

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

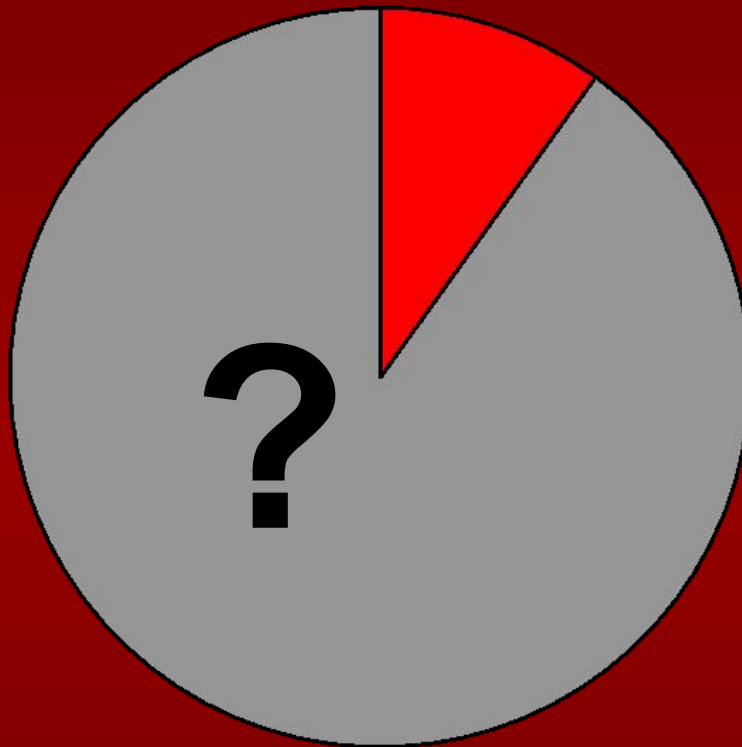


Vicious circle of HIV/AIDS in Kyrgyzstan



Michael Unland,
Communication Specialist

Почему надо всех информировать?

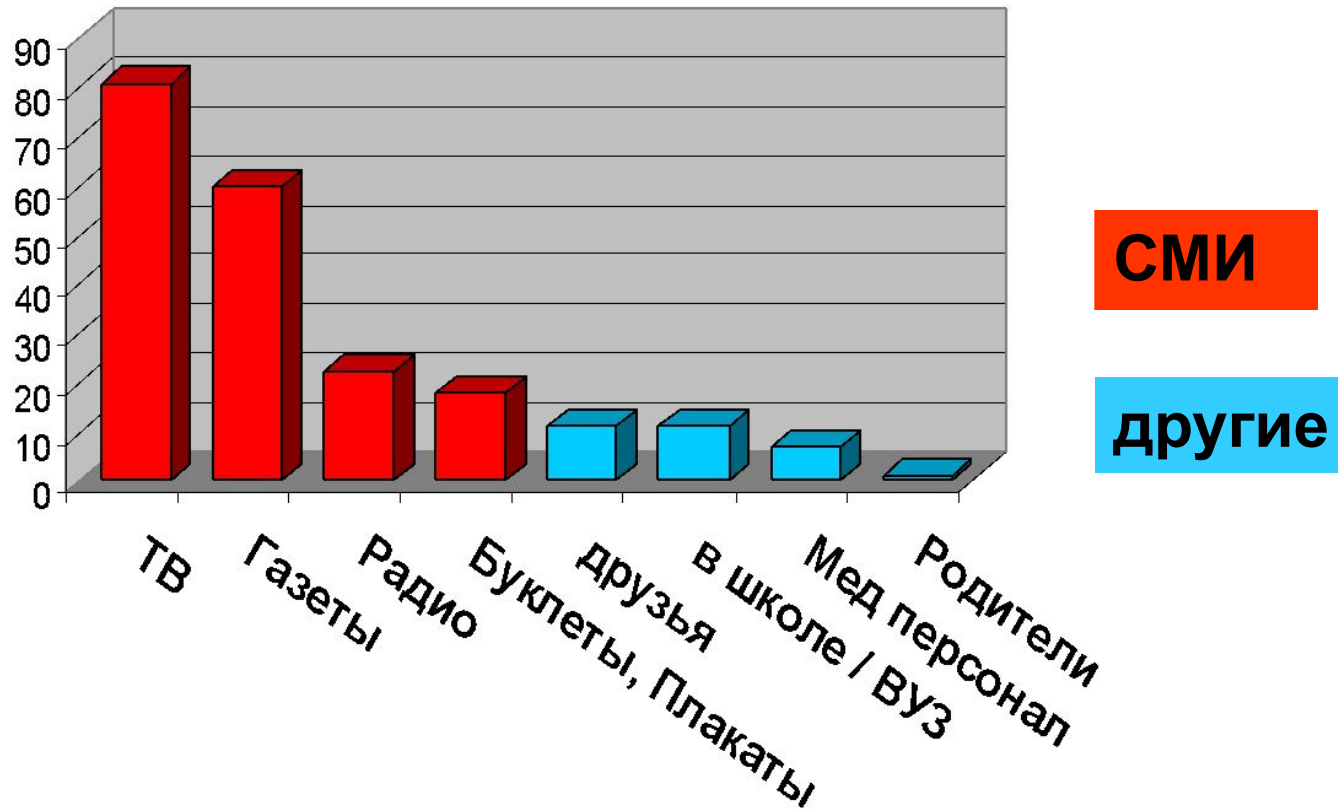


■ те кто знают о своем статусе

■ те кто не знают о своем статусе

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

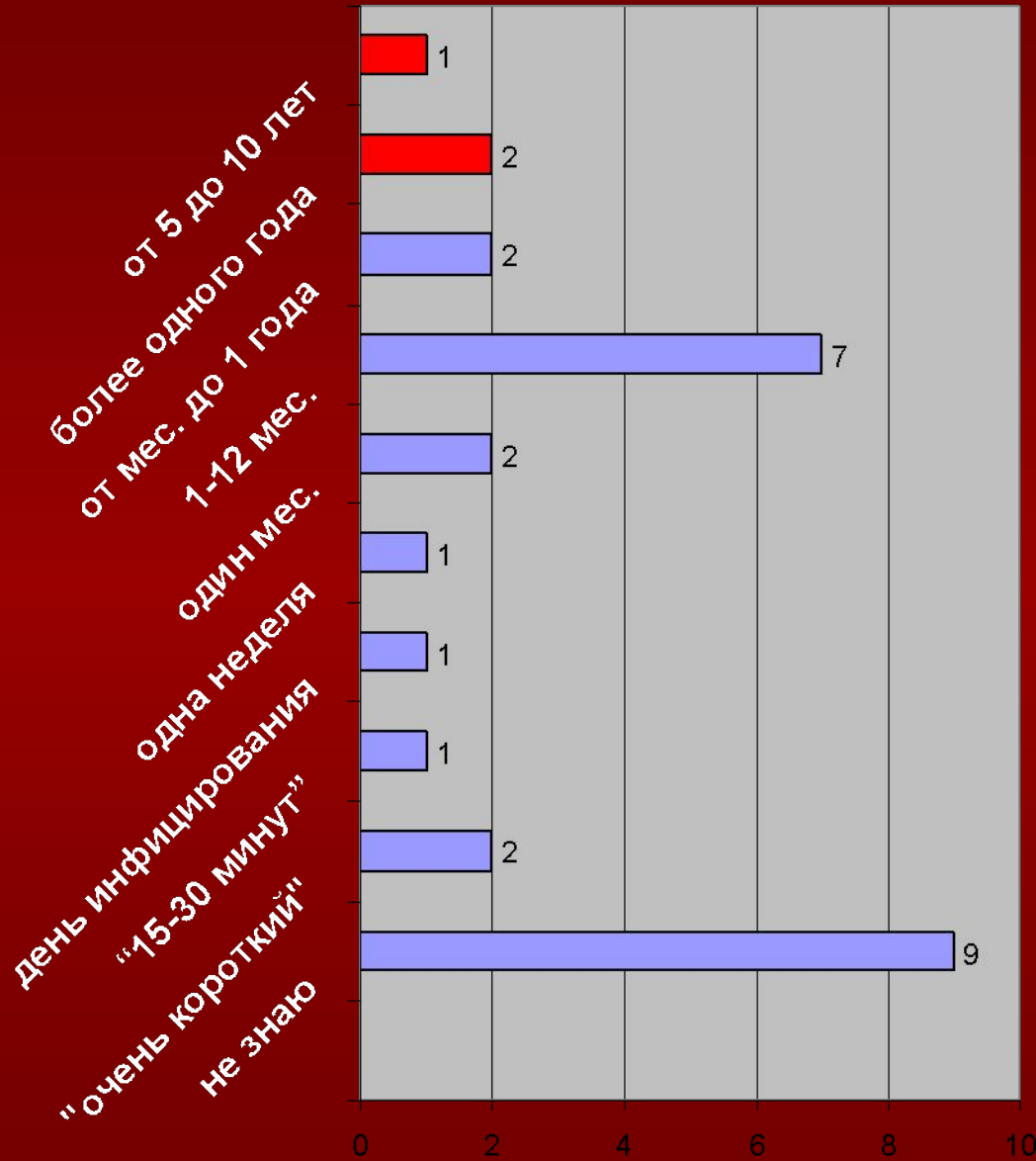
Источники информации о ВИЧ/СПИДе



Главный вывод

1. Завоевать внимание большинство населения (через телевидение)

Приблизительный инкубационный период ВИЧ/СПИДа (Журналисты)



13-15 November
2008 - Issyk-Kul

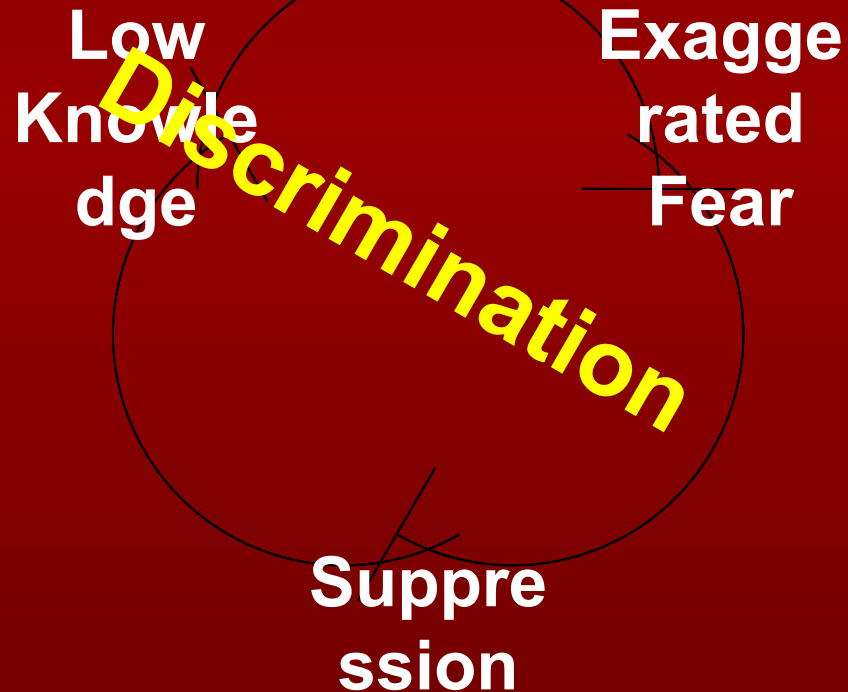
Michael Unland,
Communication Specialist

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