

Centre de Recherche en Economie
Appliquée pour le Développement.
C. R. E. A. D.

Unité de Recherche en
Communication Sociale et Politique

Agence Nationale des
Actualités Filmées
A. N. A. F.

Unité communication en
Population

Projet " Communication en matière de
planification familiale".

Rapport préliminaire.

Centre de Recherches en Economie	
Appliquée pour le Développement	
C. R. E. A. D.	
BOULEVARD DE LA PAIX	
DATE D'INSEE	3/02/1993
NO D'ORDRE	6353.

Décembre 1992

Cette étude est menée sous la responsabilité de Monsieur le Professeur Djilali LIABES, Directeur de l'Unité de Recherche en Communication Sociale et Politique du CREAD.

A l'exception des points 2.2 et 3.1 du sommaire ci-dessous, qui sont respectivement l'oeuvre de Mme REDJOUANI et de Mr. M. KHELLADI (O.N.S), tous deux consultants au CREAD pour la présente étude, toutes les autres parties du texte ont été élaborées par Mme LEBSARI Ouardia ép. HADJ ALI et Mr. HADJ ALI djamel Eddine, chercheurs permanents du CREAD, attachés de recherche.

S O M M A I R E

	pages
Avant propos	4
1. PROBLEMATIQUE DE L'ETUDE.	5
1.1. Enoncé du problème.	5
1.2. La communication sociale.	5
1.3. La communication sociale dans le domaine particulier de la planification familiale.	6
1.4. La communication sociale dans le domaine de la planification familiale appliquée au contexte algérien.	8
1.5. Les hypothèses de travail.	12
1.6 Méthode d'enquête.	17
2. LES PREMIERS ENSEIGNEMENTS DU TERRAIN.	18
2.1. La pré-enquête	18
2.2. Eléments sur la campagne qui a soutenu le programme de maîtrise de la croissance démographique.	22
3. ANNEXES	
3.1. Note sur l'échantillonnage et plan de sondage.	30
3.2. Questionnaire destiné à l'épouse.	36
3.3. Questionnaire destiné à l'époux.	47
3.4. Planning de travail.	58

0. AVANT PROPOS.

L'objectif visé par le commanditaire de l'étude (Unité Communication Sociale en Population de l'ANAF), est l'établissement d'une communication sociale en matière de planification familiale. En d'autres termes, il s'agit à l'aide d'une enquête sur un échantillon représentatif de populations différemment exposées, soit aux mass-média, soit aux moyens interpersonnels de communication soit aux deux à la fois, de fournir les données économiques et socio-culturelles, dont il faudra tenir compte pour qu'une communication sociale puisse être établie entre les décideurs chargés du programme national de maîtrise de la croissance démographique et les populations concernées par la planification familiale. Les données à recueillir vont porter sur les niveaux des connaissances acquis par les populations dans le domaine de la planification familiale, les sources de celles-ci et de l'impact différentiel que ces dernières ont sur les différents publics. Un autre aspect doit être renseigné par cette étude, il s'agit du degré de diffusion des moyens de communication de masse auprès des publics-cible.

Les résultats de cette étude, serviront à l'ANAF dans sa mission de confection des campagnes de sensibilisation, lesquelles utiliseront les canaux les plus appropriés en vue d'amener les populations cibles à adopter de nouveaux comportements en matière de procréation.

1. LA PROBLEMATIQUE DE L'ETUDE.

1.1. Enoncé du problème.

Se poser la question de savoir ce que sont en Algérie les connaissances en matière de planification familiale, les sources de ces connaissances et leur impact sur les comportements procreateurs, cela revient à chercher à savoir comment fonctionne en Algérie la communication sociale en matière de planification familiale ?

Or poser la question du fonctionnement de la communication sociale dans le domaine de la planification familiale suppose une définition correcte des deux termes de la question qui sont: la communication sociale d'une manière générale, et la communication sociale dans le domaine particulier de la planification familiale.

1.2. La communication sociale.

Il est convenu de dire que, pour qu'il y ait communication, il faut être au moins deux parties:

- l'une émettant des signes,

- l'autre recevant ces mêmes signes, les interprétant et produisant en réponse un feed-back constitué lui aussi d'un ensemble de signes, qui sont à leur tour interprétés par la première partie...et ainsi de suite.

Cet échange qui est la condition nécessaire à l'établissement d'une communication, n'est pas suffisant à lui seul. En effet, pour que la communication ait lieu effectivement (ou pour qu'il n'y ait pas de dialogue de sourd), il faut absolument que les deux parties disposent des mêmes possibilités de décoder les signes émis de part et d'autre. Ce n'est pas ici le lieu de développer tous les principes qui président à la science de la communication, il faut cependant retenir que ce qui est entendu par l'expression "les mêmes possibilités de décoder les signes émis" réfère pour la communication sociale particulièrement aux données de

l'environnement social et économique, aux valeurs et représentations sociales visées par les signes émis, en somme la symbolique utilisée dans l'échange, mais aussi la forme employée.

1.3. La communication dans le domaine particulier de la planification familiale (1).

La planification familiale est l'action qui consiste, pour des "individus" ou des groupes "d'individus", à maîtriser leur natalité (ou à ne pas la laisser se déployer naturellement), par l'utilisation de la contraception. S'il est certain que la pratique de la planification familiale a eu cours dans toutes les sociétés à diverses périodes historiques (recours aux méthodes dites traditionnelles), on doit reconnaître que la planification familiale au sens moderne a son origine dans les comportements procréateurs propres aux populations des sociétés industrielles. La pratique de la planification familiale dans ces sociétés a pour but: une dimension de la famille qui corresponde à un optimum le plus souvent économique (2). En somme, c'est une action qui consiste à soumettre sa natalité à un "calcul rationnel". La planification familiale peut avoir pour but soit la limitation, soit l'espacement des naissances.

Les Etats des pays dépendants qualifiés de sur-peuplés, soucieux de rattraper le retard économique qui les sépare des "pays industriels" ont pour une bonne partie d'entre-eux intégré dans leurs programmes politiques, des programmes de

(1) Le sens du terme "planification familiale" n'est pas évident de prime abord, car son utilisation prend différents sens selon l'aire de son adoption. En effet, les politiques natalistes adoptées dans certains pays, sont qualifiées par les Etats qui les promeuvent de politiques de "planification familiale", l'autre sens le plus couramment utilisé est celui qui consiste en une limitation ou en un espacement des naissances. C'est de ce dernier sens qu'il s'agit dans le présent document.

(2) En disant que l'optimum à atteindre à travers la limitation des naissances est le plus souvent économique, nous incluons les cas où le calcul n'est pas directement économique, il s'agit dans certains cas d'un calcul qui intègre ce qu'il est convenu de désigner sous les vocables de "qualité de vie", de "bien-être social".

maîtrise de la croissance démographique par le biais de la planification familiale en relation avec la croissance de leurs ressources économiques. Ces programmes de planification familiale ont connu et continuent de connaître des difficultés, et les résultats se font attendre (3). Ces difficultés seraient dues à un ensemble de problèmes dont celui de la communication n'est pas le moindre. En effet, il ne s'agit ni plus ni moins - pour les Etats des "pays dépendants" - que d'amener les populations à adopter des modèles de comportement fondamentalement rattachés à la reproduction sociale, très probablement loin de correspondre aux logiques sociales en cours. C'est dans ce contexte qu'est intervenue la nécessité, pour ces Etats, de fonder des stratégies de communication sociale visant à obtenir des populations des comportements de procréation plus en rapport avec les contraintes économiques.

En retenant la définition de la communication avancée plus haut, on dira que la communication en matière de planification familiale, est l'utilisation par l'Etat d'un ensemble de signes, en vue de persuader la population - qui ne planifie pas ses naissances, dans le sens de la réduction - à modifier son comportement de procréation. Les signes utilisés doivent nécessairement, sous peine de ne pas produire le feedback attendu, prendre en compte l'environnement social et économique dans lequel s'insèrent les populations ciblées, ainsi que leurs valeurs. Dans cette tentative d'échange à travers les signes utilisés, outre les difficultés de communication qui peuvent surgir entre Etats et populations dans divers domaines de la vie sociale et politique, celles-ci sont doublées de difficultés supplémentaires tenant aux spécificités mêmes du domaine de la procréation: c'est le domaine par excellence intime et privé des personnes et c'est à ce titre qu'il est entouré le plus souvent d'un tabou social.

(3) Voir à ce sujet la note de T. Scarlet Epstein. - Des bébés fabriqués au macro-niveau. - in Populi, revue du FNUAP, vol. 1 n°1, juin 1992.

1.4. La communication sociale en matière de planification familiale appliquée au contexte algérien.

Concernant l'Algérie particulièrement, il faut souligner que l'Etat ne s'est pas engagé dès l'indépendance acquise dans un programme de maîtrise de la croissance démographique. C'est plutôt par une formule devenue célèbre depuis, que les pouvoirs publics algériens se sont distingués: "notre pilule c'est le développement" (4), le point de vue qui dominait, en la matière ressortissait d'une vision mécaniste des effets que devaient avoir nécessairement les transformations économiques, sur les comportements de procréation (voir charte nationale 1976). Il faut cependant signaler que l'Etat algérien a commencé - malgré ses prises de position - à installer des infrastructures de protection maternelle et infantile (P.M.I.), chargées entre autres de diffuser les moyens contraceptifs dès 1967 (5). En somme il s'est occupé de la logistique, mais semble avoir laissé le soin au corps médical de prendre les initiatives avec l'éventuel public (6).

Au cours des années 80, des changements politiques globaux se produisent. Dans le train des changements qui est mis en oeuvre, la vision qui avait prévalu jusque là en matière de croissance démographique est totalement remise en cause. Désormais, il est annoncé que la question recevrait un traitement spécifique. Les changements économiques ne peuvent à eux seuls avoir un effet d'entraînement sur les comportements de procréation. Une première mesure timorée visant à décourager la natalité est prise: l'imposition des salariés n'est plus -

(4) Déclaration à la première conférence mondiale sur la population, Bucarest, 1974. Citée par P.FARGUES in, Démographie et politique dans le monde arabe. - in, Population n°2, 1992, pp. 305-326.

(5) D'ailleurs la première structure a été désignée par centre d'espacement des naissances, elle a été installée à l'hôpital Mustapha Bacha et inaugurée en 1967. Depuis leur nombre a évolué, on en comptait 1955 en 1988. Voir OUSSEDIK (Fatma) et al. - Femmes et fécondité en milieu urbain. - Alger, sd. - 256 p.

(6) Pour de plus amples informations sur l'expérience algérienne en la matière, voir LADJALI (Malika). - l'espacement des naissances dans le tiers-monde. L'expérience algérienne. - Alger, OPU, 1985. -

totale - inversement proportionnelle au nombre d'enfants. Mais le plus important c'est bien sûr, le lancement de la campagne d'information, d'éducation et de sensibilisation en matière de planification des naissances, dans le cadre d'un plan d'action se voulant global. On annonçait pour cette campagne (7) la mobilisation de tous les moyens pour atteindre l'objectif. Ainsi à chaque département ministériel était demandée une contribution. Il faut retenir cependant que l'essentiel du plan d'action en matière d'information, d'éducation et de sensibilisation peut se résumer ainsi:

- à l'aide de "productions culturelles et artistiques offrir une image de la famille et du couple conforme aux normes idéales du plan d'action".

- faire passer le message aux populations cibles, par le biais de la radio et de la télévision qui sont supposées "...couvrir de plus en plus un large éventail de familles (8)."

Il faut noter par ailleurs qu'au cours de la même période, un effort supplémentaire pour doter le pays en PMI a été fait, leur nombre passe en effet de 260 en 1980 à 1955 en 1988 (9) soit une multiplication du nombre de ces infrastructures par 7,5.

La distinction des deux méthodes utilisées par les pouvoirs publics au cours des deux périodes donne-t-elle des résultats différents ? Assistera-t-on à la suite de cette campagne à une plus grande adoption de la contraception ?

A examiner la pratique de la contraception (10), un des indicateurs possibles de l'existence ou de l'absence de

(7) La première campagne est lancée entre le 16 et le 22 janvier 1985, sous la coordination du Ministère de la Protection Sociale.

(8) Algérie, Groupe interministériel. - Maîtrise de la croissance démographique. Plan d'action. - sténographié, août 1984. - 34 p.

(9) OUSSEDIK (Fatma) et al., ouv. cité p. 171.

(10) Pour lever une équivoque, il faut savoir qu'il s'agit là de femmes ayant déclaré avoir utilisé des contraceptifs au moins une fois dans leur vie. A ne pas confondre avec une pratique "régulière" (notion utilisée provisoirement) de la

communication sociale dans le domaine de la planification familiale, on peut être tenté de se précipiter à avancer, compte tenu des changements sensibles enregistrés, qu'une communication s'est bel et bien installée dans la société algérienne autour de la planification familiale. En effet si nous prenons pour base les estimations faites par A. KOUAOUCI (11), et les données provisoires de l'enquête nationale sur la santé de la mère et de l'enfant de 1992 (12), on peut établir le tableau 1 ci-dessous relatif à l'évolution de la pratique contraceptive .

Tableau 1: Evolution de la pratique contraceptive (%).

Périodes	Milieu urbain	Milieu rural	Total
1962	2 à 3	2 à 3	2 à 3
1967	10	3	
1967-68	17	4	8
1972	14	6	9
1972-77	24	9	14
1977-82	40	18	25
1982-87	68	45	53
1992	81	69	75

Alors qu'en l'espace de vingt ans: 1962-1982, la pratique contraceptive passe de 2-3 % à 25 %, en l'espace des dix dernières années: 1982-1992 elle passe à 75 % soit 50 % de plus. Mais à quel facteur attribuer la responsabilité: à la

contraception. Cela veut dire que nombre de ces femmes peuvent à un moment ou un autre abandonner la pratique de la contraception.

(11) KOUAOUCI (Ali). - Familles, femmes et contraception. Contribution à une sociologie de la famille algérienne. -Alger, CENEAP/FNUAP, 1992. - 279 p.

(12) ONS. - Données statistiques n°161, Enquête Algérienne sur la Santé de la Mère et de l'Enfant (données provisoires). - Alger, ONS, sd. - dépliant de 6 feuilles.

campagne déclenchée, à l'accroissement du nombre de PMI au cours de la période, ou aux deux facteurs à la fois ?

Il n'en demeure pas moins qu'au plan de la fécondité (malgré un net fléchissement en milieu urbain par rapport à 1970). L'Enquête Nationale Algérienne sur la fécondité (ENAF) de 1986 avait enregistré, un nombre moyen de naissances vivantes par femme de 7,8 en milieu urbain et de 10,4 en milieu rural. Ces chiffres sont loin de correspondre aux attentes des pouvoirs publics qui adoptent un ton nouveau. En effet, ils estiment cette fois-ci - sept ans après le lancement de la première campagne - qu'il y a urgence car l'inadéquation entre la croissance des ressources économiques et la croissance démographique se fait sentir davantage. Tout effort de développement serait compromis du fait de l'accroissement excessif des charges sociales (éducation, santé, emploi, habitat...) résultant d'une croissance démographique très rapide.

Il s'agit dès lors, de favoriser chez les différentes couches de la population, à travers une politique adéquate de maîtrise de la croissance démographique, des comportements de procréation plus en rapport avec les possibilités économiques du pays. Afin de réaliser cet objectif, il s'agit désormais:

- de bien cibler les populations concernées, afin de ne plus avoir à diffuser de manière indifférenciée les messages concernant la planification familiale, et,

- de bien fixer le choix sur les canaux les plus appropriés à travers lesquels les messages en la matière seraient diffusés.

Il y a nécessité, désormais de recueillir un ensemble de données indispensables à l'établissement d'une communication sociale plus efficace, se traduisant par des changements de pratiques, infléchissant sérieusement la croissance démographique. C'est dans ce contexte qu'intervient la présente étude.

1.5. Les hypothèses de travail.

Les données à recueillir peuvent être regroupées sous trois rubriques:

- caractériser les types de communication sociale en matière de planification familiale qui fonctionnent dans les différents milieux sociaux;

- faire ressortir les sources des messages émis autour de la question; mesurer l'impact différentiel de différentes sources, cerner les profils des leaders;

- enfin mesurer le degré d'exposition aux médias et aux sources interpersonnelles et caractériser les modes de leur consommation.

Afin de déterminer les relations les plus pertinentes, Il s'agira concernant chacune des 1ère et 3ème questions de tester deux séries d'hypothèses:

- la première mettant en relation des variables caractérisant le mode d'insertion des populations dans la structure socio-économique globale;

- la deuxième mettant en relation des variables caractérisant le type d'insertion des populations dans leurs milieux familial et social plus spécifiques à la société algérienne;

1.5.1. Concernant les types de communication sociale.

1.5.1.1. Série d'hypothèses en relation avec le mode d'insertion dans la structure socio-économique globale.

... la communication la plus favorable à la planification familiale est caractéristique des populations qui vivent en milieu urbain (Oussedik et al. 1989 (13) et Kouaouci 1992) (14).

(13) OUSSEDIK (Fatma) et al., ouv. cite.

(14) KOUAOUCI (Ali), ouv. cité.

- La communication la plus favorable à la planification familiale a lieu avec les nouvelles générations féminines jeunes, tandis que celle qui a lieu avec leurs aînées est moins favorable .

- L'instruction scolaire des femmes prédispose à une bonne réception des messages émis dans ce domaine. Elle permet une communication plus favorable à la planification familiale . A l'inverse l'analphabétisme de celles-ci ne permet pas la réception de messages sur la planification familiale, en outre, il constitue un terrain nourrissant une communication plutôt défavorable à la planification familiale.

- L'activité rémunérée, en retenant la femme hors du foyer et relativement hors des tâches ménagères, et en ouvrant à celles-ci d'autres horizons de préoccupations que celle de procréer et d'élever des enfants, agit en faveur d'une communication plus favorable à la planification familiale. A l'inverse l'absence d'activité rémunérée agit dans le sens défavorable.

- L'instruction scolaire des époux prédispose à une bonne réception des messages émis dans ce domaine. Elle permet une communication plus favorable à la planification familiale . A l'inverse l'analphabétisme de ceux-ci ne permet pas la réception de messages sur la planification familiale, en outre, il est un terrain nourrissant une communication plutôt défavorable à la planification familiale.

- La communication en matière de planification familiale est fonction du type et du statut social de l'activité professionnelle des époux. Les activités manuelles par opposition à celles intellectuelles d'une part les activités salariales par opposition aux activités indépendantes d'autre part, déterminent des communications respectivement défavorables et favorables.

1.5.1.2. Série d'hypothèses en relation avec le mode d'insertion dans les milieux familial et social local.

- La communication en matière de planification familiale est fonction de logiques propres au système socio-culturel: socialisation familiale selon un système de valeurs qui n'est pas forcément celui qui correspond aux logiques proposées par le programme national de planification familiale.

- L'insertion plus ou moins grande des couples au sein de leur grande famille ('aiyla) détermine, en raison inverse des types de communications plus ou moins favorables Cl. CHAULET 1987 (15) estime que le couple n'a pas de vie conjugale pour lui même, sa fonction principale est de reproduire le groupe auquel il appartient.

- La communication en matière de planification familiale est fonction du type d'initiative qui se trouve à l'origine de la formation du lien conjugal. Elle est défavorable lorsque l'initiative appartient aux familles respectives des membres du couple, elles sont au contraire favorables lorsque le couple se forme de sa propre initiative.

- Les couples dont les membres ont des liens de parenté (mariage ordinaire) ont une communication en matière de planification familiale défavorable en raison de la probable continuité de l'ancien modèle dont ces liens sont un indicateur. A l'inverse les couples n'ayant pas de lien de parenté (mariage extra-ordinaire) ont une communication en matière de planification familiale plus favorable en raison de la rupture probable avec la grande famille dont ce type de mariage est un indicateur.

1.5.2 Sources des connaissances en matière de P.F. et impact différentiel.

En matière de sources des connaissances, l'enquête tentera de savoir s'il n'existe pas de sources défavorables:

(15) CHAULET. (Cl.). - La terre, les frères et l'argent. Stratégie familiale et production agricole en Algérie depuis 1962. - Alger, OPU, 1987. - 3 vol. 1064 p.

une propagande qui militerait en faveur de l'abandon de la planification familiale.

Ces sources défavorables peuvent-être "des personnages locaux", que consultent les hommes aussi bien que les femmes sur les questions de religion et notamment sur la P.F. (16).

1.5.2.1. Hypothèse en relation avec le mode d'insertion à la structure socio-économique globale.

- Les sources des connaissances sur les méthodes et moyens contraceptifs, sont différentes selon que la population est urbaine ou rurale, instruite ou analphabète, âgée ou moins âgée, avec une femme travaillant ou ne travaillant pas, au statut socio-professionnel supérieur ou inférieur. Pour chacune des catégories respectivement, les sources seront dans un cas la radio, la télévision, les lectures, le médecin, dans le cas contraire elles peuvent être le contact avec les voisines, le hammam, les "personnages autorisés en matière de religion" cités plus haut. Dans le premier cas l'impact est positif pour la planification familiale puisque les messages émanent du centre de décision, dans le deuxième cas le résultat n'est pas évident, il peut même, être très défavorable dans certains cas.

1.5.2.2. Hypothèses en relation avec le mode d'insertion dans les milieux familial et social local.

- Les sources des connaissances en matière de planification familiale dépendent du mode d'insertion dans les milieux familiaux et sociaux spécifiques. Plus l'insertion au sein des milieux familiaux est prononcée, plus les sources d'information en matière de P.F., sont le fait de relations interpersonnelles d'une part et de pôles de communication sociale réels plus que formels (mosquée, fêtes, hammam, souk...) d'autre part.

(16) ou plus rarement des personnes n'admettant pas que les promoteurs de politiques de maîtrise de la croissance démographique chez nous, - issus des pays du nord - conseillent dans leurs pays respectifs des politiques natalistes.

1.5.3. Hypothèses sur le degré de diffusion des média.

1.5.3.1. Hypothèses en relation avec le mode d'insertion à la structure socio-économique globale.

- Le niveau d'exposition aux médias est fonction du rattachement, du lieu de résidence du couple, au réseau électrique. Le coût de fonctionnement différentiel de l'énergie, dans le cas du rattachement au réseau électrique est en effet sans commune mesure avec le coût induit par l'achat des batteries, piles nécessités par le fonctionnement des médias dans le cas inverse. Cette hypothèse est aussi valable pour l'exposition à la presse écrite, le milieu rural est moins desservi que le milieu urbain.

- le niveau d'exposition aux médias est fonction, du niveau d'instruction et de la position sociale occupée par le couple.

1.5.3.2. Hypothèse en relation avec le mode d'insertion dans les milieux familial et social local.

- Il existe différentes habitudes de consommation des médias lesquels déterminent différents niveaux d'exposition, ceux-ci sont caractéristiques des modes d'insertion différentiels dans la famille.

1.6. Méthode d'enquête.

1.6.1. Techniques d'enquêtes.

Il s'agit d'une enquête C.A.P. en matière de planification des naissances. En tant que telle, elle sera menée au moyen d'un questionnaire directif et semi-directif auprès d'un échantillon national représentatif des couples algériens dont la femme était âgée de 15 à 45 ans en 1992. et qui a fait la preuve de sa fertilité. Les deux conjoints devront être enquêtés séparément.

1.6.2. Constitution de l'échantillon.

L'échantillon sera de 1000 couples, donc 1000 femmes et 1000 hommes. Prévoyant des cas d'absence prolongée ou de décès, un chiffre de 1200 couples a été prévu pour combler l'éventuel déficit. Les couples qui sont désignés nommément, appartiennent à des districts tirés au hasard à partir d'une base de sondage actualisée depuis 1991 et représentative au plan national(17).

(17) Le travail de constitution de l'échantillon a été confié à Mr KHELLADI de l'Office National des Statistiques (consultant au CREAD), voir annexe 4.1.

2. PREMIERS ENSEIGNEMENTS DE TERRAIN.

2.1. La pré-enquête.

2.1.1. Introduction.

Les objectifs poursuivis à travers la pré-enquête sont au nombre de 3:

- tester le questionnaire;
- en mesurer le temps de passation;
- enfin mesurer la disponibilité de la population d'enquête.

Dans le but de bien mener la grande enquête à venir, ce sont les chercheurs permanents chargés de conduire le projet, qui ont eux-mêmes réalisé la présente pré-enquête.

2.1.2. Les conditions de la pré enquête.

Deux districts faisant partie de deux communes: El Achour et El Biar, classés respectivement rural et urbain par le RGPH de 1987 ont fait l'objet de notre pré enquête. Le choix de ces deux districts a été commandé par la certitude qu'ils ne feront pas partie de l'échantillon de l'enquête proprement dite.

Dans le but de réaliser cette pré enquête, des contacts ont été pris avec les autorités des deux communes à travers leurs Présidents d'Assemblées Populaires Communales.

Les deux Présidents nous ont assuré de leur soutien et ont donné des instructions pour que les populations soient informées. Cependant nous avons constaté lors de notre passage au niveau des foyers que l'information n'a pas circulé. Ce qui nous amènes à donner à chaque reprise l'information aux enquêtes.

Les enquêtes sont des couples au sein de ménages pris au hasard sur le terrain. Ils répondent dans leur quasi majorité aux critères retenus préalablement.

2.1.3. Le test du questionnaire.

Telle que conduite cette opération s'apparente plus à une pré enquête qu'à une enquête pilote. En effet les questionnaires même s'ils ont été administrés en l'état, ont plus été des guides d'entretien que des questionnaires définitifs. Les entretiens que nous avons pu mener avec les hommes et les femmes nous ont permis de voir plus clair sur la question.

Le dépouillement des questionnaires a permis de supprimer les questions qui ne sont pas pertinentes, de reformuler celles qui ne passent pas et puis de penser à certains domaines qui se sont imposés lors des entretiens.

2.1.4. Le temps de passation des questionnaires.

Les questionnaires tels qu'ils ont été administrés prennent environ 20 minutes. Cette durée minimale doit être augmentée de 10 minutes en ce qui concerne les femmes, puisque celles-ci sont assez souvent dérangées:

- soit par leurs enfants en bas-âge;
- soit par les travaux ménagers déjà engagés.

2.1.5. Questions d'environnement des enquêtes.

Alors que l'isolement des enquêtes est sinon exigé, du moins recommande dans de tels entretiens, il est apparu qu'il n'est pas facile de l'obtenir souvent. La présence de belles-mères, de belles-soeurs ou de voisines vivant dans le même "haouch" a souvent influencé les propos de l'enquêtée.

Par ailleurs, lorsqu'il s'agit d'appartement le même phénomène se produit quant le logement est exigü. L'isolement de l'enquêtée paraît alors impossible à réaliser.

2.1.6. La disponibilité de la population d'enquête.

La population à enquêter ne se présente pas en couple comme l'enquête l'exige. En effet alors qu'il était prévu d'administrer le questionnaire séparément et simultanément aux membres du couple, il s'avère après expérience que les époux ne sont pas disponibles pour la simple raison qu'ils travaillent les jours de semaine et qu'ils sont occupés à l'extérieur le week-end.

Nous avons par ailleurs enregistré deux refus de participer à l'enquête, l'un dans le district qualifié de rural, l'autre dans le district qualifié d'urbain.

2.1.7. Quelques résultats de la pré-enquête.

2.1.7.1. Ruraux ou urbains ?

La distinction entre couples résidant en milieu urbain ou rural, n'est pas évidente. Nous avons en effet eu à enquêter en milieu rural des populations que tout distingue de la ruralité. Nous sommes bien évidemment dans l'algérois: El Achour, mais il n'est pas dit que le problème est purement local. Les populations enquêtées qui posent problème sont celles constituées par des familles véritablement citadines: (ayant vécu depuis longtemps, en ville) et propriétaires de terres agricoles sur lesquelles, elles ont récemment édifié des habitations de type villa. S'agit-il d'une tendance des anciens citadins ? En tout état de cause, le questionnaire sera fait de telle sorte que de telles populations seraient reconnues afin de les distinguer des véritables populations rurales.

-- analyser à travers les spots recueillis les insuffisances et parfois les inflexions de la stratégie mise en oeuvre.

2.2.2. La stratégie mise en oeuvre.

La stratégie de communication sociale élaborée par l'Etat en vue de modifier le comportement nataliste de la population s'appuie sur un certain nombre de paramètres qui permettent de la caractériser.

a) pour sensibiliser les couples, elle fait appel à toutes les sources institutionnelles possibles.

Plusieurs départements ministériels ont été sollicités (Education, Santé, Affaires Religieuses, Culture, Information...). Cependant le programme d'action interministériel ayant intégré l'espacement des naissances dans le cadre de la protection maternelle et infantile va privilégier les aspects sanitaires. C'est ce qui explique le rôle important confié au Ministère de la santé publique. En matière de communication sociale ce secteur devait veiller à "fournir l'ensemble des supports matériels nécessaires à la réalisation de sa mission d'éducation sanitaire"(1). Les autres secteurs devaient apporter chacun, dans son domaine, une contribution à l'atteinte de l'objectif:

- discipline nouvelle à enseigner par l'Education;
- sermons religieux par les Affaires Religieuses;
- expositions et conférences par la Culture;
- utilisation des médias par l'information.

Aux côtés de ces principaux ministères, le parti du FLN et ses organisations de masse devaient intégrer la maîtrise de la croissance démographique comme condition essentielle à la réalisation de leur slogan: "pour une vie meilleure".

(1) Programme d'action interministériel, p.5.

A ces sources étatiques, est venue s'ajouter l'Association Algérienne de Planification Familiale en tant que participation de la société civile au programme de sensibilisation.

La première caractéristique de la stratégie de communication sociale mise en oeuvre réside donc dans la multiplicité des sources émettrices.

L'objectif visé par cette redondance était la volonté de toucher le maximum de personnes le plus de fois possible. Le "matraquage" des foules était donc recherché.

b) La responsabilité de l'opération est partagée.

Cette seconde caractéristique découle en fait de la première. Sous prétexte que le problème posé par la croissance démographique concerne tout le monde, l'Etat a cherché à impliquer le plus de responsables possible. Il a confié à chacun un champ de responsabilité particulier découlant de ses compétences distinctives; ceci s'explique dans le cadre d'une division rationnelle du travail.

Néanmoins deux insuffisances peuvent être relevées à ce niveau:

- en partageant trop la responsabilité du programme, l'Etat l'a diluée et a fait que finalement personne ne se sent vraiment responsable.

- la communication sociale nécessite des compétences particulières que chaque secteur pris séparément ne possède pas obligatoirement.

Ces insuffisances vont se répercuter sur la qualité de la production des messages (amateurisme) et sur le contrôle du suivi des opérations (absence de continuité).

c) Stratégie basée sur l'adhésion volontaire.

L'adhésion au programme d'espacement des naissances est définie par l'Etat comme condition essentielle du développement national. Plus que cela, pour lui "l'équilibre et l'épanouis-

sement de la famille et de la femme sont assurés par une dimension restreinte de la cellule familiale (1); c'est donc une condition vitale. Néanmoins l'adhésion est laissée en dernier ressort à l'appréciation des personnes concernées.

En fait il semble que cette hésitation de l'Etat résulte du rapport de forces politique qui se dégage entre les tenants et les opposants au programme d'espacement des naissances.

2.2.3. Les spots et documentaires élaborés.

Les caractéristiques de la stratégie de communication sociale définies précédemment vont influencer de manière sensible sur la production des messages. Elles vont influencer à la fois sur:

- les sources émettrices dont le nombre va être très réduit;
- la quantité de messages élaborés très faible;
- la qualité technique des documents;
- la fréquence et les périodes de diffusion.

2.2.3.1. Les sources émettrices et leur production.

C'est à travers le médium de masse représenté par la télévision que sont recensées les différentes sources émettrices. Certainement incomplet, l'échantillon présenté dans le tableau suivant donne cependant une idée assez juste des principaux acteurs qui sont intervenus de manière suffisante pour justifier l'intérêt de l'étude.

(1) Programme d'action interministériel, p.8.

Tableau des sources et messages produits.

Sources	Nature du message	Titre thème
(2) I.N.S.P. (Institut National de la Santé Publique)	1) Spot publicitaire	Espacer les naissances c'est préserver la santé de la mère et de l'enfant
	2) Spot publicitaire	Grossesses tardives = risque pour la mère (après 35 ans)
(1) E.N.T.V.	1) Documentaire (production suisse) Durée: 51'	Algérie le poids du nombre
	2) Documentaire	Planning familial
(1) E.N.T.V.	3) Documentaire Durée: 55'	Démographie Algérie
(1) E.N.T.V.	4) Documentaire	Démographie Tunisie
	5) Documentaire Durée: 52'	Démographie Egypte
	6) Documentaire	Surveillance des grossesses
A.N.A.F.	7) Documentaire Durée: 26'	Problématique de la population en Algérie.
	1) Spot	Santé de la mère et de l'enfant et beauté de la mère
	2) Spot	Islam, allaitement et contraception
	3) Spot	Les méthodes contraceptives sans danger pour la santé de la mère
	4) Spot	Planification des naissances et satisfaction de la <u>demande sociale</u> (santé, éducation et loisirs)
	5) Spot	Organisation de la famille et <u>éducation des enfants</u>
	6) Spot	Espacement des naissances et réduction de <u>mortalité</u>

...Suite du tableau des sources et messages produits.

Sources	Nature du message	Titre thème
A.N.A.F.	7) Spot	Croissance économique et croissance démographique
	8) Spot	Impact sur les <u>infrastructures scolaires</u>
	9) Spot	Impact sur le <u>logement</u>
	10) Spot	Croissance démographique et détérioration <u>environnement</u> et qualité de vie
	11) Spot	Offre gratuite des moyens contraceptifs au niveau des P.M.I.
Ministère du Travail et des Affaires Sociales	1) Spot publicitaire	Planifier les naissances pour bien élever ses enfants
	2) Spot publicitaire	La planification des naissances permet de donner aux enfants une bonne éducation

La première observation à faire sur le tableau précédent porte sur la faiblesse du nombre de sources recensées (quatre) et leur production en matière de communication sociale.

En trois années (1988-90), la variété des thèmes proposés au public ne semble pas justifier l'importance et la gravité du sujet. Il reste que la conclusion sur l'impact réel de cette production ne peut être tiré du fait de la méconnaissance de la fréquence de sa diffusion. L'analyse privilégiera l'aspect qualitatif et portera sur les thèmes développés le langage utilisé, le rapport émetteur-récepteur etc...

2.2.3.2. La qualité technique des messages.

a) Reflet des préoccupations de l'Etat.

Concernant le premier aspect des thèmes développés par les messages, ils reflètent pour la plupart des préoccupations de l'Etat. Incapable de répondre à la demande sociale, il va chercher à la réduire en réduisant. Les volets éducation, santé, logement se partagent la quasi totalité des messages. Deux spots seulement les 11 développés par l'A.N.A.F. servent à expliquer les méthodes contraceptives et un seul à lever le tabou religieux.

Les messages diffusés nous renseignent parfaitement sur l'émetteur et ses préoccupations. Ils ne permettent pas d'apprécier les réactions, sentiments, attitudes, freins des publics auxquels ils s'adressent.

b) Langage utilisé.

Les différents messages utilisent un vocabulaire propre aux sources qui les émettent. C'est un langage de spécialiste du thème développé.

Ce discours frise l'ésotérisme lorsque l'émetteur se présente sous l'image du spécialiste du thème développé (médecin, sage-femme, imam, démographe...).

Ce caractère médical, théologique, statistique revêtu par les messages les rend difficiles à comprendre pour les populations souvent analphabètes auxquelles ils s'adressent.

c) relation émetteur - récepteur.

La plupart des spots présentent l'Etat dans un rôle actif expliquant, précisant et conseillant un comportement donné. Le récepteur lui est passif et reçoit sans réagir les messages communiqués. On sent une certaine passivité des populations visées qui ne comprennent pas très bien ce qu'on attend d'eux. D'où le sentiment d'un certain décalage entre les préoccupations

cupations de l'Etat et celles des personnes concernées par le programme d'espacement des naissances.

La conclusion générale qui peut être tirée sur la production des messages adressés par les différentes sources à la population algérienne afin de modifier son comportement nataliste est qu'elle se caractérise par:

- sa faiblesse quantitative compte tenu du changement social attendu;

- son amateurisme résultat de l'absence d'institutions spécialisées en matière de communication sociale.

Cela donne à l'action de sensibilisation, à la nécessité d'une maîtrise de la croissance démographique l'aspect d'une opération incomplète qui n'a pu réunir les moyens nécessaires à sa réussite. Le résultat est que l'on a l'impression d'être en face d'une série d'interventions ponctuelles qui ne doivent leur existence qu'à la hargne et la volonté de leurs promoteurs.

ANNEXE 4.1

Note sur l'échantillonnage et
le plan de sondage.

L'échantillon maître qui a servi de base au tirage des districts de l'EASME, a été déterminé selon la méthodologie suivante:

1. Estimation de la population des 1541 communes mars 1991 et ce en appliquant le taux d'accroissement moyen entre les RGPH de 1977 et 1987.

2. Classement des agglomérations et communes selon les quatre strates suivantes:

- Strate I: constituée par les agglomérations urbaines ayant plus de 100.000 habitants et qui sont au nombre de 16.

- Strate II: constituée par les agglomérations urbaines ayant entre 50.000 et 100.000 habitants au nombre de 26.

- Strate III: constituée par les agglomérations urbaines de moins de 50.000 habitants au nombre de 405.

- Strate IV: comprend trois sous-strates:

* celle regroupant les agglomérations semi-rurales au nombre de 440.

* celle regroupant les agglomérations rurales au nombre de 2600.

* celle regroupant toutes les communes ayant au moins un district épars et qui sont au nombre de 1485.

Méthode de tirage de l'échantillon maître.

1ère étape.

Selon un taux de sondage adopté pour chacune des 4 strates précédentes, un échantillon de 562 unités primaires a été obtenu et qui est réparti entre les strates comme suit:

Strate	taux de tirage	Unités primaires obtenues
I	1/1	16
II	1/2	13
III	1/5	81
IV	1/10	452

2ème étape.

Après avoir listé les districts composant les unités primaires échantillons, des districts ou unités secondaires ont été tirés au niveau de chaque strate selon les taux de tirage suivants:

Strate	taux de tirage	Unités secondaires obtenues
I	1/20	218
II	1/10	90
III	1/4	267
IV	1/2	807
Total		1382

Méthode de tirage des districts échantillons de l'EASME.

Sur la base des unités primaires et secondaires de l'échantillon maître, le plan de sondage adopté pour l'EASME est le suivant:

1ère étape

Les agglomérations des strates I et II ont été prises exhaustivement. Par contre pour les strates III et IV, la sélection a été réalisée avec un taux de sondage égal à 1/2 soit le tirage d'une agglomération sur deux.

Strate	taux de tirage	Unités primaires obtenues.
I	1/1	16
II	1/1	13
III	1/2	41
IV	1/2	226
Total		296

2eme etape.

Les districts échantillons ont été obtenus en appliquant les taux de sondage suivants au niveau de chaque strate:

Strate	taux de tirage	Unités secondaires obtenues
I	1/4	56
II	1/4	23
III	1/2	70
IV	1/2	215
Total		364

Méthode de tirage des districts échantillons de notre enquête.

Les 364 districts de l'EASME ont servi de base au tirage de cet échantillon.

1ere etape.

Les 364 districts ont été classés selon le critère de strate (I, II, III et IV). Après avoir éliminé les districts des wilayate du sud, les districts restants ont été classés par wilaya (1 a 48) au niveau de chaque strate.

2eme etape.

Un taux de sondage identique a été appliqué pour chacune des strates afin de sélectionner les districts échantillon.

Liste des wilayate concernées par l'enquête.

Wilayate de l'Ouest:

Wilaya	Communes	districts	Strate
13 Tlemcen	13 Ouled Mimoun	024	3
	17 Beni Snous	006	4
14 Tiaret	01 Tiaret	052	2
	14 Rahouia	022	3
	10 Madna	002	4
22 Sidi Bel Abbès	01 Sidi Bel Abbès	043	1
27 Mostaganem	01 Mostaganem	110	1
	13 Abdelmalek Ramd.	009	4
29 Mascara	22 Oued Traria	008	4
31 Oran	01 Oran	202	1
	04 Hassi Bounif	021	3
38 Tissemsilt	02 Bordj Bou Na'ama	006	4
46 Ain Témouchent	01 Ain Témouchent	010	3
	19 El Amria	008	3
48 Relizane	20 Oued Essalem	010	4

Wilayate du centre

Wilaya	Communes	districts	Strate
02 Chlef	13 Beni Rached	019	3
	21 Oued Sly	018	4
09 Blida	29 Djebbara	006	4
10 Bouira	35 Ain Bessam	011	4
	35 Ain Bassam	019	4
15 Tizi Ouzou	10 Draâ El Mizan	015	4
	48 Ouacif	004	4
16 Alger	27 El Mouradia	014	1
	03 El Madania	019	1
	07 El Qasbah	042	1
17 Djelfa	01 Djelfa	049	2
	25 Dar Chioukh	010	4
26 Medea	27 Ouled Bouachra	002	4
	07 El Omaria	006	4
35 Boumerdes	32 Boudouaou	003	4
44 Ain Defla	26 Barbouche	001	4

Wilayate de l'est.

Wilaya	Communes	districts	strate
04 Oum El Bouaghi	27 Ain Zitoun	007	4
05 Batna	01 Batna	077	1
	44 T'kout	009	4
	35 Bouzina	009	4
06 Bejaia	51 Oued Ghir	009	4
12 Tebessa	01 Tebessa	033	1
	02 Bir El Ater	021	3
	07 Saf saf Ouesra	008	4
19 Sétif	21 Djemila	013	4
	06 Ain Roua	014	4
21 Skikda	30 Fli Fla	015	3
	27 Ain Kercha	018	4
	27 Ain Kercha	014	4
23 Annaba	01 Annaba	274	1
	09 Ain Berda	012	4
25 Constantine	06 El Khroub	024	3
28 Msila	41 Ain El Melh	021	3
	36 Bir Fodda	008	4
34 Bordj Bou Ardj	21 Taglaït	004	4
36 El Tarf	16 Besbes	043	3
	18 Beni Amar	003	4
40 Khenchela	01 Khenchela	022	2
41 Souk Ahras	13 Ouled Moumen	005	4

CENTRE DE RECHERCHE EN ECONOMIE
APPLIQUEE POUR LE DEVELOPPEMENT.
C.R.E.A.D.

AGENCE NATIONALE
DES ACTUALITES FILMEES.
A.N.A.F.

"ENQUETE SUR LA COMMUNICATION
EN MATIERE DE PLANIFICATION
FAMILIALE."

QUESTIONNAIRE
Destiné à l'épouse.

Nom de l'enquêteur(rice):

Date de l'enquête:

Heure de début de l'entretien:

Heure de fin d'entretien:

Observations:

0	LOCALISATION
---	--------------

0.1. Wilaya: 0.2 Commune: 0.3 District:

N° :

Nom de jeune fille:

Nom et prénom de l'époux:

I

IDENTIFICATION

FI1. Année de nais- |
sance ou âge: |

FI2. Niveau d'instruction:

Sans : |
Coranique: |
Primaire: |
Moyen: |
Secondaire: |
Supérieur: |

FI3a. Profession principale :
Décrire

FI3b. Situation dans la profession:

Employeur |
Indépendant |
Salaire permanent |
Salaire saisonnier |

FI3c Depuis quand exercez-vous cette profession ?

|

FI3d. Activité supplémentaire:

FI4. Combien gagnez-vous

mensuellement |
ou annuellement |

FI5. Année ou âge |
au mariage: |

FI6. Avez-vous un lien de parenté avec votre époux?

oui |
non |

FI7. Votre époux est-il de votre bled ?

oui |
non |

FI8a. C'est vous qui avez choisi votre époux ?

oui |
non |

FI8b. Si non, qui a choisi ?

mère |
père |
autre parent |
autre à préciser:

FI9a. Vos parents ou vos beaux parents vous aident-ils à élever vos enfants ?

oui ☐
non ☐

FI10. Comment ?

FI11. Rang du mariage actuel:

☐

FI12. Avant la naissance de votre 1er enfant avez-vous utilisé des contraceptifs ?

oui ☐
non ☐

FP1. Descendance :

rang du mari- age					Si décès Date	Raison d'un intervalle égal ou sup à 2 ans	Lieu de l'accou- chement
	n°	Prénom	Sexe	D. Naiss			
	1						
	2						
	3						
	4						
	5						
	6						
	7						
	8						
	9						
	10						
	11						
	12						
	13						
	14						

FP2a. Etes-vous enceinte actuellement ?

oui ☐
non ☐

FP2b. Si oui, de combien de mois ?

FP3a. Si non, utilisez-vous actuellement des contraceptifs ?

oui ☐
non ☐

FP3b. Si oui, lesquels ?

Pilule: ☐
D.I.U.: ☐
Diaphragme: ☐
Ligature des trompes: ☐
Injection: ☐
Preservatif: ☐

Autre à préciser:

FP4. Si vous avez utilisé, ou si vous utilisez actuellement les contraceptifs, qui vous a amené à les utiliser ?

FP5. Si vous avez pratiqué la contraception et que vous l'avez définitivement abandonnée, pourquoi ?

FP6. Si vous n'avez jamais pratiqué la contraception pourquoi ?

II CONNAISSANCES DES METHODES CONTRACEPTIVES ET SOURCES

FC1a. Avez-vous entendu parler des moyens et méthodes contraceptifs ?

oui ☐
non ☐

☐

FC1b. Si oui, lesquels ?

Pilule: ☐
D.I.U.: ☐
Diaphragme: ☐
Ligature des trompes: ☐
Injection: ☐
Préservatif: ☐
Autre à préciser: ☐

☐

FC1c. Si oui Depuis ☐
combien d'années ? ☐

☐

FC2. Connaissiez-vous les moyens contraceptifs masculins ?

oui ☐
non ☐

☐

FC3. Par quel moyen avez-vous été informé de tout cela ?

Télévision: ☐
Radio: ☐
Journaux: ☐
Dispensaire: ☐
Médecin: ☐
Pharmacie: ☐
Parents: ☐
Voisins: ☐
amis: ☐
Autres à préciser: ☐

☐

FC4. Où peut-on se procurer les moyens contraceptifs ?

Dispensaire: ☐
Pharmacie: ☐
Autre à préciser: ☐

☐

FC5. Si par hasard vous voulez espacer vos naissances ou ne plus avoir d'enfants à qui vous adresserez vous ?

☐

FC6a. Vous est-il arrivé de discuter librement de la
planification familiale et des moyens contracep-
tifs ?

oui ☐
non ☐

☐

FC6b. Si oui, avec qui ?

☐

FC6c....et dans quel lieu ?

☐

FC7a. Quelles sont les personnes qui, selon vous peu-
vent vous éclairer sur la planification familia-
le ?

☐

FC7b. Avez-vous eu l'occasion d'écouter leurs expli-
cations ?

oui ☐
non ☐

☐

II ATTITUDES. OPINIONS EN MATIERE DE PLANIF. FAMILILALE

FA1a. Etes-vous d'accord avec le principe de l'uti-
lisation des contraceptifs ?

oui ☐
non ☐

☐

FA1b. Si oui, pour:

espacer les naissances ☐
limiter les naissances ☐

FA1c. Si oui, pour quelles raisons ?

raison de santé ☐
chereté de la vie ☐
espace insuffisant ☐
autre, à préciser ☐

☐

FA1d. Si non, pourquoi ?

☐

FA2a. Désirez-vous avoir d'autres d'enfants ?

oui ☐
non ☐

FA2b. Pourquoi ?

FA3c. Si oui combien d'enfants désirez-vous encore ?

☐

FA4a. Quel est le nombre idéal d'enfants qu'une famille peut avoir ?

☐

FA4b. Pourquoi ?

FA5. Vous et votre mari avez-vous des positions communes sur la planification familiale ?

oui ☐
non ☐

FA6a. Discutez-vous avec votre mari des moyens contraceptifs ?

oui ☐
non ☐

FA6b. Si non, Pourquoi ?

FA7. Votre mère influence-t-elle vos attitudes en matière de planification familiale ?

FA8. Votre belle-mère influence-t-elle vos attitudes en matière de planification familiale ?

FA9a. Discutez-vous, ou comptez-vous discuter librement avec vos filles pubères des contraceptifs ?

oui ☐
non ☐

FA9b. Pourquoi ?

FA10a. Ressentez-vous le besoin d'être informée sur
les méthodes et les moyens contraceptifs ?

oui ☐
non ☐

☐

FA10b. Si oui, par qui ?

FA10b. Si non, pourquoi ?

☐

FA10c. En quelle langue voudriez-vous recevoir cette
information ?

arabe classique ☐
arabe dialectal ☐
kabyile ☐

autre, à préciser:

☐

V

EXPOSITION AUX SOURCES D'INFORMATION.

FE1. Recevez-vous des émissions de Télévision ?

oui ☐
non ☐

☐

FE2. Nombre de postes :

en marche: ☐
dont en couleurs ☐

☐

FE3a. Regardez-vous la tv ?

Régulièrement: ☐
Rarement: ☐
Pas du tout: ☐

☐

FE3b. Si non, pourquoi ?

☐

FE3c. Si oui,

Chaîne nationale: ☐
Chaîne étrangère: ☐

☐

FE3d. A quels moments de la journée ?

Chaîne nationale:

Chaîne étrangère:

☐

FE3e. Quelles sont les émissions qui vous intéressent le plus, citez en trois que vous préférez :

| |

FE4a. Si des émissions concernant la planification familiale sont présentées à la télé, est-ce que vous pouvez les voir en famille ?

oui | |
non | |

| |

FE4b. Pour quelles raisons ?

| |

FE5. Quelles sont les émissions que vous pouvez regarder en famille ?

| |

FE6. Nombre de postes radio en marche: | |

| |

FE7a. Écoutez-vous la radio?

Régulièrement: | |
Rarement: | |
Pas du tout: | |

| |

FE7b. Si non, pourquoi ?

| |

FE7c. Si oui, quelles chaînes ?

Nationales

étrangères

Ch.1:

Ch.2:

Ch.3:

Autre à préciser:

| |

FE7d. A quels moments de la journée ?

Nationales

étrangères

Ch.1:

Ch.2:

Ch.3:

Autre à préciser:

| |

FE7e. Quelles sont les émissions qui vous intéressent le plus, citez en trois que vous préférez:

| |

FE8a. Ecoutez-vous toutes les émissions en famille ?

oui ☐
non ☐

FE8b. Si non, pour quelles raisons ?

FE9a. Lisez-vous des journaux, des magazines et des revues ?

Régulièrement: ☐
Rarement: ☐
Pas du tout: ☐

FE9b. Si non, pourquoi ?

FE9c. Si oui lesquels ?

FE10. Avez-vous l'habitude de vous faire lire le journal ?

oui ☐
non ☐

FE11. Quelles sont les rubriques qui vous intéressent le plus, citez en trois que vous préférez:

FE12a. Y-a-t-il eu des émissions ou des articles consacrés à planification familiale dont vous vous souvenez ?

oui ☐
non ☐

FE12b. Si oui, lesquels ?

FE12c. Pourquoi ?

FE13. Existe-t-il un dispensaire dans votre commune ?

oui ☐
non ☐

FE14. Avez-vous une voiture pour y aller ?

oui ☐
non ☐

FE15. A combien de km de chez vous ?

| |

| |

FE16a. Y allez-vous avec votre mari ?

Régulièrement:

| |

Rarement:

| |

Pas du tout:

| |

| |

FE16b. Pour quelles raisons ?

| |

FE17. Allez-vous avec votre mari chez le médecin
privé ?

Régulièrement:

| |

Rarement:

| |

Pas du tout:

| |

| |

FE18a. Avec qui souhaiteriez-vous discuter de la pla-
nification familiale librement ?

| |

FE18b....et dans quel lieu ?

| |

"ENQUETE SUR LA COMMUNICATION
EN MATIERE DE PLANIFICATION
FAMILIALE."

QUESTIONNAIRE
Destiné à l'époux.

Nom de l'enquêteur(rice):

Date de l'enquête:

Heure de début de l'entretien:

Heure de fin d'entretien:

Observations:

0	LOCALISATION
---	--------------

0.1. Wilaya: | | 0.2 Commune: | | 0.3 District: | |

Depuis quand ? | |

et avant ? | |

N° : | |

Nom de l'enquêté: | |

I

IDENTIFICATION

ENQUETE.

MI1. Année de nais- |
sance ou âge: |

MI2. Niveau d'instruction:

Sans : |
Coranique: |
Primaire: |
Moyen: |
Secondaire: |
Supérieur: |

MI3a. Profession principale :
Décrire

MI3b. Situation dans la profession:

Employeur |
Independant |
Salarié permanent |
Salarié saisonnier |

MI3c. Depuis quand exercez-vous cette profession ?
|

MI3d. Activite supplémentaire:

MI4. Combien gagnez-vous
mensuellement |
ou annuellement |

MI5. Année ou âge |
au mariage: |

MI6. Avez-vous un lien de parente avec votre épouse?
oui |
non |

MI7. Votre épouse est-elle de votre bled ?
oui |
non |

MI8a. C'est vous qui avez choisi votre épouse ?
oui |
non |

MI8b. Si non, qui a choisi ?

mere ☐

pere ☐

autre parent ☐

autre a preciser: ☐

MENAGE/FAMILLE.

MI9a. En plus de votre épouse et de vos enfants, vivez-vous avec d'autres membres de votre famille?

oui ☐

non ☐

MI9b. Si oui, avec:

Parents seuls: ☐

Parents+frères célib.: ☐

Parents+freres mariés.: ☐

Frères célib.: ☐

Frères mariés: ☐

autres, precisez. ☐

MI10. Si vous vivez avec d'autres membres de votre famille qui est le chef de ménage ?

Pere ☐

Mere ☐

Frere ☐

Autre ☐

MI11. Age du chef de ménage:

MI12. Son instruction:

Sans : ☐

Coranique: ☐

Primaire: ☐

Moyen: ☐

Secondaire: ☐

Superieur: ☐

MI13a. Sa profession principale:

Decrire

MI13b. Sa situation dans la profession:

Employeur ☐

Independant ☐

Salarié permanent ☐

Salarié saisonnier ☐

MI13c. Depuis quand exerce-t-il cette profession ?

|_____|

|_____|

MI14. Activité supplémentaire:

|_____|

MI15. Combien gagne-t-il ?

mensuellement

|_____|

ou annuellement

|_____|

|_____|

MI16. Si vous vivez avec d'autres membres de votre famille, avez-vous un budget commun ?

oui |_____|

non |_____|

|_____|

MI17. Combien êtes-vous dans le ménage à avoir du travail rémunéré ?

|_____|

|_____|

MI18. Avez-vous un projet d'habiter seul ?

oui |_____|

non |_____|

MI19 Pourquoi ?

|_____|

MI20a. Si vous ne vivez qu'avec votre femme et vos enfants, les autres membres de votre famille vivent-ils dans le même:

"haouch" ou "dar" |_____|

quartier |_____|

douar |_____|

commune |_____|

wilaya |_____|

|_____|

MI20b. Si vous avez de la famille comme voisins, qui sont-ils ?

Parents seuls:

|_____|

Parents+frères célib.:

|_____|

Parents+frères mariés.:

|_____|

Frères célib.:

|_____|

Frères mariés:

|_____|

MI21a. Vos parents vous aident-ils à élever un ou plusieurs de vos enfants ?

oui |_____|

non |_____|

|_____|

MI21b. Comment ?

|_____|

MI22. Comment logez-vous ?

Appartement: ☐
 Villa: ☐
 "Haouch" ou "dar": ☐
 Tente traditionnelle: ☐
 Tout habitat précaire: ☐

MI23. Nombre de pièces: ☐

MI24. Nombre de ☐
 personnes total: ☐

MI25. Ce logement est-il la propriété du:

chef du ménage: ☐
 de l'enquêté: ☐
 Autre: ☐

MI26. Quelle est la langue que vous parlez à la maison ?

Arabe: ☐
 Kabyle: ☐
 Chaoui: ☐
 Autre à préciser: ☐

II CONNAISSANCES DES METHODES CONTRACEPTIVES ET SOURCES

MC1a. Avez-vous entendu parler des moyens et méthodes contraceptifs ?

oui ☐
 non ☐

MC1c. Si oui, lesquels ?

Pilule: ☐
 D.I.U.: ☐
 Diaphragme: ☐
 Ligature des trompes: ☐
 Injection: ☐
 Préservatif: ☐

Autre à préciser: ☐

MC1b. Si oui Depuis ☐
 combien d'années ? ☐

MC2. Connaissez-vous les moyens contraceptifs masculins ?

oui ☐
 non ☐

MC3. Par quel moyen avez-vous été informé de tout cela ?

Télévision: ☐
 Radio: ☐
 Journaux: ☐
 Dispensaire: ☐
 Médecin: ☐
 Pharmacie: ☐
 Parents: ☐
 Voisins: ☐
 amis: ☐
 Autres à préciser: ☐

MC4. Où peut-on se procurer les moyens contraceptifs ?

Dispensaire: ☐
 Pharmacie: ☐
 Autre à préciser: ☐

MC5. Si par hasard vous voulez espacer vos naissances ou ne plus avoir d'enfants à qui vous adresserez vous ?

MC6a. Vous est-il arrivé de discuter librement de la planification familiale et des moyens contraceptifs ?
 oui ☐
 non ☐

MC6b. Si oui, avec qui ?

MC6c....et dans quel lieu ?

MC7a. Quelles sont les personnes qui selon vous peuvent vous éclairer sur la planification familiale ?

MC7b. Avez-vous eu l'occasion d'écouter leurs explications ?

III ATTITUDES, OPINIONS EN MATIERE DE PLANIF. FAMILIALE

MA1a. Etes-vous d'accord avec le principe de l'utilisation des contraceptifs ?

oui ☐
non ☐

☐

MA1b. Si oui, pour:

espacer les naissances ☐
limiter les naissances ☐

MA1c. Si oui, pour quelles raisons ?

raison de sante ☐
cherete de la vie ☐
espace insuffisant ☐
autre, à préciser ☐

☐

MA5c. Si non, pourquoi ?

MA1a. Désirez-vous avoir d'autres d'enfants ?

oui ☐
non ☐

☐

MA1b. Pourquoi ?

☐

MA1c. Si oui combien d'enfants désirez-vous encore ?

☐

☐

MA4a. Quel est le nombre idéal d'enfants qu'une famille peut avoir ?

☐

☐

MA4b. Pourquoi ?

☐

MA6a. Discutez-vous avec votre femme des moyens contraceptifs ?

oui ☐
non ☐

☐

MA6b. Si non, Pourquoi ?

☐

ME1d. A quels moments de la journée ?

Chaîne nationale:

Chaîne étrangère:

ME1e. Quelles sont les émissions qui vous intéressent le plus, citez en trois que vous préférez :

ME3. Si des émissions concernant la planification familiale sont présentées à la télé, est-ce que vous pouvez les voir en famille ?

oui ☐
non ☐

ME2b. Pour quelles raisons ?

ME2a. Quelles sont les émissions que vous pouvez regarder en famille ?

ME0d. Nombre de postes radio en marche:

ME3a. Écoutez-vous la radio?

Régulièrement: ☐
Rarement: ☐
Pas du tout: ☐

ME3b. Si non, pourquoi ?

ME3c. Si oui, quelles chaînes ?

Nationales

étrangères

Ch.1:

Ch.2:

Ch.3:

Autre à préciser:

ME8b. Si oui, lesquels ?

ME8c. Pourquoi ?

ME9. Existe-t-il un dispensaire dans votre commune ?
oui | |

oui	1
non	1

ME10. Avez-vous une voiture pour y aller ?

oui	☐
non	☐

ME11. a combien de km de chez vous ?

1

ME12a. Y allez-vous avec votre femme ?
Régulièrement.

Régulièrement: ☐
Rarement: ☐
Pas du tout: ☐

ME12b. Pour quelles raisons ?

ME14. Allez-vous avec votre femme chez le medecin
privé ?

Régulièrement:	☐
Rarement:	☐
Pas du tout:	☐

MF16a. Avec qui souhaiteriez-vous discuter de la planification familiale librement ?

ME16b....et dans quel lieu ?

4.4.1. Deuxième phase.

Nous devons finaliser les travaux de la première phase et entamer l'enquête (19).

- Formation des enquêteurs et réalisation de l'enquête. 1 mois et demi.

- Dépouillement et traitement informatique des données recueillies. 2 mois.

- Publication des résultats préliminaires, cette action est menée conjointement au traitement informatique.

4.4.2. Troisième phase.

- Remise du rapport final au bout de 2 mois.

- Tenue d'une ou de deux journées d'études sur: "La communication en planification familiale", pour soumettre au débat les résultats de l'étude, 15 jours après leur remise.

(19) Comme convenu la phase I devait concerner une recherche documentaire sur la campagne d'information qui a soutenu le programme de maîtrise de la croissance démographique. Le document résultant de cette recherche sera incessamment finalisé.