

## NIGER : PROMOUVOIR LE VOTE INDÉPENDANT DES FEMMES À TRAVERS LES MÉDIAS (2021)

Au-delà du « combien » de l'impact des médias, il est important de comprendre le « comment ». Pour ce faire, il est nécessaire d'investir dans des méthodologies plus qualitatives, comme l'évaluation d'impact connu sous le nom d'"évaluation des chaînes de résultats", et pas uniquement dans les méthodes plus quantitatives (comme les essais de contrôle aléatoires, RCT).

La Fondation Hironnelle avec des chercheurs en anthropologie et sciences de la communication de l'Institute of Applied Media Studies (IAM) de Zürich, avec l'appui d'assistants de recherche basés au Niger, ont développé une telle évaluation des chaînes de résultats.

Cette évaluation vise à **déterminer quelles étapes** – telles que formulées dans les chaînes d'impact hypothétiques – **mènent de l'écoute régulière de programmes radio aux changements de connaissance, d'attitude ou de comportement** attendus. Elle tente également de déterminer à quel moment les chaînes d'effets hypothétiques se rompent ou les effets ne se produisent pas du tout.

Cette approche a été expérimentée dans le cadre du projet Studio Kalangou au Niger. Studio Kalangou est un studio de production qui produit régulièrement des programmes d'information et de discussion. Ses programmes sont diffusés sur 46 stations de radio communautaires couvrant la quasi-totalité du pays. Les programmes du magazine et les forums sont fortement axés sur le genre.

Les principales étapes étaient les suivantes :

1. L'élaboration de chaînes d'impact hypothétiques pour un groupe cible donné (en l'occurrence des auditrices femmes rurales au Niger)
2. La vérification des chaînes d'impact auprès d'un échantillon du groupe ciblé (ces auditrices).

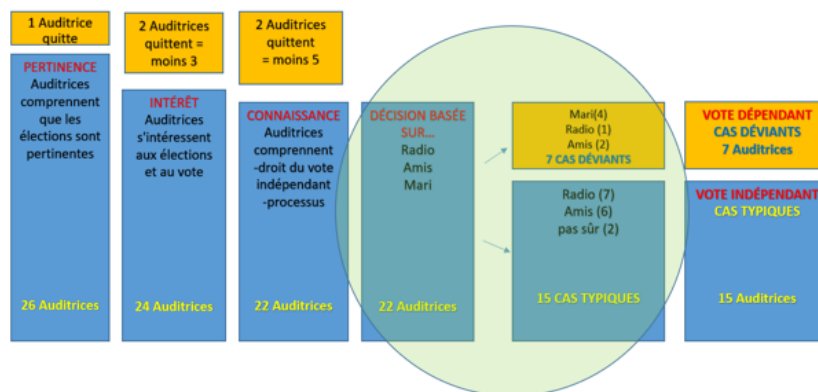
Dans le cas de Studio Kalangou, les chaînes d'impact ont d'abord été développées lors d'un atelier en ligne avec le personnel du siège de la Fondation Hironnelle et les responsables de projet, puis lors d'un atelier en face à face avec le personnel de Studio Kalangou à Niamey. Sur la base de ces résultats, un guide d'entretien a été élaboré par l'IAM pour valider les chaînes d'impact. Au total, 62 entretiens ont été menés par des étudiants locaux avec des auditeurs et les résultats ont été analysés par l'IAM.

Cet exercice a permis d'identifier les similarités et différences entre les hypothèses du siège de la Fondation Hironnelle et ses équipes de terrain, et la mesure dans laquelle les deux chaînes d'effets hypothétiques se vérifient ou non dans la réalité en interrogeant des auditrices.

L'étude a également révélé des détails intéressants et non anticipés : Les chaînes de résultats hypothétiques partaient du principe que les auditrices qui avaient gagné en connaissance sur le processus électoral grâce aux émissions radios allaient parler de ces enjeux avec leurs proches et que cela les motiverait à voter et de manière indépendante.

La vérification sur le terrain auprès d'auditrice a bien montré qu'une majorité d'entre elles discute des programmes et déclare que leur décision de voter se base sur les programmes radios et les discussions avec les proches. Toutefois, **alors que la majorité de celles qui en ont parlé avec leurs amis et leurs proches déclare au final voter de manière indépendante, la majorité de celles qui ont discuté avec leurs maris disent ne pas avoir voté de manière indépendante mais plutôt comme leur mari leur disait de voter.**

## CONCLUSIONS CHAÎNE DES RÉSULTATS – ELECTIONS



Cette observation soulevait des questions intéressantes pour la rédaction de Studio Kalangou : a-t-on suffisamment parlé du droit de voter de façon indépendante, même par rapport aux maris ? Et comment mieux outiller les femmes pour ce faire ?

L'étude montre également que les **auditeurs des médias ne sont pas des objet isolés et passifs. Ils font partie des cercles sociaux, économiques et culturels.** Il est dès lors nécessaire de mieux comprendre les contextes sociaux et culturels dans lesquels les auditeurs vivent (tels les traditions, pratiques culturelles et religieuses, et les défis économiques), les besoins, les valeurs et les perceptions du monde des auditeurs pour mieux saisir les effets des médias et comment les renforcer.

[Évaluation des chaînes d'impact au Studio Kalangou](#)