

Behaviour Change Communication through Edutainment



13-15 November
2008 - Issyk-Kul

Michael Unland,
Communication Specialist

Education + Entertainment

=

Edutainment

- Entertainment with social responsibility
- Education without boredom

Our main challenges in Communication for Health

1. We need to reach out to the masses

Специалисты по
коммуникации и
здравоохранени

**Edutain-
ment**

Целевая группа/население

Our two main challenges in Communication for Health

1. We need to reach out to the masses
2. We need to change attitudes and behaviours

Изменение поведения как самая сложная цель коммуникации

Конрад Лоренц, этнолог, бихевиорист:

*“Сказаное не значит услышаное.
Услышаное не значит понятое.
Понятое не значит принятое
Принятое не значит выученое.
Выученое не значит примененое.
Примененое не значит изменение в
поведении.”*

The Power of Edutainment

- „Simplemente María“ (Peru)
 - Rise of enrollments in literacy classes
 - Small and Medium enterprises
 - The „wedding“ phenomenon
- The German Lindenstraße
 - Calls to HIV/AIDS info hotlines more than doubled
 - 10 times more effective than advertisement campaign
- Other examples: „Seasamestreet“, „Soul City“

Forms of Edutainment

- **Media:**
TV, Film, Radio, Print, Mass events
- **Genres:**
Soap opera, Theatre Play, Comic, Concert,
Books, Puppet theatre, Phantomime
- **Messages:**
Healthy Lifestyle, Anti-Discrimination, Family
planning, Gender equality, civil education,
actions against poverty etc.



Love as a test

The Kyrgyz Example

Michael Unland,
Communication Specialist



Vicious circle of HIV/AIDS in Kyrgyzstan



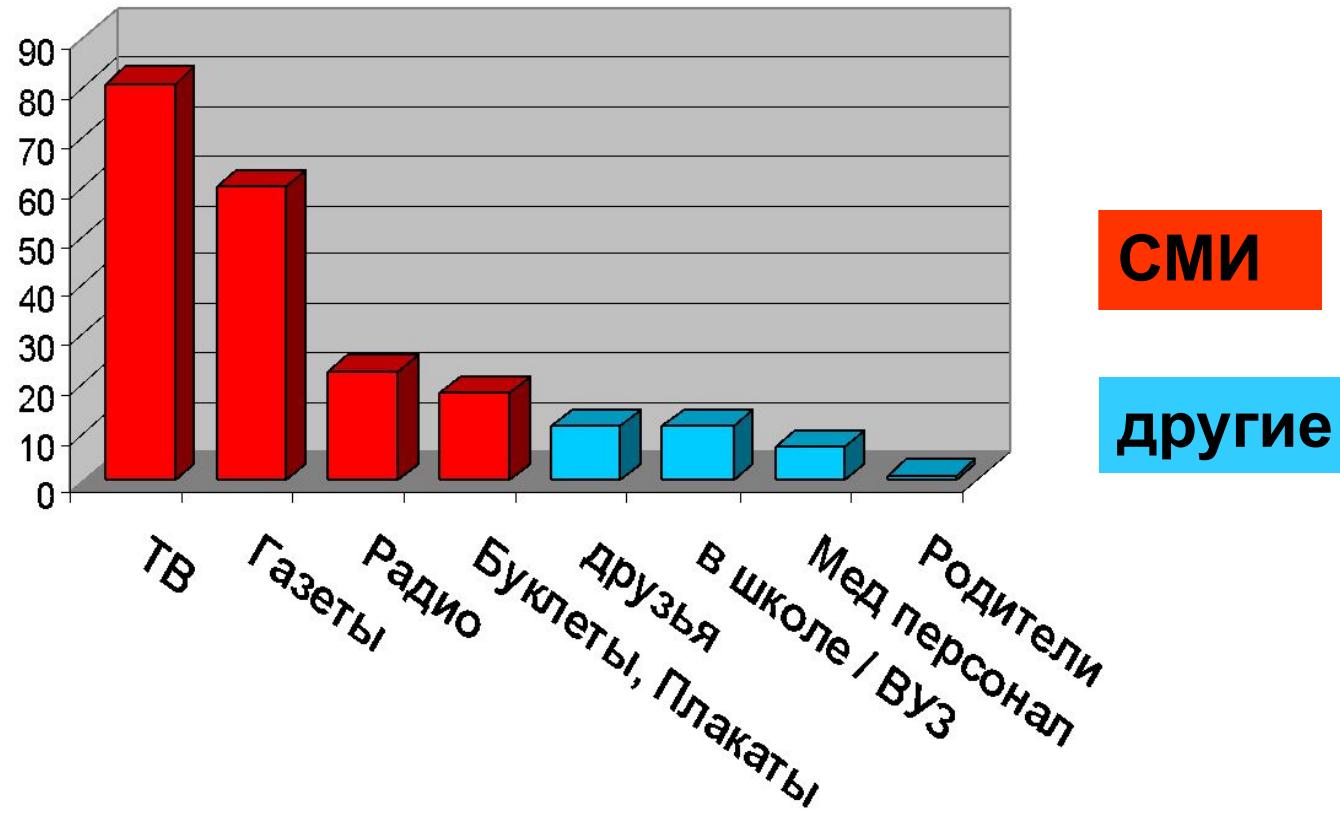
Michael Unland,
Communication Specialist

Почему надо всех информировать?



- около 3-4х ВИЧ инф-й / каждый день в КР

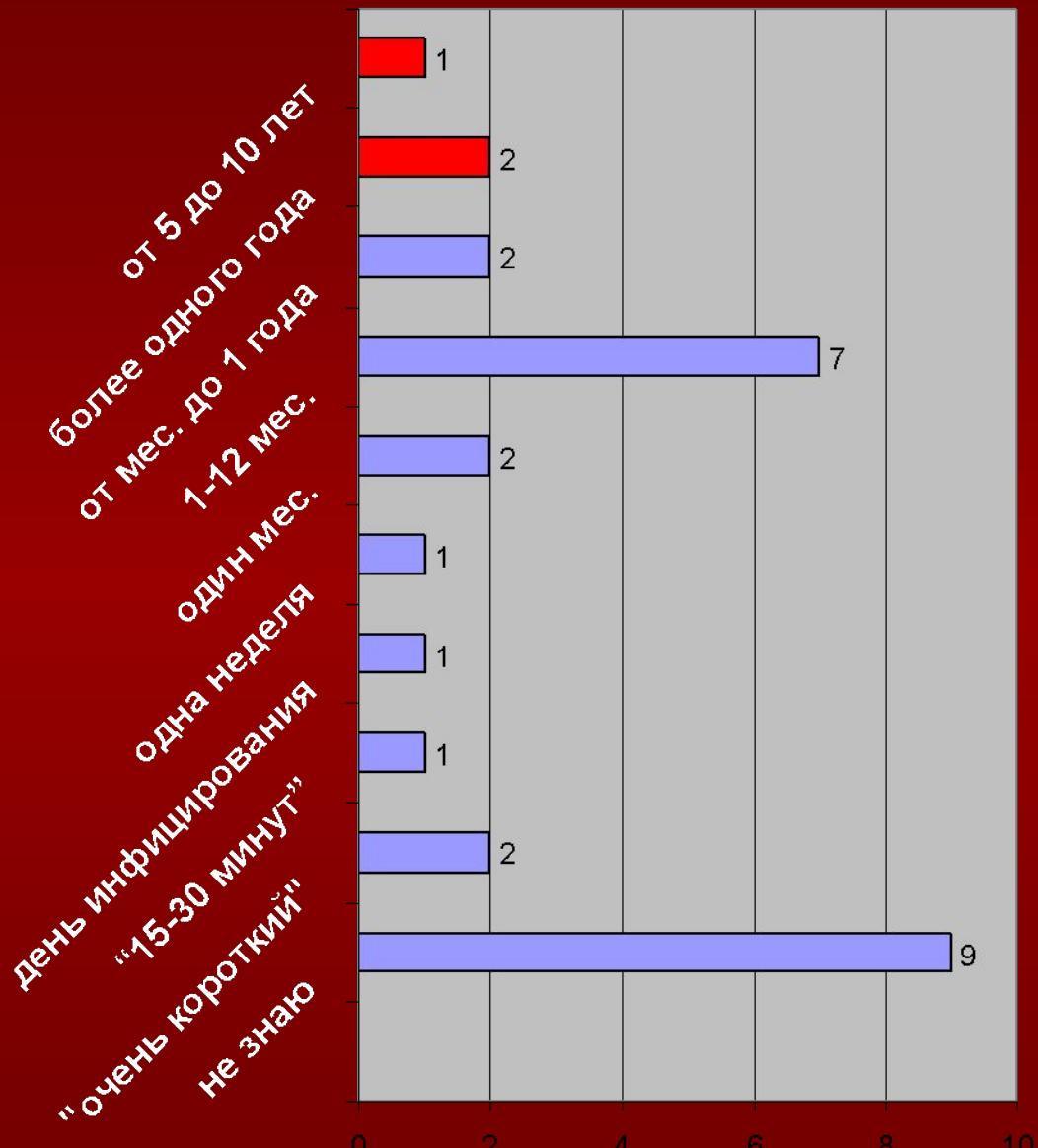
Источники информации о ВИЧ/СПИДЕ



Главный вывод

1. Завоевать внимание большинство населения (через телевидение)

Приблизительный инкубационный период ВИЧ/СПИДа (Журналисты)



Главный вывод

1. Завоевать внимание большинство населения (через телевидение)
2. Избавиться от основных недопониманий



Vicious circle of HIV/AIDS in Kyrgyzstan



Michael Unland,
Communication Specialist

Главный вывод

1. Завоевать внимание большинство населения (через телевидение)
2. Избавиться от основных недопониманий
3. Заставить людей воспринимать себя как, тех кто инфицирован ВИЧ/СПИДом



Prehistory of the Serial

Communication Specialist

Facts and Figures

- UNAIDS Mainfunding
- Unit/UNDP Implementation
- UNFPA Cross Media Campaign
- InWent Foundation Germany: Training
- Studio Begin: Production
- Budget: Arround 100.000 USD including inkind contribution
- People involved in the project: around 300