminins, cependant, la majorité du temps de parole est occupée par des hommes.
- Certains champs lexicaux (positifs) dominant et façonnent les représentations des femmes et de leur *empowerment*.
- Certains styles et techniques éditoriales (telles que les témoignages et anecdotes), la personnalisation et les références géographiques renforcent la pertinence des contenus et les rendent plus mémorables pour les audiences, en particulier lorsqu'ils sont combinés. Toutefois, les programmes font majoritairement référence à la capitale, au détriment des provinces plus éloignées.
- Les informations concernant les conseils et orientations sont majoritairement génériques et les informations spécifiques sur ce qui peut être fait pour répondre aux problèmes soulevés sont rares.

RECOMMANDATIONS

- Reconnaître l'écart entre le nombre d'apparitions des invités (hommes/femmes) et des présentateurs et leur temps d'antenne. Sensibiliser davantage les journalistes et les présentateurs à l'importance de donner la parole aux intervenants féminins et au fait qu'une représentation féminine sans prise de parole équivaut à une absence. Cette attention contribuera à une approche transformatrice en matière de genre.
 - Encourager les présentateurs à poser des questions mieux ciblées pendant les débats afin de permettre aux invités de structurer davantage leurs réponses.
 - Sensibiliser davantage les journalistes et les présentateurs à l'utilisation et à l'impact positifs de certains outils rhétoriques et lexicaux.
 - Intégrer plus largement les témoignages, en tant qu'exemples de bonnes pratiques, dans toute la gamme des programmes, et pas seulement dans les magazines. Continuer à mettre l'accent sur les noms des invités ainsi que sur les noms de lieux pour rendre les messages mieux mémorisables.
 - Reconnaître et traiter des différences de perception entre les émissions et les auditeurs concernant l'*empowerment* des femmes et les moyens d'y parvenir. Aider les audiences à s'identifier au contenu proposé, mais aussi améliorer le ciblage des audiences et de leurs besoins :
 - Effectuer un profilage régulier et détaillé de l'audience afin de mieux établir les priorités éditoriales. Couvrir un large éventail d'auditeurs (plus âgés/plus jeunes ; hommes/femmes ; ruraux/urbains ; groupes ethniques différents, etc.)
 - Mettre en lumière des exemples de femmes issues de milieux moins privilégiés et leurs parcours vers l'*empowerment*.
 - Fournir davantage d'informations sur ce qui peut être fait au niveau local, par l'intermédiaire des radios partenaires et de leurs associations.
 - Mieux intégrer les besoins et les intérêts des auditeurs dans les objectifs visés par les émissions. Utiliser plus d'exemples auxquels les auditeurs peuvent s'identifier afin d'éviter trop d'abstraction et de personnifier les problématiques abordées. L'utilisation de Témoignages est utile à cet égard
 - Porter une plus grande attention aux références géographiques dans les programmes. Vérifier que la provenance des rapports est systématiquement mentionnée, mais aussi que l'information géographique est répétée ou du moins clairement énoncée.
 - Encourager plus de jeunes à écouter la radio :
 - les sensibiliser par la musique et les sketches
 - intégrer davantage la parole des jeunes, notamment à travers leurs médias de prédilection
 - Intégrer les réseaux sociaux à l'espace de parole
 - Présenter la politique comme une carrière viable pour les jeunes femmes
-

INTRODUCTION

Ce rapport examine les résultats d'une étude d'impact fondée sur des données probantes de deux séries d'émissions radiophoniques sur les femmes diffusées par le Studio Kalangou au Niger.

Il a été mené par le projet de recherche *FemmpowermentAfrique*¹ de l'Université de Sheffield à la demande de la Fondation Hirondelle, l'organisation suisse de développement des médias qui a créé et dirige le Studio Kalangou. Notre objectif général était d'identifier les pratiques apportant des résultats positifs et de fournir des recommandations qui pourraient être mises en œuvre non seulement par le Studio Kalangou au Niger mais aussi par les autres studios de radio de la Fondation Hirondelle dans des pays tels que la RDC, le Burkina Faso, le Mali, entre autres.

L'inégalité généralisée entre les sexes touche le Niger. Le taux de mariage des enfants est de 75 % et un tiers des adolescentes se marie avant l'âge de 15 ans (UNFPA, 2012). Les taux d'alphabétisation sont faibles avec un pourcentage d'achèvement du secondaire de 15,9% pour les filles (39,99% pour les garçons)(Save the Children, 2016). La polygamie est également étendue. La violence à l'égard des femmes est répandue et les

mutilations génitales féminines (MGF) sont courantes malgré leur caractère illégal (Thompson Reuters, 2018). Il s'agit d'une société essentiellement patriarcale et religieuse et les femmes n'ont pas le même statut juridique que les hommes devant les tribunaux traditionnels et coutumiers. Bien qu'elles soient des parties prenantes importantes dans de nombreux aspects de la vie quotidienne, les femmes, dans de nombreux cas, sont privées de tout pouvoir ; elles ont besoin de plus d'informations sur leurs droits et d'une voix plus forte dans la société (Heywood et al., 2019).

La principale source d'information des Nigériennes reste la radio, qui est particulièrement bien adaptée pour atteindre les communautés marginalisées et isolées dans un environnement où, selon de récentes enquêtes, 91% de la population ne lit pas la presse écrite, 89% n'utilise jamais les médias sociaux et 88% n'utilise jamais Internet (afrobaromètre, 2019).

Dans ce contexte, le Studio Kalangou diffuse quotidiennement des programmes d'information de deux heures en cinq langues depuis la capitale, Niamey. Studio Kalangou ne dispose pas de ses propres capacités de diffusion, mais emploie un réseau de 38 radios partenaires qui diffusent les programmes Studio Kalangou en utilisant leurs propres fréquences FM. Selon les groupes de discussion d'auditeurs, on ne peut pas toujours faire confiance aux informations diffusées par les radios, mais les programmes de Studio Kalangou sont eux largement perçus comme indépendants.

MÉTHODOLOGIE

L'étude a utilisé une approche mixte. L'analyse consiste en 60 heures d'émissions radiophoniques du Studio Kalangou à la recherche de mots-clés positifs et négatifs, d'expressions, de références géographiques, de la proportion du temps d'antenne occupé par des voix masculines et féminines, de thèmes dominants, etc.

L'étude a également tenu compte des catégories d'auditeurs (âges, public, quelles stations de radio, habitudes des médias sociaux, appareils, niveau d'éducation, état matrimonial).

20 groupes de discussion ont été organisés à deux reprises avec des auditeurs des stations de radio partenaires du Studio Kalangou à Niamey et dans les environs. La première série de groupes de discussion a eu lieu avant la diffusion des programmes et la deuxième série après. Les auditeurs ont été regroupés en fonction de leur emplacement (urbain ou rural), de leur sexe et de leur état civil (mariée/non-mariée). 10 des 20 groupes de discussion ont été organisés dans trois stations de radio urbaines (Alternative, Challenge et Radio Scout) et les 10 autres dans trois autres stations de radio rurales (Birni Ngaouré, Karma et Say).

Deux ateliers d'échange de connaissances ont également été organisés à Niamey, l'un avant les émissions et l'autre après, dans le but de recueillir les réactions et les conseils des représentants invités des médias, des organisations de femmes de la société civile, des ONG et des donateurs.

Un troisième et dernier atelier d'échange des connaissances a eu lieu à la fin de la recherche.



Photo : Le studio d'une radio partenaire de Studio Kalangou à Niamey. Ollivier Girard / Fondation Hirondelle.

LES ÉMISSIONS

L'étude a analysé deux séries de programmes sur les femmes diffusés par Studio Kalangou en 2018. La première série portait sur les femmes et la politique, et la seconde sur le mariage des enfants. Chaque série de programmes consistait en des forums de 45 minutes (émissions de débats) et des magazines de 3 minutes. La série sur la politique a porté sur le contexte de la participation des femmes à la vie politique, les quotas, la mobilisation de l'électorat (féminin), la gouvernance locale, la participation politique des femmes au Niger et les femmes dans l'exécutif. La série sur les mariages d'enfants portait sur les moyens de recours, le mariage des enfants et l'Islam, les risques pour la santé, le cadre juridique, le rôle de la police, l'éducation, la participation des ONG et les pratiques traditionnelles.

Une semaine de contrôle a également été choisie au hasard pour l'analyse. Tous les forums, magazines et programmes d'information diffusés en français durant cette semaine ont été examinés et les résultats ont été comparés à ceux des deux séries consacrées aux femmes.

HABITUDES DES AUDIENCES

- 93 % de tous les répondants avaient un téléphone d'une sorte ou d'une autre avec des distinctions faites entre un « Smartphone » et un téléphone mobile classique, considéré comme le « mauvais type de téléphone » car ne permettant pas l'accès aux médias sociaux.
- Les dépenses de crédit téléphonique varient selon les groupes : les hommes dépensent le plus (2000 à 7500 CFA par mois), les femmes et les jeunes dépensent en moyenne de 2000 CFA par mois.
- L'utilisation des médias sociaux varie. Les répondants plus âgés considéraient que c'était pour les jeunes ; de nombreuses jeunes travailleuses l'utilisaient pour le travail ; les jeunes citadins, dont la plupart étaient sur Facebook et WhatsApp, les considéraient essentiels pour l'interaction sociale et préféraient passer du temps sur WhatsApp que d'écouter la radio ; les jeunes ruraux n'étaient pas connectés.
- Les hommes et les femmes écoutent la radio séparément ; les hommes dans les fadas ou seuls, et les femmes seules, mais ils peuvent parfois discuter des programmes par la suite quand ils sont ensemble. Les messages radiophoniques sont donc envoyés séparément à deux publics différents qui n'en discutent pas nécessairement ensemble.

L'EMPOWERMENT DES FEMMES

L'*empowerment* est un terme difficile à définir (Kabeer, 1999 ; Cornwall et Eade, 2010 ; Ewerling et al., 2017) et peut être considérée comme « la capacité des individus à faire des choix stratégiques dans un contexte où cette capacité leur était auparavant refusée » (Kabeer, 1999: 437). Il y a deux niveaux d'*empowerment*. Il s'agit de choix de premier et de second ordre (Kabeer, 1999; Jansson, 2014), le premier étant à un niveau plus macro, par exemple, s'engager dans la politique (Arestoff et Djemai, 2016), et le second étant davantage axé sur « les décisions quotidiennes qui n'affectent pas le résultat global de la vie d'une femme » (Kabeer, 1999: 437). Ces niveaux, et le fossé qui les sépare, apparaissent clairement lorsque l'on se demande si les perceptions de l'*empowerment* féminine du Studio Kalangou reflètent celles de son public, et soulignent la complexité entre les situations réelles et l'image réductrice parfois peinte par les émissions du Studio Kalangou.



SECTION 1:

COMMENT LES FEMMES SONT-ELLES REPRÉSENTÉES PAR LE STUDIO KALANGOU ?

Les invités féminins dominent par le nombre de fois qu'ils apparaissent dans les programmes, pourtant ce sont les invités masculins qui parlent le plus et occupent le plus de temps d'antenne. L'inclusion géographique des programmes et les références régionales favorise la capitale. D'autres régions plus éloignées ne sont que peu ou pas mentionnées.

COMMENT LES FEMMES SONT-ELLES REPRÉSENTÉES PAR LE STUDIO KALANGOU ?

PRÉSENTATEURS

Nombre d'interventions par rapport au temps d'antenne

Le rôle des présentateurs, leur prise de parole et façon de présenter un sujet ou un invité, a un effet profond sur l'intérêt et la capacité d'écoute du public. Dans les forums des deux programmes sur les femmes, il y avait quatre présentateurs : trois femmes et un homme. Au cours des forums et des magazines, il y a eu sept présentatrices et trois présentateurs (y compris des correspondants et des journalistes). La prédominance des intervenantes féminines peut s'expliquer par l'accent mis sur les femmes dans les émissions. Les présentateurs masculins apparaissent sur 16 % de l'ensemble des programmes, mais leurs interventions représentent, en moyenne, 38 % de la durée totale de l'ensemble des programmes. En d'autres termes, bien que les présentateurs masculins apparaissent moins souvent que leurs collègues féminins, ils occupent plus de temps d'antenne. Comparativement à la semaine de contrôle d'octobre, ces chiffres étaient plus équilibrés, le ratio des apparitions hommes/femmes étant de 53/47. Toutefois, les présentatrices ont parlé plus que leurs homologues masculins (54/46 respectivement) au cours de la semaine d'octobre.

En résumé, les présentateurs ont eu plus de temps d'antenne que les présentatrices pendant les émissions, malgré le fait qu'il y avait plus de femmes. Au cours de la semaine de contrôle, le ratio des sexes était plus équilibré (mais il y avait encore plus d'hommes), cependant, les présentatrices avaient plus de temps d'antenne, sous-entendant par là que les sujets axés sur les femmes doivent être gérés par des présentateurs masculins.

Techniques d'entrevue

L'analyse qualitative des contributions des présentateurs révèle des éléments de bonnes pratiques ; par exemple, de nombreuses questions sont concises et pertinentes et permettent à la conversation de se dérouler. Si nécessaire, les réponses précédentes sont résumées et reformulées, une technique qui est utile pour les auditeurs, en particulier lorsqu'ils utilisent la radio comme support secondaire. Néanmoins, il y a des cas où ces techniques auraient pu être utilisées plus efficacement. Dans plusieurs forums, les invités peuvent parler jusqu'à six ou sept minutes sans interruption et la question du présentateur, lorsqu'elle arrive, ne fournit aucun lien avec les renseignements précédents. Il est donc difficile pour les auditeurs de reprendre le fil de la conversation avant que la prochaine réponse potentielle de quatre minutes ne soit donnée.

Bien que les questions succinctes prédominent, il y a aussi une tendance à finir les phrases des invités pour eux. Cela augmente le nombre d'interventions du présentateur et n'est pas toujours nécessaire ou utile. Il y a neuf exemples de cela dans un seul forum (série Mariage d'enfants).

En résumé, les présentateurs ont eu plus de temps d'antenne que les présentatrices pendant les émissions, malgré le fait qu'il y avait plus de femmes.

INVITÉS ET PRÉSENTATEURS

Les femmes et la politique

Les invités masculins du programme sur les femmes et la politique n'apparaissent que dans 9% des programmes (forums et magazines), alors que leur prise de parole représente 53% du contenu. En revanche, les invitées dominent en nombre d'apparitions (69%) mais ne constituent que 40% du contenu. De même, il existe un décalage entre le temps de parole et le nombre des présentatrices. Elles sont 22% à participer à l'émission mais ne s'expriment que pour 7%. Il n'y a pas d'animateurs masculins dans la série sur les femmes et la politique (seulement dans la série sur les mariages d'enfants). Cette divergence est particulièrement importante à la radio, où, en raison de l'absence de présence visuelle, l'apparence n'est signalée que par les interventions orales des participants.

La majorité des invités de la série politique sont des femmes. Cela pourrait donner l'impression que la représentation des femmes en politique - le sujet de la série - est une question qui ne concerne que les femmes. Cela irait à l'encontre de ce que disent de nombreux invités. De plus, la présence d'un plus grand nombre d'invités masculins soulignerait davantage leur rôle nécessaire dans l'*empowerment* des femmes, même si, sur la base de ce qui précède, cela comporte le risque que la voix des hommes domine. Inviter davantage d'intervenants masculins qui non seulement soutiennent la participation des femmes à la vie politique, mais qui ont peut-être déjà joué un rôle dans l'*empowerment* des femmes en politique, peut inciter les auditeurs masculins à s'identifier plus facilement aux programmes et peut également renforcer le message que l'autonomisation des femmes n'est pas seulement une préoccupation des femmes.

Série sur les mariages d'enfants

La situation est similaire dans la série sur les mariages d'enfants. Encore une fois, le temps de parole des invités masculins (41 %) est proportionnellement plus important que leur nombre d'apparitions (34 %). Le pourcentage du temps de parole des présentateurs et des présentatrices est également plus élevé que leurs interventions. L'augmentation du nombre d'apparitions des présentateurs et des invités masculins se fait aux dépens des invitées dont le temps de couverture est considérablement réduit par rapport à leur pourcentage d'apparitions (41 % par rapport à 23 % pour la présentation).

Recommandation

Les équipes éditoriales devraient noter l'écart entre le nombre d'apparitions des invités et des présentateurs et la quantité de discours qu'ils tiennent s'ils veulent mettre en œuvre une approche transformative en matière de genre. Inviter des intervenants à participer à des programmes en utilisant une approche équilibrée entre les sexes ne peut aboutir à des discussions équilibrées que si les invités ont des chances égales de s'exprimer.

COMMENT LES FEMMES SONT-ELLES REPRÉSENTÉES PAR LE STUDIO KALANGOU ?

INCLUSION GÉOGRAPHIQUE DES PROGRAMMES DU STUDIO KALANGOU

Les deux programmes

Les références à la capitale dominent au cours des deux programmes. Cela peut avoir pour effet que des populations à l'extérieur de la capitale se sentent mises à l'écart ou que ce public provincial ne considérera pas la discussion comme pertinente pour eux. De plus, certaines régions ne sont pas mentionnées du tout. Par exemple, au cours de toutes les émissions, Agadez et Diffa, deux villes importantes, ne sont jamais mentionnées.

Néanmoins, les audiences se souvenaient de l'information lorsqu'elle était associée à un nom de lieu. Les personnes interrogées ont fourni des informations, avec des citations, sur des programmes diffusés à partir de ou concernant la ville de Zinder à plusieurs reprises. Maradi, en tant que lieu, a également été mentionné lorsque les auditeurs se sont souvenus des conséquences traumatisantes diffusées pendant les séries de programmes sur les mariages d'enfants, telles que les fistules.

Comparaison avec la semaine d'octobre

Au cours de la semaine d'octobre, où l'on discute d'une gamme complète de sujets, l'équilibre entre les régions n'est pas non plus réalisé. Il y a plus de références aux régions que dans les programmes de type « séries », mais Niamey domine toujours. En effet, le total de citations de la capitale est presque égal à l'ensemble des références de toutes les autres régions.

Par rapport aux programmes "séries", les chiffres du mois d'octobre pour le nombre total de programmes contenant des références géographiques montrent un meilleur équilibre entre les régions. Toutefois, il peut s'agir d'une simple référence à une région au cours d'une émission et l'auditeur peut facilement la manquer. Des références plus fréquentes permettraient d'accroître l'inclusion des auditeurs et la pertinence de la discussion, et donc la pertinence potentielle de la question. Cela suggère également que lorsqu'on se focalise sur un sujet particulier, ce qui est le cas pour les deux séries, les références régionales (par exemple, l'origine du programme ou le lieu de résidence des individus) sont moins importantes, ce qui a pour effet de réduire la pertinence géographique des programmes pour les auditeurs.

Au cours de la semaine d'octobre, où l'on discute d'une gamme complète de sujets, l'équilibre entre les régions n'est pas non plus réalisé. Il y a plus de références aux régions que dans les programmes de type « séries », mais Niamey domine toujours



Photo : Dans le studio de Studio Kalangou à Niamey.
Olivier Girard / Fondation Hironnelle.

Recommandation

Une plus grande attention devrait être accordée aux références géographiques dans les programmes. Des programmes peuvent être diffusés à partir d'une région donnée, mais la pertinence et l'importance de cette particularité peuvent être perdues si ces informations géographiques ne sont pas répétées, ou du moins clairement énoncées. L'accent mis sur la capitale comporte le risque que les auditeurs des régions autres que Niamey se sentent mis de côté ou que la question discutée ne les concerne pas. Cela appuie la recommandation ci-dessus sur les entretiens et la nécessité de résumer et de répéter les informations pour rappeler les points essentiels aux auditeurs, indépendamment des contraintes de temps.



SECTION 2:

COMMENT LES FEMMES SE CARACTÉRISENT- ELLES SELON STUDIO KALANGOU ?

Certains champs lexicaux (positifs) dominant et façonnent les représentations des femmes et de leur *empowerment*. Des stéréotypes et des termes positifs sont utilisés pour caractériser les femmes et leurs actions dans les deux séries de programmes. Ce n'est pas toujours le cas pendant la semaine de contrôle d'octobre.

COMMENT LES FEMMES SE CARACTÉRISENT-ELLES SELON STUDIO KALANGOU ?

CHOIX LEXICAUX

Afin de déterminer comment les femmes et les sujets liés aux femmes étaient caractérisés par les présentateurs et les invités, les mots utilisés dans les émissions ont été codés en cinq catégories : actif, inactif, positif, négatif et neutre. Comme on pouvait s'y attendre, des discours différents prévalent dans les deux séries qui couvrent des sujets différents.

Les femmes et la politique

Cette série est façonnée par une forte prépondérance de mots positifs et actifs qui proviennent de domaines sémantiques militaires ou combatifs et qui servent à soutenir le message global de la nécessité pour les femmes d'affirmer leurs droits, d'être fortes et de participer pleinement à la vie politique (*pouvoir, voix, lutter, combattre, saisir, avancer, solidarité, battre, un combat, bataille, tournant décisif, engagée, gagné, mobilisée, (grandes) battantes, violemment, (grandes) militantes, révolte, détermination, arracher, revendication, se réunir, révolution, réclamation, exigions, leaders, réguler les crises, galvaniser, militantisme, réagir, confronter, actives, s'imposer, engagée, participation, la femme peut, la force, efforts, menacer, militer, influente, déterminées...*). En effet, c'est la fréquence et la répétition de ces termes qui influencent les audiences et sont considérés comme étant à l'origine de leur motivation. Des termes plus neutres peuvent avoir moins d'effet.

Les stéréotypes positifs sont également largement utilisés, renforçant l'image des femmes (*une femme sait ce qu'elle peut faire, elle se demande : « qu'est-ce que je peux faire pour mon peuple, mon pays ? » elle veut occuper une place*

très importante pour gérer le pays ; elle croit en la solidarité entre femmes qui permet de déplacer des montagnes. Les femmes cherchent toujours à aller de l'avant ; elles se sont battues et continuent à se battre ; quand une femme décide de faire quelque chose, elle le fera jusqu'au bout ; elle ne va jamais se dérober à ses responsabilités ; quand on veut, on peut ; on travaille sérieusement pour essayer de trouver des solutions). En revanche, la semaine de contrôle d'octobre utilise plus souvent des stéréotypes négatifs et des termes inactifs ou négatifs pour caractériser les femmes (*Une femme reste soumise à son mari, c'est dans sa nature ; elle est traditionnelle, elle a sa culture ; c'est attachement à un homme ; mais ça, c'est la nature d'une femme ; elle reste traditionnelle ; elle a sa culture ; sa culture affirme qu'une femme doit rester en arrière-plan ; la femme ne doit pas répondre ; ne pas réagir ; elle est timide, molle, effacée, jamais considérée, pas représentée, vulnérable*).

La pratique de l'utilisation de stéréotypes positifs pourrait donc être transférée avantageusement à la programmation plus générale.



Photo: A Studio kalangou female journalist reporting in the streets of Niamey. Ollivier Girard / Fondation Hironnelle.

Série sur les mariages d'enfants

Les termes positifs sont également utilisés pour caractériser les femmes dans la série des mariages d'enfants mais dans une moindre mesure (*inventive, capable de choses extraordinaires, incite aux changements, capable, filles superbes, belle, talentueuse*). En revanche, c'est la caractérisation de la femme inactive qui prévaut, ce qui reflète le sujet discuté (*la victime, non informée, en danger, dominante, soumise, faible capacité économique, en difficultés, est menacée, battue, timide, à la charge, un handicap*).

Cette série a cependant un discours prédominant d'éducation, de motivation et de sensibilisation. Une fois les faits présentés, le ton dominant n'est pas d'attribuer le blâme à la population, mais de fournir des informations claires sur le mariage des enfants et la loi, de trouver et d'offrir des solutions, de sensibiliser la population à la situation et de se concentrer sur la nécessité du dialogue. En

d'autres termes, en mettant l'accent sur l'empowerment par l'éducation, la série encourage le public à écouter plutôt qu'à s'antagoniser ou à se sentir accusé (*faire venir les parents, les écouter, solution à l'amiable, convocation des parents, on a trouvé une solution, campagnes de sensibilisation, dialogue communautaire, sensibiliser les gens, évolution des mentalités, protéger, éducation, informe, invite, vers qui se tourner, trouver des solutions, sensibiliser, intervention, médiation, chercher à savoir, aller parler, être mobilisés, sensibiliser les parents, en les informant, conciliation, leur expliquer, fournir une formation professionnelle, résoudre leurs problèmes, concilier, aider, sensibilisateurs, ce programme nous a vraiment ouvert l'esprit, plaidoyer, sensibilisation, médiation, c'est l'ignorance qui a guidé nos pas, servir de cas d'école*).

COMMENT LES FEMMES SE CARACTÉRISENT-ELLES SELON STUDIO KALANGOU ?

STYLES ET DISPOSITIFS

La « particularisation » des programmes, que ce soit par des témoignages, la localisation géographique ou l'inclusion des noms ou des rôles des personnes, rend l'information plus mémorable et est clairement démontrée ici, en particulier dans la série du mariage des enfants.

Témoignages

Outre les structures lexicales et rhétoriques qui servent à influencer les auditeurs, les programmes ont également incorporé d'autres caractéristiques stylistiques qui ont été rappelées par les auditeurs lors des groupes de discussion et, en étant mémorisées, renforcent le message diffusé. Il s'agit notamment de témoignages, qui sont de courtes déclarations orales ou des récits largement utilisés dans les magazines sur le mariage des enfants et qui sont reçus comme étant clairs et faciles à comprendre. Les témoignages racontent les expériences spécifiques de jeunes filles mariées depuis leur plus jeune âge ou qui se sont battues pour en sortir. Cela va des témoignages d'une jeune fille qui veut attendre jusqu'à 23 ans pour se marier, à l'histoire d'un conflit de mariage d'enfants qui s'est résolu facilement, à l'exemple d'un enseignant qui intervient et empêche certains mariages et alerte ensuite le chef de canton qui est capable d'en empêcher d'autres. Une illustration claire de l'action de la femme est donnée par « Nafissa » qui, enfant, a refusé le mariage parce qu'elle était consciente des risques associés et a pris des mesures pour rester à l'école : « *Je n'étais pas contente de l'annonce du mariage parce que j'allais encore à l'école. J'ai toujours préféré l'école pour éviter les conséquences d'un mariage*

précoce comme les complications lorsque des jeunes filles accouchent. J'en ai parlé avec mon ami qui à son tour est parti voir mon père [pour dire] que je ne souhaite pas me marier maintenant. »

Ce message a été renforcé par le témoignage de son père, qui a étendu la pertinence de la série aux auditeurs masculins. C'est un exemple clair de la façon dont le soutien des hommes à l'*empowerment* des femmes peut être incorporé dans les émissions de radio. L'impact positif de ces témoignages a été noté au cours de la deuxième série de groupes de discussion, lorsque non seulement de nombreux répondants se souvenaient des témoignages de façon précise et systématique, et se souvenaient aussi des messages qu'ils contenaient. L'histoire d'une jeune fille qui s'est mariée très jeune et qui a souffert d'incontinence après avoir accouché, et l'histoire d'une jeune fille qui a été forcée de se marier mais qui a dit à son professeur qu'elle voulait rester à l'école sont deux exemples de ces souvenirs de publics. C'est ce que le groupe de discussion des femmes célibataires de Birni Ngaouré et le groupe des femmes mariées de Say en janvier, entre autres, ont rappelé avec justesse.

Contrairement à la série sur les mariages d'enfants où les témoignages ont été efficaces, il y a eu très peu d'exemples de styles ou de dispositifs spécifiques utilisés dans la série sur les femmes et la politique pour des invités ou des événements et qui pourraient inciter les auditeurs à s'impliquer davantage. Les politiciens qui ont réussi les années précédentes sont interviewés, mais ils discutent d'événements qui remontent à des décennies et qui peuvent sembler abstraits. Par conséquent, ils ont peu de liens avec le présent. Compte tenu de ces invités et du peu d'information fournie, il est difficile de voir comment une personne pourrait passer de sa situation actuelle à celle d'un politicien. Les femmes politiques restent éloignées des réalités des auditeurs. L'utilisation de témoignages pourrait y contribuer.

Particularité des messages

Au cours des deux séries, près de quatre-vingts personnes, dont des invités, des présentateurs, des journalistes et des vox pops, ont participé aux émissions. Bon nombre d'entre eux, en particulier pendant les débats du forum, ont non seulement été clairement présentés, mais leurs noms ont été répétés fréquemment par les présentateurs. Leurs rôles et leurs positions dans la société ont également été clairement mis en évidence. Cette insistance et cette répétition ont fait en sorte que de nombreux noms d'invités ont été rappelés par les groupes de discussion (par exemple, Habsou Garba, la chanteuse et militante a été mentionnée plusieurs fois, tout comme Mariama Gamaitié, membre d'un parti politique). Bien que les noms spécifiques n'aient pas toujours été rappelés par les personnes interrogées, les rôles et les emplois l'étaient (le vice-maire de Say, Hama Safia, et la présidente de la Commune 3 de Niamey, Mariama Gambo, par exemple). Cela a contribué à ce que le message ou le thème discuté par ces personnes soit également rappelé.

Recommandation concernant les styles et les dispositifs

Les gens se souviennent de la particularité des témoignages – de brèves histoires personnelles ou des témoignages – et de la particularité des noms, des positions et des lieux géographiques des gens. Inclure des détails concrets comme ceux-ci et éviter les discussions abstraites et généralisées serait des moyens efficaces pour rendre les messages plus mémorables. En général, il faudrait intégrer plus largement les témoignages dans l'ensemble des programmes, et pas seulement dans les magazines. Dans la mesure du possible, il serait judicieux de les associer à des localisations géographiques et à des informations personnalisées afin d'augmenter le taux de mémorisation. Il faut continuer à introduire des noms de lieux et d'invités.

Au cours des deux séries, près de quatre-vingts personnes, dont des invités, des présentateurs, des journalistes et des vox pops, ont participé aux émissions.

COMMENT LES FEMMES SE CARACTÉRISENT-ELLES SELON STUDIO KALANGOU ?

INFORMATIONS ET CONSEILS FOURNIS PAR LE STUDIO KALANGOU

Bien qu'ils soient contraints par leurs propres politiques visant à fournir des informations indépendantes et n'influençant donc pas les opinions, même en faveur de femmes, des informations et des conseils sont fournis pendant les émissions et peuvent être utiles aux auditeurs, mais ils sont limités.

Mariage d'enfants

Malgré le fait que les deux séries se concentrent sur des questions d'actualité - l'augmentation de la participation politique des femmes et le mariage précoce - la série sur le mariage des enfants a été plus instructive et aussi plus inclusive sur le plan régional. Elle expose clairement le sujet et ses conséquences, souvent tabous, et recommande implicitement aux audiences de signaler les mariages d'enfants aux autorités. Le programme a discuté du processus de signalement d'un cas de mariage précoce, des démarches auprès de la police (la brigade des mineurs), des procédures juridiques et du rôle des ONG (et le rôle de certaines ONG sont utilement mentionnées, comme SOS FEVV). Des informations juridiques importantes et l'âge minimum pour se marier ont été fournis dans un certain nombre de magazines et de forums (lors de la première série de groupes de discussion, de nombreux auditeurs et auditrices n'étaient pas au courant de l'âge minimum légal). Tous ces renseignements généraux ont été étayés par des études de cas. Compte tenu de ce qui précède, il est plus probable que les auditeurs sauront à qui s'adresser dans le cas du mariage d'enfants.

Il y avait cependant des contradictions. Le Studio Kalangou a invité des intervenants, imams et enseignants, à prendre la parole contre le mariage des enfants. Les groupes de discussion ont déclaré qu'il ne s'agissait pas toujours de personnes fiables vers lesquelles se tourner et que ces invités n'étaient donc pas représentatifs. Par exemple, les femmes célibataires de Karma ont raconté qu'un enseignant avait épousé deux de ses élèves ; et six groupes de discussion féminins ont déclaré qu'ils ne signaleraient pas un cas de mariage d'enfants à un imam : « *Il va citer des versets du Coran qui disent que le mariage n'est pas interdit à tel âge. Donc, non, un imam n'essaiera pas d'empêcher un mariage précoce* ».



Photo : Une journaliste de Studio Kalangou fait une interview au marché à Niamey. Ollivier Girard / Fondation Hironnelle.

Série sur les femmes et la politique

Dans la série femmes et politique, bien que les présentateurs aient sollicité des solutions à la question de l'augmentation de la représentation et de la participation des femmes en politique, les réponses des invités ont été limitées et non suivies. Par exemple : « *Il y a des programmes pour l'émancipation des femmes, des programmes pour la formation professionnelle des femmes, et pour l'alphabétisation des femmes* », mais il s'agit de programmes généraux qui ne fournissent aucune information spécifique pour les audiences. Les exemples d'engagement politique sont rares (dans un forum, il a été fait référence aux programmes de formation au leadership organisés par CARE/MMD). En effet, les personnes interrogées ont déclaré que les programmes du Studio Kalangou ne leur donnaient pas de conseils sur la manière de participer à la vie politique et qu'elles apprécieraient une telle information.

Recommandation

Les bonnes pratiques mises en évidence dans la série des mariages d'enfants pourraient être reproduites dans d'autres séries sans enfreindre les politiques du Studio ; des informations supplémentaires pourraient être fournies pour suivre les progrès des femmes politiques au cours de leur carrière avec des exemples spécifiques. (Les programmes n'ont pas suffisamment répondu à la question « comment encourager les jeunes femmes d'aujourd'hui à s'intéresser à la politique ? » Ces femmes s'intéressaient davantage à leur propre carrière et à leur éducation.) Étant donné le manque d'intérêt des jeunes pour la radio et le besoin parallèle de sensibiliser et d'impliquer les jeunes femmes dans la vie politique, les émissions pourraient présenter la politique comme une carrière viable pour les jeunes femmes. Les contradictions entre les invités et l'image que les audiences ont de ces invités dans des contextes particuliers doivent être abordées.



SECTION 3:

LES PERCEPTIONS DE L'EMPOWERMENT DANS LES DISCOURS DIFFUSÉS PAR LE STUDIO KALANGOU CORRESPONDENT- ELLES À CELLES DES AUDIENCES ?

LES PERCEPTIONS DE L'EMPOWERMENT DANS LES DISCOURS DIFFUSÉS PAR LE STUDIO KALANGOU CORRESPONDENT-ELLES À CELLES DES AUDIENCES ?

Les perceptions de l'*empowerment* différaient entre le Studio Kalangou et les audiences sur deux fronts : les thèmes abordés et l'approche utilisée. Un certain consensus s'est dégagé sur les thèmes jugés importants pour l'*empowerment* (voir figure 1), les séries sur les mariages d'enfants s'alignant plus étroitement sur les opinions des auditeurs que les séries sur les femmes et la politique. Cependant, il n'est pas nécessaire de mesurer l'efficacité en termes d'alignement ; les auditeurs se sont rappelés des nouvelles informations fournies par la série sur la politique, ce qui est une marque de l'efficacité de la série.

La série sur la politique, en particulier, a abordé l'*empowerment* et les thèmes connexes à un niveau plus macroéconomique et dans le cadre d'un processus à long terme, où les femmes étaient perçues comme faisant partie d'un groupe. Les groupes de discussion, en revanche, ont discuté des thèmes à un niveau personnel. Les émissions étaient abstraites et ne fournissaient pas l'information spécifique souhaitée par les audiences.

Les réponses des groupes de discussion ont été comparées à l'analyse du contenu des émissions afin de déterminer comment chaque partie - les audiences d'une part, et les deux séries diffusées par Studio Kalangou d'autre part - percevaient le droit à l'égalité des femmes, et quels aspects de la vie des femmes ils considéraient les plus influents dans la réalisation de cette *empowerment*. Il y a eu un certain chevauchement entre les parties (voir figure 1). Tant les séries sur les mariages d'enfants que les groupes de

discussion ont convenu que les associations et la solidarité, l'éducation des jeunes filles et le rôle de facilitateurs des ONG contribuent à l'autonomisation des femmes. La série sur la politique, au contraire, a mis l'accent sur le leadership, l'éducation et la formation pour toutes les femmes et la participation à la vie politique. Les groupes de discussion ont mis l'accent sur les petits commerces et l'emploi, deux sujets qui n'ont pas été abordés par les émissions.

Des similitudes et des différences, qui ont été notées en ce qui concerne les thèmes, sont également apparues en ce qui concerne le niveau auquel ils ont été discutés ; la série politique a discuté des thèmes au niveau macro et les références étaient générales, sinon abstraites, alors que les groupes de discussion ont discuté de la manière dont les thèmes les affecteraient personnellement sur une base quotidienne. La série sur les mariages d'enfants tendait vers des rapports plus personnels qu'abstraites.

La série sur la politique, en particulier, a abordé l'*empowerment* et les thèmes connexes à un niveau plus macroéconomique et dans le cadre d'un processus à long terme, où les femmes étaient perçues comme faisant partie d'un groupe. Les groupes de discussion, en revanche, ont discuté des thèmes à un niveau personnel.

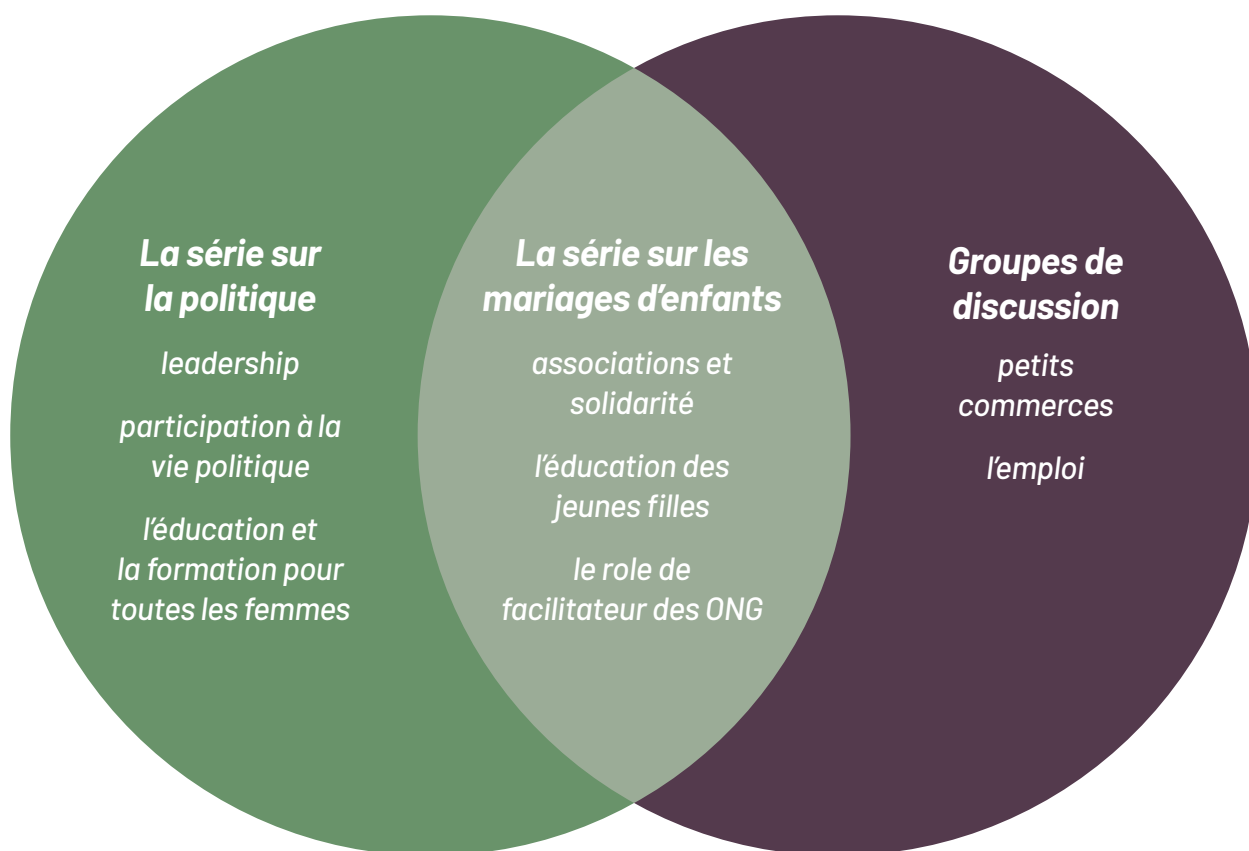


Figure 1 - Principaux thèmes abordés au cours des séries d'émissions du Studio Kalangou et par les auditeurs concernant l'empowerment des femmes

CE QUI A FONCTIONNÉ ET POURQUOI

SÉRIE SUR LES MARIAGES D'ENFANTS

La série sur les mariages d'enfants a été efficace et constitue un exemple de bonne pratique. C'est parce qu'elle couvrait des thèmes qui coïncidaient avec les désirs des audiences (associations et solidarité, éducation des jeunes filles, rôle de facilitateur des ONG) et aussi parce qu'elle mettait l'accent sur l'aspect personnel. Ceci a été réalisé grâce à l'utilisation de témoignages, de données personnelles des invités et de références géographiques.

Associations et solidarité

Les perceptions du rôle des associations et de la solidarité dans la série sur les mariages d'enfants correspondent à celles des audiences.

Il y avait de fortes similitudes entre la série de mariages d'enfants et les groupes de discussion en ce qui concerne le rôle des associations dans l'*empowerment* des femmes et la solidarité entre les femmes. L'*empowerment* pourrait être réalisé par le biais d'associations (féminines) formelles et aussi simplement en se soutenant les unes les autres. Les émissions mentionnent fréquemment, voire nommément, les organisations, associations et groupes créés par et pour les femmes. Il s'agit d'une approche personnelle et très locale qui rend l'information accessible à l'auditeur.

La perception qu'ont les répondants des associations reflète celle de la série des mariages d'enfants. Ils considéraient généralement les associations de manière positive et comme un outil utile pour accroître l'*empowerment* des femmes. Les membres de tous les groupes de discussion (hommes, femmes, personnes âgées et jeunes) ont fortement soutenu le rôle des associations dans la société, en particulier en ce qui concerne l'éducation, la formation et l'alphabétisation des adultes. Il est clair que les femmes peuvent recevoir des informations vitales en adhérant à des associations et à des groupes d'écoute et que cela bénéficierait à toute la famille, mais que beaucoup d'entre elles ne peuvent y assister si les groupes sont mixtes².

L'éducation des jeunes filles

L'accent mis dans cette série sur la nécessité d'éduquer les jeunes filles afin de promouvoir l'empowerment des générations futures était en accord avec les opinions des audiences. Le thème a également été abordé à un niveau personnel avec des exemples spécifiques.

La série considérait l'éducation sous toutes ses formes - bonnes ou mauvaises - comme faisant partie intégrante de la vie. Le manque d'éducation a été blâmé pour sa mauvaise compréhension du mariage précoce et de ses conséquences, et une meilleure éducation a été considérée comme une solution pour prévenir le mariage précoce par une plus grande sensibilisation. La scolarisation des filles doit être poursuivie non seulement parce que c'est leur droit, mais aussi parce qu'elle leur permettra de s'épanouir dans l'intérêt de tous. L'éducation, en tant qu'institution, a été présentée comme un lieu sûr possible pour protéger les filles contre le déplacement forcé en vue du mariage.

L'éducation et la scolarisation, dans leurs divers aspects, n'étaient pas représentées de manière abstraite, une critique qui peut être faite à l'égard de la série sur les femmes et la politique. Par ailleurs, des exemples spécifiques ont été donnés auxquels les auditeurs (âgés, jeunes, hommes et femmes) peuvent se référer et qui sont donc des exemples de bonnes pratiques. En incluant les témoignages masculins, les auditeurs masculins, qui avaient peut-être des opinions très arrêtées sur l'éducation, ont été directement ciblés. Les hommes des groupes de discussion ont utilisé l'éducation comme excuse pour garder les femmes à la maison. Ironiquement, s'efforcer d'obtenir une éducation pour leurs filles signifiait que beaucoup de femmes étaient empêchées de poursuivre leur propre éducation ou de poursuivre toute autre forme d'*empowerment* telle que la participation à la politique car cela signifiait que personne ne serait à la maison pour instruire les enfants. Les hommes ont également cité le coût de l'éducation comme un obstacle.

Les femmes mariées plus âgées qui ont participé aux groupes de discussion ont estimé qu'il était essentiel d'éduquer la prochaine génération de femmes. Nombre d'entre elles n'étaient pas instruites et étaient très conscientes des désavantages auxquels elles étaient confrontées du fait d'être peu instruites ou de ne pas avoir reçu d'instruction. Si leurs filles pouvaient recevoir une éducation (formelle), leur *empowerment* serait renforcé.

La série considérait l'éducation sous toutes ses formes - bonnes ou mauvaises - comme faisant partie intégrante de la vie.

CE QUI A FONCTIONNÉ ET POURQUOI

Le rôle de facilitateur des ONG

La série sur les mariages d'enfants et les groupes de discussion associaient positivement la contribution positive des ONG à la lutte pour l'empowerment des femmes (voir figure 1). Les émissions mentionnaient longuement les ONG, parfois par leur nom, parfois pour leurs activités (pour leurs programmes d'alphabétisation, par exemple) et les groupes de discussion ont confirmé que ces activités étaient effectivement des éléments essentiels de leur vie.

La série a invité des représentants d'ONG à participer à des débats en tant qu'invités ou à prendre la parole dans le cadre de programmes de magazines, afin de mieux faire connaître leurs organisations, activités et campagnes. Ils ont également fait référence à plusieurs ONG spécifiques, aux processus, à l'aide et aux conseils disponibles. Ces informations s'inscrivent dans un contexte juridique et des exemples clairs de la manière dont les individus ont été aidés par les ONG ou dont les filles peuvent obtenir de l'aide sont donnés.

Les groupes de discussion formés de personnes mariées ont appuyé cette idée et ont considéré les ONG comme un moyen pratique d'obtenir l'empowerment. Les actions dont ils ont parlé ont eu des répercussions sur leur vie quotidienne sur le plan personnel. Les ONG ont été citées comme une source vitale de crédit permettant aux femmes de mettre sur pied des activités génératrices de revenus, ce qui a permis d'aborder le thème toujours présent de l'argent. L'autre avantage des ONG pour ces femmes est que l'argent qu'elles gagnent n'est pas donné à leurs maris. Les ONG ne donnent pas l'argent aux maris : *"On ne donne pas l'argent au mari. Vous voyez, les ONG ne donnent pas de crédit aux hommes. Parce que les hommes, quand ils ont de l'argent, ils le dépensent immédiatement. Ils ne sont pas solvables, donc ils ne remboursent pas l'argent."*

Les auditeurs considèrent également les ONG comme une source importante d'information, de conseils et de formation. Il pourrait s'agir de gérer leur entreprise, de faire des bénéfices et d'épargner, autant d'éléments essentiels à l'empowerment des femmes, en particulier compte tenu de leur contribution financière à la famille. L'information et la formation des ONG, selon les groupes de discussion, s'étendent à l'alphabétisation, en particulier pour les femmes qui ont dû quitter l'école prématurément, à la santé, à l'utilisation des réseaux sociaux pour les femmes, au soutien concernant le mariage des enfants, la violence domestique, etc. Les répondants ont mentionné plusieurs ONG par leur nom, et l'information sur les réunions a été obtenue par le biais d'associations, du bouche-à-oreille, de la radio, de spots et de sketches.

Recommandation

Cette série a bien fonctionné en raison des thèmes communs et de l'accent mis sur les aspects personnels. Cette approche pourrait être adoptée dans d'autres séries.

L'inclusion de références à des thèmes tels que l'argent et les activités génératrices de revenus qui dominent les discussions des auditeurs renforcerait l'efficacité de la série.

QU'EST-CE QUI A FONCTIONNÉ, MAIS MOINS BIEN, ET POURQUOI ?

LES FEMMES ET LA POLITIQUE

La série sur les femmes et la politique s'est révélée moins efficace que la série sur les mariages d'enfants, dans la mesure où nombre des sujets abordés - et qui se sont révélés essentiels à l'*empowerment* des femmes - ne correspondaient pas aux désirs des auditeurs. Une grande partie de l'information diffusée dans le cadre de cette série a toutefois été rappelée par les groupes de discussion. Cela donne à penser que l'alignement sur les intérêts des auditeurs n'est pas une condition préalable pour être considéré comme un succès. La présentation de nouvelles informations sur de nouveaux sujets s'est également révélée être la clé d'une radiodiffusion efficace.

Par exemple, cette série, tout comme la série des mariages d'enfants, a invité des représentants d'ONG à participer aux débats en tant qu'invités et a aussi largement évoqué la nécessité des associations et de la solidarité comme moyen d'autonomiser les femmes. Toutefois, les principaux thèmes abordés étaient le leadership, l'éducation et la formation pour toutes les femmes et la participation à la vie politique (voir figure 1). Elle l'a fait de manière abstraite, en prenant ainsi une certaine distance par rapport aux audiances qui ont suggéré qu'ils voulaient des informations plus précises.

Néanmoins, au cours de la deuxième série de groupes de discussion, les audiances se sont souvenues d'une bonne partie de l'information diffusée dans cette série et ont également démontré des changements dans leur comportement (voir la section suivante). Bien que les audiances n'aient pas précisé, avant la diffusion, qu'ils voulaient l'information fournie dans cette série, cela ne veut pas dire qu'elle ne serait pas la bienvenue une fois diffusée. Il s'agit plutôt d'un cas où les auditeurs ne savent pas ce qui pourrait leur être offert. Fournir ce que les auditeurs pensent vouloir n'est pas nécessairement essentiel pour qu'un programme soit efficace.

QU'EST-CE QUI A FONCTIONNÉ, MAIS MOINS BIEN, ET POURQUOI ?

Leadership

Les discussions sur le leadership, bien qu'intéressantes pour les audiences, sont restées éloignées des réalités de la vie des femmes.

En raison de sa nature même, cette série traite en détail de la représentation des femmes au gouvernement. Elle a examiné les difficultés passées et présentes de la lutte contre la discrimination et du renforcement du leadership des femmes. Un ton ambitieux a prévalu : « *on voudrait avoir une femme présidente de l'assemblée nationale, beaucoup de femmes présentes dans la commission, et des femmes au sein du bureau de l'assemblée* » et, bien que cela ait été associé à des explications sur les quotas, qui touchent tous les niveaux de la société, le thème est resté éloigné de la réalité de nombreuses femmes. La série a tenté de mobiliser les femmes pour qu'elles deviennent des dirigeantes et prennent des postes de responsabilité - « *il y a encore des batailles à mener pour qu'il y ait une meilleure visibilité des femmes dans l'arène politique* » - mais il n'y avait aucune information spécifique pour conseiller les femmes sur la manière de le faire.

Participation à la vie politique

Les audiences, tout en étant favorables à la participation politique, souhaitent des informations plus précises sur la manière d'accroître leur participation. Ils devaient également être en mesure de s'identifier plus étroitement avec les invités dans les programmes.

Il y a eu peu d'alignement entre l'accent mis sur la participation des femmes à la vie politique dans cette série et les thèmes abordés par les auditeurs. Au lieu de cela, un fossé s'est creusé entre ce qui était diffusé et ce qui était demandé, même parmi les auditeurs (femmes) qui avaient la capacité et le statut d'apporter des changements dans la société. Bien que de nombreux auditrices mariées aient démontré une certaine volonté de se battre pour leurs droits ou de soutenir les autres, elles n'avaient pas l'impression de recevoir une information suffisante ou appropriée pour

compenser leur méconnaissance des changements qui pourraient être apportés ou de la façon dont ils pourraient l'être. L'information était de nature générale. Peu d'exemples personnalisés ont été donnés et ceux qui ont été donnés étaient des exemples historiques. Il n'est pas clair non plus comment les femmes, utilisées comme exemple de celles qui ont réussi dans la société, ont atteint leur position. Les audiences n'ont donc pas pu s'identifier à ces exemples. Il y avait aussi peu, voire pas du tout, de références aux jeunes, en dépit du fait que de nombreux invités aux programmes voulaient de toute évidence informer l'ensemble de la population sur la participation des femmes à la vie politique.

Groupes de discussion sur le leadership et la participation à la vie politique

De nombreux répondants voient d'un bon œil la participation à la société par le biais de l'engagement politique. Devenir maire, même au niveau local, semblait possible pour les femmes en général, mais hors de la portée réelle de la majorité d'entre elles. Les femmes interrogées ont déclaré qu'elles se heurtaient à de nombreux obstacles, notamment le manque de fonds, l'absence de permission de leur mari et le fait de ne pas être ou de ne pas se sentir suffisamment instruites. Le succès, s'il est réalisable, ne sera possible qu'avec le soutien et la solidarité d'autres femmes.

Les répondants de tout âge et des deux sexes ont affirmé qu'ils prenaient au sérieux les politiciennes et les dirigeantes politiques, mais qu'ils ne pouvaient pas toujours s'identifier aux invitées de la série sur la politique parce qu'ils les considéraient comme plus privilégiées. Le message véhiculé par les émissions est donc resté hypothétique. Ils comprenaient cependant mieux le processus politique après avoir écouté les émissions.

Un fossé générationnel s'est creusé en ce qui concerne la participation à la vie politique, qui n'a pas été suffisamment pris en compte dans les émissions. Les plus jeunes membres des groupes de discussion non mariés ont montré

peu d'intérêt pour la politique en général, préférant leur vie sociale, passant du temps sur leur téléphone portable et considérant que la politique n'était « pas pour eux ». Les groupes mariés plus âgés avaient des opinions bien arrêtées sur ce que les jeunes générations devraient aimer, devraient faire et devraient s'intéresser, préconisant une plus grande participation des jeunes (hommes et femmes) à la politique. Bien que la série sur la politique ait largement débattu de l'encouragement de la participation des jeunes à la vie politique, des solutions et des approches spécifiques pour y parvenir n'ont pas non plus été envisagées.

Éducation et formation pour toutes les femmes

Dans la série femmes et politique, l'éducation et la formation pour toutes les femmes (et pas seulement pour les jeunes filles) sont essentielles à l'empowerment et constituent la base de toute amélioration de la vie. Il était également évident que le manque d'éducation ne devait pas entraver les progrès. Néanmoins, ces objectifs à long terme ne correspondaient pas clairement aux souhaits des répondants en matière d'éducation qui, une fois de plus, souhaitaient des informations spécifiques plutôt que des références abstraites.

La série sur les femmes et la politique a couvert l'éducation de manière spéculative et en tant qu'outil général, qui pourrait accroître la participation politique des femmes : « *Je pense que la scolarisation des filles, l'éducation, l'alphabétisation des femmes, c'est vraiment l'un des facteurs sur lesquels il faut se pencher si nous voulons une meilleure participation des femmes en politique* ». Cette série suggérait que le manque d'éducation affectait toute la société, hommes et femmes, mais qu'il existait un fossé entre les femmes instruites et celles qui ne l'étaient pas (et, respectivement, entre celles ayant accès ou pas aux opportunités associées), ce qui a été confirmé par les groupes de discussion. Il n'y a eu que peu, voire aucune, solutions proposées ni même discutées pour pallier le manque d'éducation qui imprègne la société.

Le fossé mentionné dans l'émission, entre les femmes instruites et celles qui ne le sont pas, a été confirmé par les femmes mariées dans les groupes de discussion. Les femmes mariées ont déclaré que l'éducation formelle était destinée à la jeune génération et non à elles. Leur chance avait disparu. Elles ne pouvaient pas se sentir concernées par l'information contenue dans les émissions ou par l'encouragement à s'instruire. Il est réaliste de penser que leur *empowerment* ne pourrait passer que par l'éducation de base, qui pourrait être obtenue par de simples échanges informels d'informations, largement disponibles par le biais d'associations – elles ont mentionné l'obtention d'informations sur l'élevage caprin et les cultures, par exemple – ou plus formellement sur l'alphabétisation plus tard dans la vie, auprès des ONG. Des renseignements précis sur la formation, le financement et le soutien de cette éducation étaient nécessaires. L'importance des ONG dans la société a été particulièrement ressentie parmi le groupe important de la population féminine simplement classée comme « analphabète ».

Recommandation

Bien qu'il y ait moins d'harmonisation entre les émissions et ce que veulent les groupes de discussion, de nombreux aspects de l'information sont encore rappelés, de sorte que la série est efficace. La fourniture de nouvelles informations, qui est le point fort de cette série, pourrait être renforcée par une plus grande personnalisation. Fournir également des renseignements et des références plus précis. Cela permettrait aux audiences de mieux s'identifier aux thèmes.

QU'EST-CE QUI POURRAIT FONCTIONNER ET POURQUOI ?

THÈMES POUR LES ÉMISSIONS FUTURES

Deux autres thèmes ont été constamment soulevés par les groupes de discussion, mais ils ont été à peine couverts par les deux séries (voir figure 1). Ces thèmes étaient les petits commerces et l'emploi.

Petits commerces et emploi

Les émissions comportaient très peu de références directes à l'argent ou à la pauvreté alors qu'il s'agissait de la priorité des audiences, révélant une fois de plus les différences de perception de l'empowerment ; les émissions se concentraient sur des choix plus abstraits de premier ordre et les audiences se concentraient sur des choix immédiats qui les touchent quotidiennement, notamment leur capacité à créer et exploiter des petits commerces et à trouver un emploi.

Les références à l'argent dans les émissions étaient principalement liées au mariage d'enfants et aux dettes encourues par le prix du mariage et au fait qu'une jeune fille était souvent un fardeau financier à décharger le plus tôt possible par le mariage. L'emploi, quelle qu'en soit la forme et aussi maigre que soit son revenu, ne contribuait pas de manière significative au discours général des émissions, mais était pourtant d'une importance primordiale pour le public.

L'argent et la lutte pour la survie ont dominé toutes les conversations avec les auditeurs, les autres aspects de la vie - l'éducation, la politique, les ONG et les associations - ayant une importance secondaire en comparaison. L'information sur l'argent et les moyens de l'obtenir était

primordiale. Beaucoup de femmes interrogées, d'épouses ou de mères, dirigeaient un petit commerce. Certains voulaient le faire, mais n'avaient pas les fonds nécessaires ou les connaissances requises pour en acquérir un. Les répondants de sexe masculin appuyaient également leurs épouses dans la gestion de petites entreprises, mais ils n'étaient pas tous favorables à ce qu'elles quittent le foyer pour le faire ou qu'elles se joignent à des associations pour obtenir de l'information.

Tous les groupes ont exprimé un vif intérêt à recevoir davantage d'informations sur les petits commerces à partir d'émissions radiophoniques, en particulier les hommes, les femmes pouvant utiliser la radio pour s'informer depuis leur domicile.

Recommandation

Pour réussir, les émissions qui abordent ces thèmes doivent s'inspirer des points qui ont permis l'efficacité des deux séries, des nouvelles informations qui ont fonctionné dans la série politique et de la personnalisation qui a fait la force de la série sur le mariage des enfants.



Recommandations concernant la section 3

- Un meilleur profilage de l'auditeur est nécessaire. Cela permettra aux besoins des audiences d'imprégner l'information plus abstraite mais essentielle que le Studio Kalangou souhaite transmettre.
- Les exemples réels, ou les expériences rapportées, qui ont un lien avec la vie quotidienne des audiences sur un plan personnel, devraient être plus largement intégrés. Le public pourra alors s'identifier plus étroitement aux émissions.
- Les audiences doivent être capables de faire le lien entre les thèmes des émissions et leur vie quotidienne, à un niveau micro.
- Les audiences doivent pouvoir s'identifier aux invités et aux personnes mentionnées dans les émissions. Les participants ont dit qu'ils ne pouvaient pas s'identifier aux invités parce qu'ils les considéraient comme plus privilégiés. Le Studio Kalangou pourrait mettre l'accent sur le cheminement des femmes vers l'empowerment à partir d'une position moins privilégiée.
- Il faut s'efforcer de faire participer davantage les jeunes à la radio en général et ils doivent participer à l'élaboration des types d'émissions qui pourraient les intéresser.

Photo : Journaliste de Studio Kalangou en train de présenter le bulletin quotidien d'informations. Anne Mimault / Fondation Hirondelle.



SECTION 4:

QUEL EST L'IMPACT DU DISCOURS DU STUDIO KALANGOU ET DE SES PERCEPTIONS DE L'EMPOWERMENT DES FEMMES SUR LES AUDIENCES ?

QUEL EST L'IMPACT DU DISCOURS DU STUDIO KALANGO ET DE SES PERCEPTIONS DE L'EMPOWERMENT DES FEMMES SUR LES AUDITEURS ?

Des campagnes de sensibilisation sont menées à grande échelle et aucune organisation ne peut revendiquer la responsabilité de tous les changements de comportement ou de la fourniture de toutes les informations sur un sujet donné. Il existe cependant des preuves de changements de comportement chez les audiences à la suite des émissions du Studio Kalangou. Des améliorations dans la connaissance générale et spécifique du sujet et des thèmes ressortent fortement, soulignant l'impact de la programmation.

SÉRIE POLITIQUE ET FEMMES

Avant d'écouter la série sur les femmes et la politique, les groupes de discussion ont montré qu'ils étaient généralement conscients de la situation politique dans le pays et de la manière de voter. Toutes les participantes avaient voté (à l'exception de certaines femmes célibataires qui étaient trop jeunes) et elles savaient qu'elles avaient le droit de vote. Elles savaient également que les femmes étaient sous-représentées au niveau national. Les participants demandaient plus d'informations sur la façon de participer à la vie politique et plus généralement sur le sujet (*"on aimerait en savoir plus sur la politique, on n'a pas les informations"*). Ils étaient conscients aussi qu'ils ne savaient pas de quelle information ils avaient besoin étant donné leur perception floue de la politique en tant que sujet.

Le peu d'informations dont ils disposaient, que ce soit dans les médias, par ouï-dire ou lors de rencontres locales, avait conduit à une méfiance à l'égard des politiciens, mais aussi à la perception que les candidates étaient mal traitées car elles étaient souvent élues dans le cadre du quota et faisaient une grande partie du travail mais n'en bénéficiaient guère. Il y avait aussi une forte conscience que non seulement les femmes étaient mal représentées, mais qu'elles n'atteindraient jamais des niveaux élevés en politique. Cela a été étayé par une certaine résignation (*« Ici au Niger, une femme ne peut pas être chef de district ou chef de village. C'est comme ça, c'est tout »*).

Avant d'écouter la série, le principal facteur invoqué comme obstacle à l'avancement des femmes en politique était les hommes et la nécessité pour les femmes de demander leur permission pour devenir actives. Cela a été noté par les groupes de discussion masculins et féminins, soulignant une fois de plus l'importance des hommes dans l'habilitation et le soutien de l'*empowerment* des femmes. La nécessité d'avoir des contacts et un soutien financier a également été mentionnée.

Les groupes de discussion avec les femmes célibataires ont montré peu d'intérêt pour la politique et ont prétendu que c'était parce qu'ils étaient trop jeunes (« *C'est pour les femmes plus âgées* ») et qu'ils avaient des perceptions extrêmes (tant positives que négatives) de la politique. D'un côté, un groupe a suggéré de manière grandiloquente: « *il faut avoir la volonté, la patience, et les bonnes manières, l'écoute. Il faut de l'équité aussi. Il faut que le système garantisse l'équité, l'égalité des chances* » sans mentionner les aspects négatifs qui pourraient exister et entraver ces caractéristiques idéalistes, et d'autre part, que « *C'est dangereux pour les femmes. Il y a des menaces et ça ne plaît vraiment pas à tout le monde. Je n'aime pas ça, c'est très décourageant* ».

À la suite de ces émissions et au cours de la deuxième série de groupes de discussion, il est apparu clairement qu'un changement s'était produit dans la prise de conscience générale de la situation politique des femmes. Plusieurs participantes ont maintenant déclaré qu'elles aimeraient participer à la vie politique et ont manifesté une nette volonté d'agir plutôt que d'être sensibilisées. Sans y être incités, les personnes interrogées ont reconnu avoir reçu des informations sur la politique et ont également suggéré que des éléments de confusion concernant la politique avaient été clarifiés par les émissions (« *Elles écoutent les émissions de Studio Kalangou qui abordent la politique et les femmes. Ça a beaucoup changé pour elles parce que maintenant elles comprennent mieux le fonctionnement de la politique. Cela aidera à motiver les femmes à participer à la vie politique* »).

De telles clarifications pouvaient maintenant conduire à une participation accrue.

'Avant les femmes ne comprenaient pas la politique, comment faire la politique, comment rentrer dans la politique, qu'est-ce qu'il faut faire en politique, et qu'est-ce qu'il ne faut pas faire en politique. Mais en écoutant les émissions, j'ai dit «Oh oui, c'est comme ça ! » Pour elles avant, ce n'était rien la politique mais maintenant elles ont pris conscience que la politique pour une femme, c'est beaucoup de choses. Elles veulent faire de la politique'

QUEL EST L'IMPACT DU DISCOURS DU STUDIO KALANGOU ET DE SES PERCEPTIONS DE L'EMPOWERMENT DES FEMMES SUR LES AUDITEURS ?

Au cours de la deuxième série de groupes de discussion, il est également devenu évident que les femmes étaient plus convaincues qu'elles pouvaient participer à la vie politique. Les participantes étaient devenues soit plus conscientes, soit s'exprimaient simplement plus concernant leurs propres droits, leur capacité d'agir et du fait qu'elles pouvaient apporter leur contribution, ce qui démontrait un changement d'attitude. Contrairement à la première série de groupes de discussion où elles attribuaient leur manque d'engagement politique principalement aux hommes, elles avaient pris conscience qu'elles pouvaient faire de la politique. Elles ont reconnu les obstacles majeurs présentés non seulement par les hommes, mais aussi par la finance et l'éducation – un sujet longuement discuté dans les émissions. Elles étaient catégoriques sur le fait que l'analphabétisme des femmes et le manque d'éducation ne devraient pas les empêcher de progresser, que ce soit ou non le cas actuellement. Cela correspondait aux informations et aux discussions des forums du Studio Kalangou. Plutôt que d'affirmer négativement que les femmes sont sous-représentées en politique, elles ont pu citer des exemples de femmes, instruites ou non, qui sont en politique et qui sont mentionnées dans les émissions. Elles étaient devenues plus conscientes et plus intéressées par la politique comme sujet.

Un changement dans les habitudes d'écoute s'est donc produit après l'écoute de la série sur les femmes et la politique. Plusieurs groupes de discussion ont déclaré qu'auparavant, les ménages ou les groupes d'amis soit ne discutaient pas de politique ou des femmes et de la politique, soit qu'ils en discutaient, mais que cela se terminait souvent de façon acrimonieuse. Maintenant, parce qu'elles comprenaient mieux le sujet, les gens pouvaient en parler plus facilement (« *Ça a beaucoup changé les femmes. On a évolué. On vient, on fait l'émission, moi et toi, j'ai telle opinion toi tu défends une autre opinion. On cause ensemble encore. Avant on ne causait pas. Avant on s'insultait, on ne parlait pas. Maintenant on a tout compris. Mais avant on n'avait pas compris.* »)

Le message général est positif. Les groupes ont déclaré : « *elles sont attentives aux décisions politiques pour savoir si les femmes ont des droits, si la femme est un sujet politique. Elles l'apprennent grâce à la radio, au Studio Kalangou. Au niveau national. Mais des fois, elles vivent à Maradi, Zinder, un peu partout* ». Pourtant, cette déclaration renforce les conclusions antérieures selon lesquelles les émissions nationales ont besoin de références supplémentaires aux régions pour les rendre plus pertinentes pour les audiences. De même, plusieurs groupes de discussion ont demandé des informations localisées supplémentaires. Le sentiment général de méfiance envers les hommes et les femmes politiques représentera un défi pour le Studio Kalangou. Il semble y avoir peu d'incitation à participer à la politique si cela signifie devenir un tel personnage. Le fait de fournir des informations sur les processus électoraux et le contexte politique n'y changera rien. Il y a également eu très peu de changements dans les perceptions des jeunes à l'égard de la politique. Cependant, bien qu'un travail important soit à faire pour promouvoir l'intérêt des jeunes, certains groupes ont manifesté le désir de voir davantage de femmes s'impliquer en politique (« *à l'université, même au niveau syndical, il y a des filles qui voudraient occuper des postes dans les différents comités* »).

"Elles sont attentives aux décisions politiques pour savoir si les femmes ont des droits, si la femme est un sujet politique."



QUEL EST L'IMPACT DU DISCOURS DU STUDIO KALANGOU ET DE SES PERCEPTIONS DE L'EMPOWERMENT DES FEMMES SUR LES AUDITEURS ?

SÉRIE SUR LES MARIAGES D'ENFANTS

Au cours de la première série de groupes de discussion, il a été question du mariage à un niveau général. La polygamie, qui fait partie de la vie quotidienne, fait l'objet de nombreuses discussions et n'est pas classée dans la même catégorie que le mariage des enfants, qui est largement perçu comme inacceptable, même s'il est financièrement nécessaire dans certains cas. Être marié, même en tant que deuxième, troisième ou quatrième épouse, et même divorcé était mieux que de ne jamais être marié du tout. Alors que de nombreuses femmes préféreraient un mariage monogame, certaines ont affirmé que la polygamie avait ses avantages car elle permettait d'avoir de la compagnie, les tâches ménagères peuvent être partagées et pourraient fonctionner « *si le mari pouvait bien les gérer* ». Les femmes mariées interrogées ont montré un faible pouvoir d'agir en ce qui concerne le mariage, acceptant plutôt que les hommes, puis les familles, prennent les principales décisions relatives au mariage : « *C'est le mari qui décide qu'il va se marier. Cette femme n'a pas son mot à dire. Elle doit l'accepter* », mais surtout que les décisions étaient motivées culturellement et religieusement : « *C'est le choix de Dieu* » ; « *Notre religion est comme ça* » ; « *Vous devez l'accepter. Nous sommes au Niger, nous n'avons pas le choix* ». Les répondants plus jeunes, hommes et femmes, ont fortement contesté cette attitude quant au peu de choix qui s'offrait à eux. Les filles ont déclaré qu'elles pouvaient influencer les décisions concernant leur avenir marital et même choisir leur futur mari, et les garçons ont accepté, en disant : « *C'est comme vous l'avez dit, il y a une consultation entre les prétendants, les parents et la fille* » ; « *Si, par exemple, la fille ne l'aime pas, elle peut dire non. Elle a le dernier mot* ». En plus de la fracture générationnelle, il y avait aussi une différence entre les groupes ruraux et urbains. Ces derniers étaient catégoriques sur le fait que les mariages forcés n'existaient plus et que les mariages d'enfants ne se produisaient pas réellement dans les villes, tandis que les groupes ruraux

donnaient plusieurs exemples de mariages d'enfants dans leur expérience, mais cela n'affectait pas nécessairement leur cercle d'amis, conscients de la stigmatisation que cela semblait entraîner.

Les nombreuses campagnes de sensibilisation promues par les ONG ou la radio ont été généralement reconnues. Des détails spécifiques n'ont pas été fournis et l'âge légal du mariage, par exemple, n'était pas toujours connu : « *Je pense que juridiquement pour les femmes c'est 21 ans* » ; « *Culturellement, il y a ceux qui se marient avant l'âge légal* » ; « *Ca dépend aussi du corps de la femme, si elle est prête à avoir des enfants par exemple. Mais pour une fille de 13 ans, c'est dangereux* ».

Le mariage d'enfants était également culturellement justifié par les répondants masculins :

Quand la fille n'est pas mariée, elle peut fréquenter des hommes et tomber enceinte. Par crainte de ça, les parents sont obligés de les marier ; Ça c'est pour les filles qui ne restent pas tranquille. Si les parents constatent que leur fille ne reste pas tranquille, ils font tout leur possible pour la marier avant que quelque chose se passe. La société regarde mal une fille non mariée. Les pères agissent en secret. C'est pour l'honneur de la société.

Peu d'informations, avec peu de détails, ont été fournies par les répondants sur les conséquences du mariage précoce, démontrant une connaissance très abstraite. Les groupes de discussion ont parlé plus librement des causes du mariage des enfants en citant les circonstances financières et le manque d'éducation.

Durant la deuxième série de groupes de discussion à la suite de la diffusion des émissions sur les mariages d'enfants, les aspects positifs de ces émissions et leur pertinence sont apparus clairement. Les répondants ont apprécié le fait que le sujet ait été abordé sérieusement, abordé de façon holistique et ciblé tous les secteurs de la population, car tout le monde pouvait être touché. Dans l'ensemble, les programmes ont été bien accueillis : « *Pour moi, ces émissions donnent beaucoup d'information* » ; « *Le sujet et le style nous intéressent* » ; « *Toutes les façons, tous les styles. L'essentiel c'est ce qui se dit au niveau de tout un chacun. Ce ne sont pas des questions trop techniques qui nous empêcheraient de comprendre. On parle de mariage précoce après tout, on évoque l'âge des filles, ses conséquences, tout ça n'est pas si technique* ».

Les audiences ont parlé en détail des conséquences du mariage des enfants, un changement marqué par rapport à l'information plus abstraite qu'ils ont fournie au cours des premières séances des groupes de discussion. La plupart ont mentionné des problèmes de fistules, certains répondants ayant déclaré avec justesse que les programmes n'avaient pas abordé cet aspect de façon très détaillée. Bon nombre des améliorations de la sensibilisation avaient été déclenchées par les émissions : « *C'est vraiment des émissions qui nous permettent de comprendre les sujets [...]. Sur le mariage précoce, il était question de ses conséquences sur les enfants, que ça mène à des grossesses très tôt, et que des filles arrêtent l'école. Ces informations se sont répandues très vite.* »

Les audiences ont également montré une plus grande conscience de l'âge légal pour se marier, se rappelant les informations sur les documents légaux discutés au cours de la série. L'impact des émissions s'est clairement fait sentir lorsque les audiences ont cité des organisations ou des

personnes mentionnées dans les programmes auxquelles ils pouvaient s'adresser pour signaler des cas de mariage d'enfants ou, dans le cas des jeunes filles, s'ils étaient eux-mêmes concernés : « *Et puis si ça t'arrive, tu peux te défendre, tu sais comment faire pour te défendre en écoutant les émissions. Tu sais où aller pour empêcher le mariage* ». Les ONG et les individus de ces ONG, qui ont été mentionnés dans les émissions, ont été rappelés avec précision par plusieurs groupes de discussion, renforçant l'efficacité de l'utilisation des témoignages et de la personnalisation dans les programmes.

Les auditeurs et auditrices ont été touchés par les émissions, les premiers déclarant : « *Moi, j'ai appris beaucoup de choses sur le mariage précoce, avant je ne savais pas. Je savais que ce n'était pas bien, mais je n'avais pas tellement d'information, mais avec tous les intervenants dans les émissions, chacun racontait son histoire, il y avait beaucoup de témoignages.* » Q : « *Alors c'est plus clair avec les témoignages ?* » R : « *Oui, c'est plus clair avec les témoignages pour comprendre les conséquences du mariage précoce et pour les victimes aussi* ».

Outre les preuves de l'impact direct des programmes, les personnes interrogées ont également montré comment la série sur les mariages d'enfants a renforcé, clarifié et complété les connaissances existantes sur un sujet qui est déjà largement discuté dans de nombreuses campagnes. Les auditeurs ont fait référence à de nombreuses histoires ne provenant pas du Studio Kalangou, suggérant que ce sujet est beaucoup couvert par de nombreuses sources mais que le Studio Kalangou renforçait cette connaissance et avait un impact indirect de cette façon

TRAVAUX FUTURS

Afin de s'appuyer sur les recommandations, les études futures seront maintenant étendues à une zone géographique plus vaste, afin d'inclure un plus large éventail de groupes ethniques et un grand nombre d'auditeurs. Des travaux similaires d'évaluation de l'impact de la radio sur les droits et l'*empowerment* des femmes sont actuellement en cours au Mali en utilisant la même méthodologie. A l'issue de ce projet, les résultats des projets au Mali et au Niger seront comparés afin de déterminer les domaines d'intérêt et les bonnes pratiques communs et de transférer les recommandations.

Une nouvelle recherche de grande ampleur commencera en 2020 grâce à un financement important du Fonds de recherche pour les challenges globaux (Global Challenges Research Fund, GCRF) anglais. Cette recherche examinera l'impact de radios sur l'*empowerment* des femmes au Burkina Faso, Mali et Niger. Elle utilisera le traitement automatique du langage naturel (NLP) et des études d'audiences à travers WhatsApp.

Des articles universitaires sur certains aspects de cette recherche sont en cours de publication.



Photo : Une femme interviewée au marché à Niamey.
Ollivier Girard / Fondation Hironnelle.

REFERENCES

- afrobarometer, 2019. "The online data analysis tool." available at <http://afrobarometer.org/online-data-analysis> (accessed 23 May 2019).
- Arestoff, F. and Djemai, E. 2016. "Women's Empowerment Across the Life Cycle and Generations: Evidence from Sub-Saharan Africa." *World Development* 87: 70-87.
- Cornwall, A. and Eade, D. eds. 2010. *Deconstructing Development Discourse: Buzzwords and Fuzzwords*. Rugby: Practical Action Publishing.
- Ewerling, F., Lynch, J., Cesar, V., van Eerdewijk, A., Tyszler, M. and Barros, A. 2017. "The SWPER index for women's empowerment in Africa: development and validation of an index based on survey data." *The Lancet Global Health*. 5(9): 916-923.
- Heywood, E. and Tomlinson, M. 2019. "The Contribution of Citizen Views to Understanding Women's Empowerment as a Process of Change: the Case of Niger." *Feminist Media Studies*. doi.org/10.1080/14680777.2019.1642230.
- Jansson, B. 2014. *Brooks/Cole Empowerment Series: The Reluctant Welfare State*. Stamford: Cengage Learning.
- Kabeer, N. 1999. "Resources, Agency, Achievements: Reflections on the Measurement of Women's Empowerment." *Development and Change* 30: 435-464.
- Research England, 2018. "Draft Guidance on Submissions". Available at www.ref.ac.uk/media/1016/draft-guidance-on-submissions-ref-2018_1.pdf (accessed 3 October 2018).
- Save the Children, 2016. "Annual report, 2015." Available at <https://niger.savethechildren.net/sites/niger.savethechildren.net/files/Annual%20report%202015%20Web.pdf> (accessed 2 December 2018).
- Thompson Reuters Foundation, 2018. "Niger: The Law and FGM." Available at [https://www.28toomany.org/static/media/uploads/Law%20Reports/niger_law_report_v1_\(september_2018\).pdf](https://www.28toomany.org/static/media/uploads/Law%20Reports/niger_law_report_v1_(september_2018).pdf) (accessed 2 December 2018).
- UNFPA, 2012. "Marrying Too Young: End Child Marriage." <https://www.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/MarryingTooYoung.pdf> (accessed 1 December 2018).

