

# 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  
здоровью

**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 Maria“ (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: „Sesamestreet“, „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

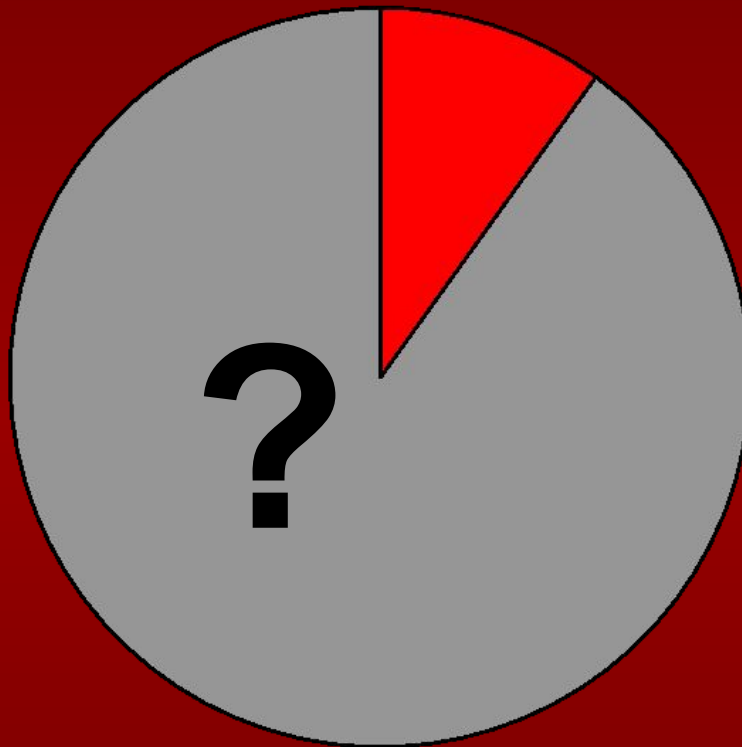


# Vicious circle of HIV/AIDS in Kyrgyzstan



Michael Unland,  
Communication Specialist

# Почему надо всех информировать?

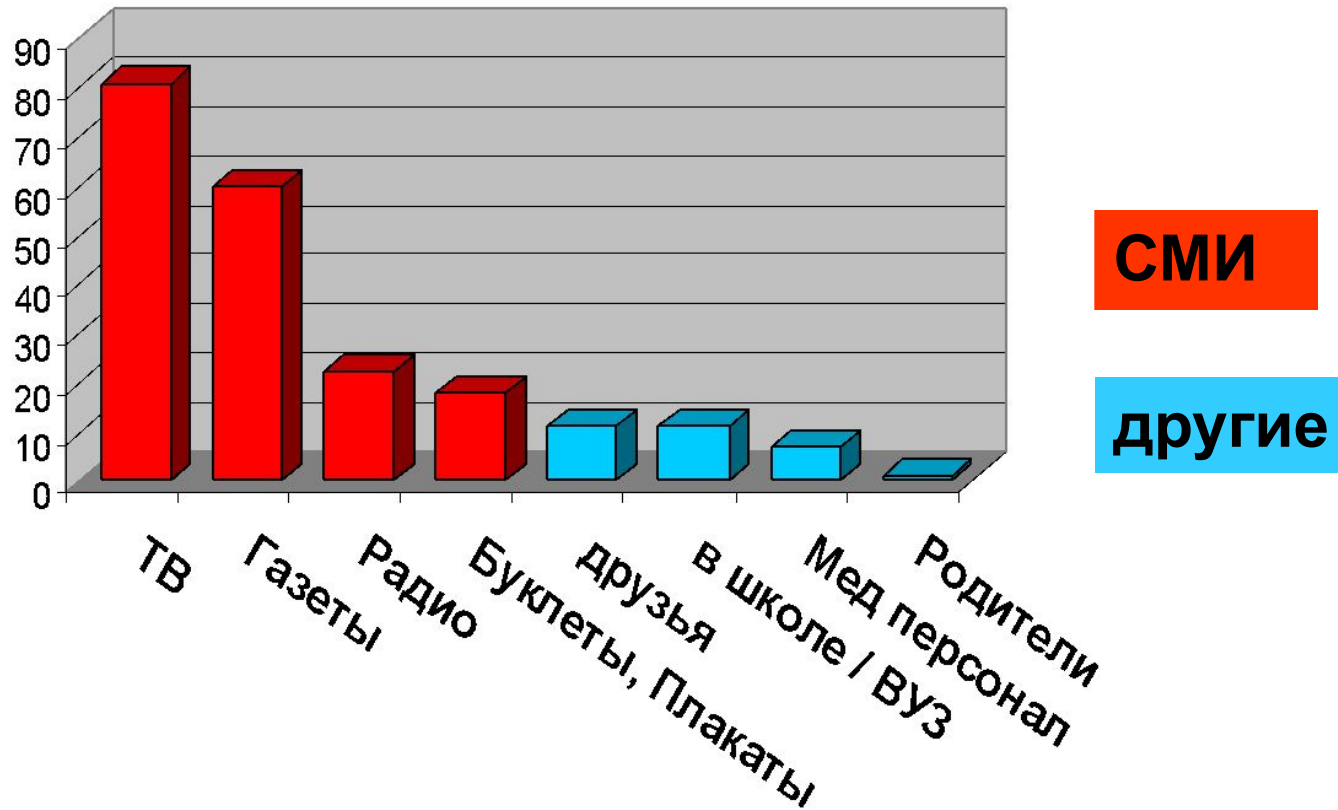


■ те кто знают о своем статусе

■ те кто не знают о своем статусе

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

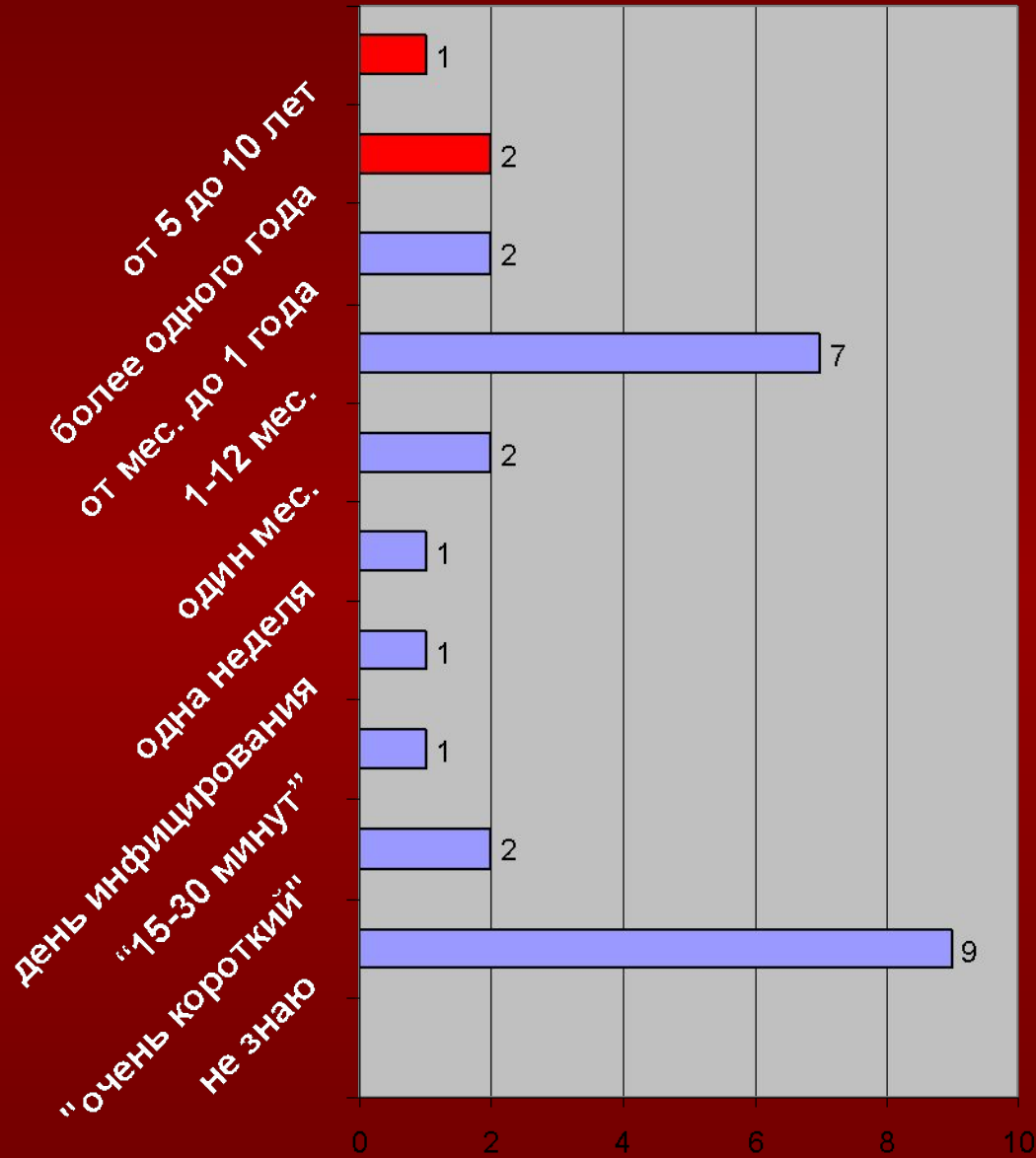
# Источники информации о ВИЧ/СПИДе



# Главный вывод

1. Завоевать внимание большинство населения (через телевидение)

# Приблизительный инкубационный период ВИЧ/СПИДа (Журналисты)



13-15 November  
2008 - Issyk-Kul

Michael Unland,  
Communication Specialist

# 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



ЛЮБО  
КАК ИСПЫ

Communication Specialist



# Facts and Figures

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