



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

De la Communication pour le Changement des Comportements: Concept, Approches et Stratégies

Par

Prof. Dr. Gabriel Nsakala,

MD, MPH, MA com , PhD

Spécialiste de programme ED Santé et VIH, PF Genre

UNESCO



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Plan de présentation

- I. Principaux concepts- clés
- II. Contenu et approches de la CCC
- III. Etapes de Changement de Comportement
- IV. Stratégies de mise en œuvre
- V. Canaux et supports de CCC
- VI. Enjeux du programme CCC



Principaux concepts-clés

- **Information:** transmission d'une nouvelle, message à sens unique (savoir)
- **Education:** transmissions des nouvelles compétences (savoir-faire)
- **Communication:** est un processus d'échange d'idées, de faits, d'opinions ou de sentiments qui se produit entre deux ou plusieurs individus.
- **Sensibilisation:** démarche pour éveiller sur un problème,

Mais dans sa pratique, concept « confus » :
Comportements identifiés au préalable ?, Indicateurs d'effets ? Approches ?

SCHÉMA GÉNÉRAL DE LA COMMUNICATION

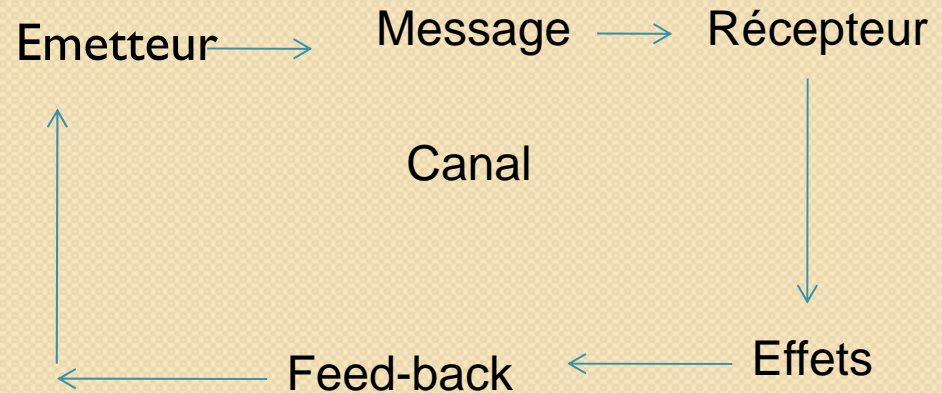
Émetteur: transmet le message

Message: contenu de l'info à faire passer

Canal: moyen ou méthode utilisée

Feed-back: retour de l'info, contrôle du message reçu

Récepteur: celui qui reçoit le message ou l'info



Echange d'infos entre émetteur et récepteur à travers un canal pour passer un message dans le but de convaincre, persuader, motiver, rassurer en vue d'un changement de comportement (effet du message sur récepteur).



Le changement de comportement

- **Le changement** est le passage d'un état A à un état B
- .
- **Le comportement** est la manière d'être, l'habitude, l'attitude. Il est propre à un individu en fonction de son environnement. Il existe des comportements indispensables et obligatoires et des comportements non indispensables.
- Exemples de comportements : Porter un préservatif, s'abstenir d'avoir des rapports sexuels, s'abstenir de fumer, de boire de l'alcool.
- Changement de comportement ***processus plus ou moins long et plus ou moins difficile***



Déterminants du comportement

- Sont des facteurs qui peuvent prédéfinir ou imposer un comportement à un individu ou à une communauté.
- - **Déterminants externes**
Ce sont des facteurs qui sont en rapport avec l'environnement de l'individu. on note :
 - La culture • La classe sociale • Les groupes de référence • La famille
- - **Déterminants internes**
Les facteurs internes sont propres à l'individu lui-même et varient selon son âge, sa profession, son état psychologique . Il s'agit de :
 - Caractéristiques personnelles : âge, sexe, niveau d'instruction, état matrimonial, etc.
 - Facteurs psychologiques : connaissances, perception, croyances, attitudes, etc.
- - **Déterminants économiques**
 - Amélioration du pouvoir d'achat.
 - Accessibilité aux moyens d'informations et aux soins médicaux.



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Typologie de Comportement

Comportement idéal: manière d'être et de faire qui a fait ses preuves dans la résolution d'un problème

- Comportement à problème: il s'agit du comportement non conforme au comportement idéal et qui fera l'objet de notre attention, en vue d'une modification/changement.
- Comportement à promouvoir: comportement visé par le changement (cf. comportement faisable)



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Communication pour le Changement de Comportement (CCC)

- Processus intégré et à plusieurs niveaux d'interactions,
- objet de développer des messages et approches de communication,
- utilisant une variété de canaux et de stratégies pour atteindre les audiences cibles.

La CCC est utilisée pour **promouvoir, renforcer et maintenir** un comportement approprié chez l'individu, la communauté ou la société

Elle prend en compte le niveau **individuel** et **environnemental**



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Communication pour le Changement de Comportement (CCC)

- Privilégie la communication interpersonnelle
 - S'adapte aux spécificités de la cible
 - Motive la cible pour la modification des attitudes et des comportements
 - Agit sur les facteurs influençant le comportement
 - Accompagne le changement (suivi et soutien)
 - Évalue l'impact de la communication
 - Réadapte la communication si nécessaire



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Changement de comportement: continuum, complexe et non linéaire

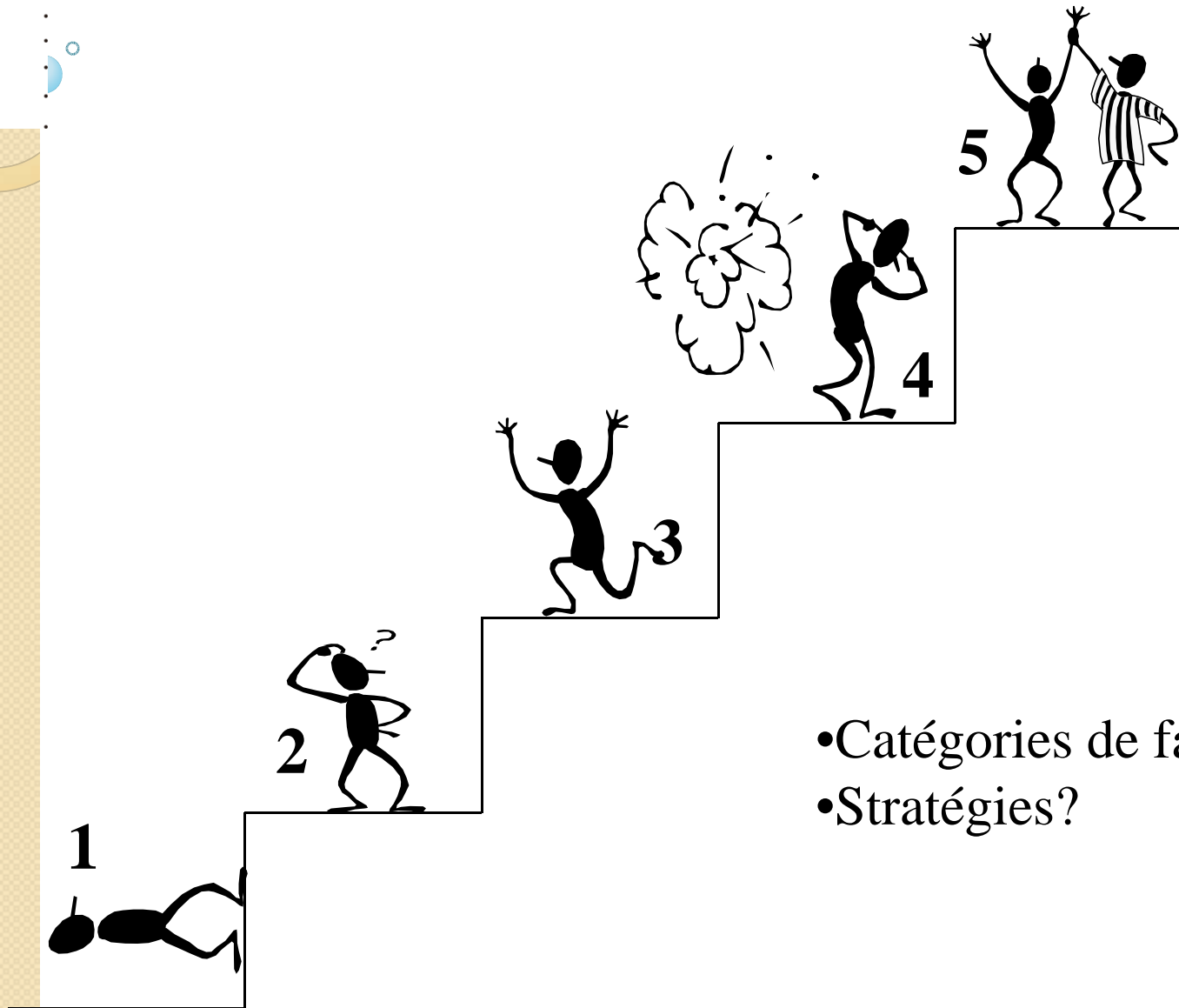
- **Connaissances/
croyances**
- **Attitudes**
- **Persuasion**
- **Décision/Intention
d'agir**

- **Essai**
- **Abandon**
- **Nouvel essai**
- **Adoption**
- **Maintien/
renforcement**



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Étapes du changement de comportement

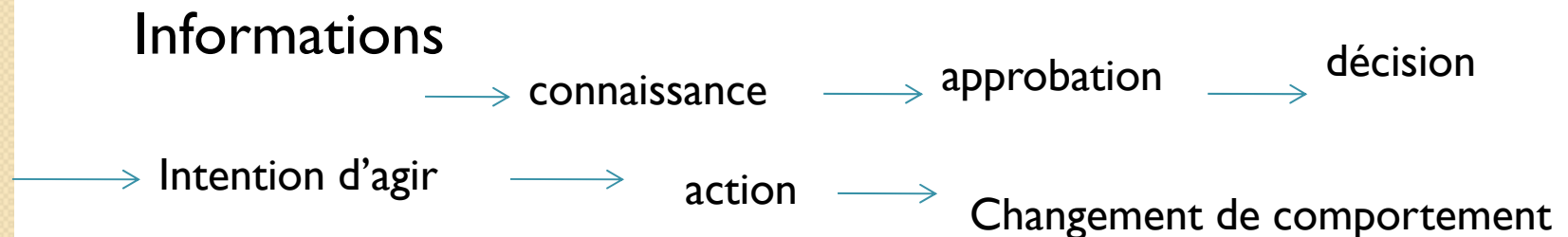


- Catégories de facteurs?
- Stratégies?



Processus de changement de comportement

- Aspects à considérer:
- connaissance, compétences, aptitudes, sentiments, opinions, croyances, pratiques de l'individu
- Environnement social, culturel, économique, juridique, du milieu de vie



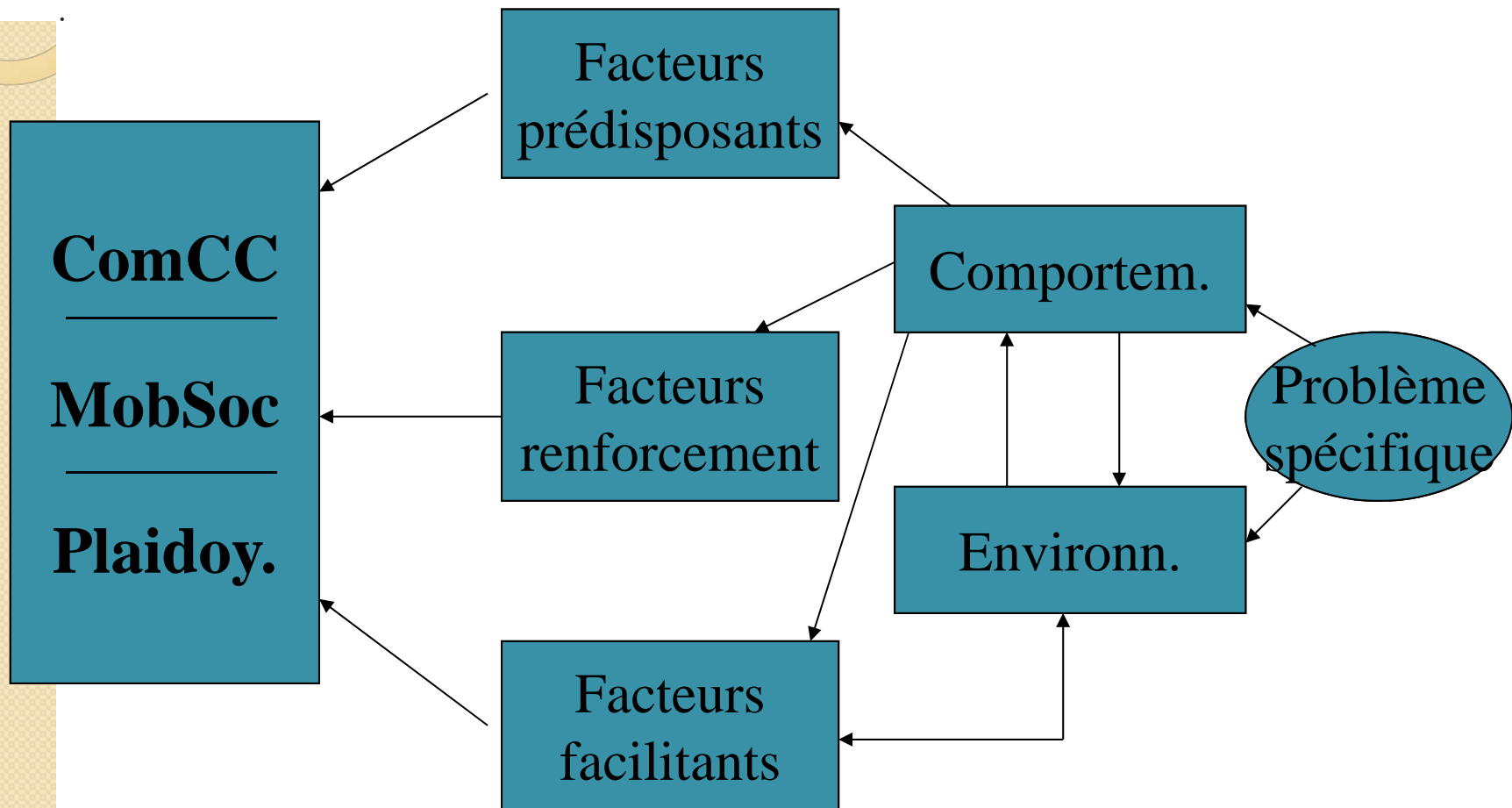
Dimensions à considérer

- individu: actions visant le changement de comportement portent souvent principalement sur l'individu.
- Groupes d'appartenance: Chaque individu est souvent membre de plusieurs groupes (dans le quartier, au travail, dans la pratique des loisirs, etc..)
- Communauté: individus appartiennent à une communauté donnée
- Normes de groupes et normes sociales: valeurs qui réagissent les groupes, les communautés et la société, en general.

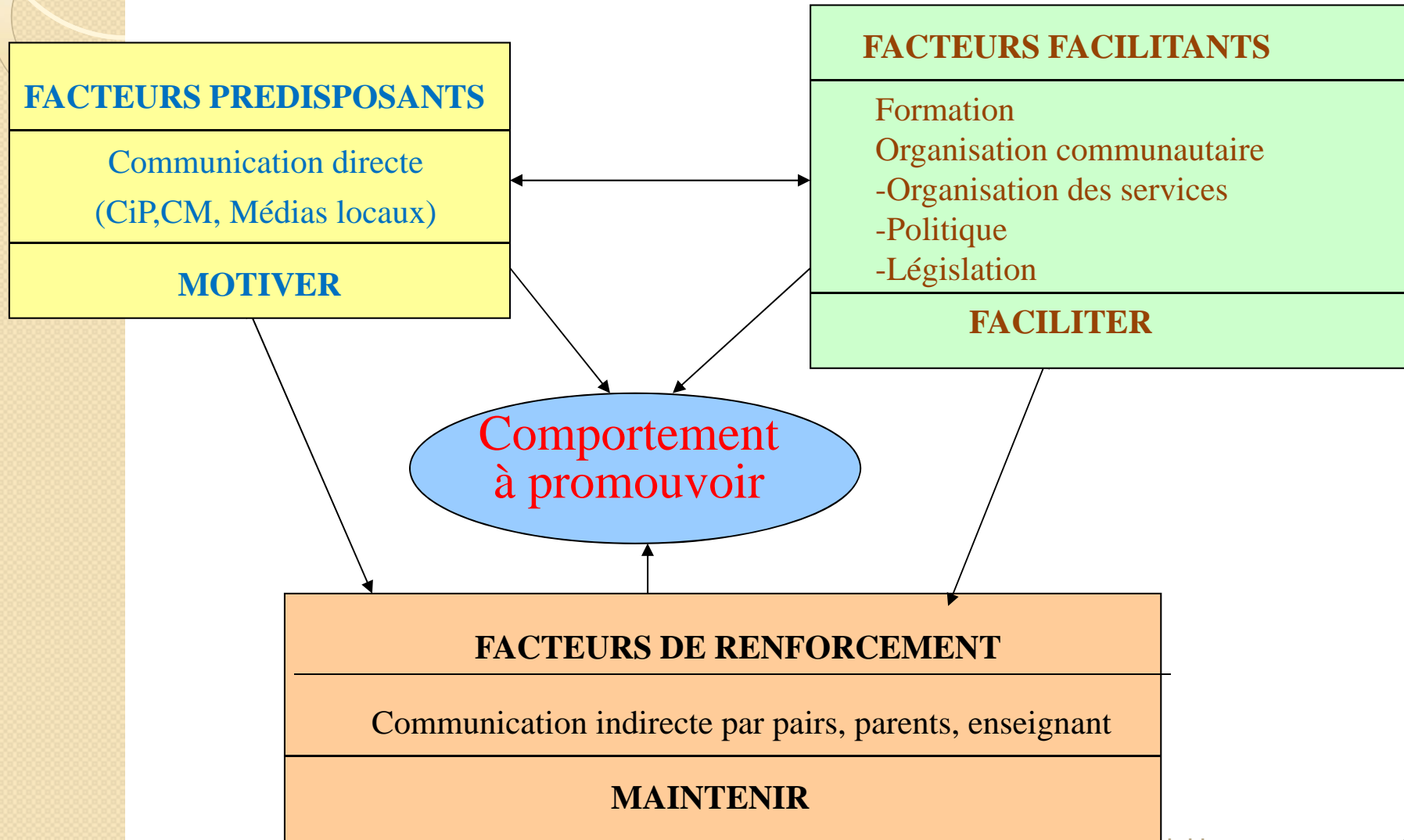


Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Facteurs de comportements



Catégories de stratégies en fonction des 3 types de facteurs





Efficacité de la communication

Facteurs de succès:

- Crédibilité de la source
- Contexte et participation
- Contenu significatif
- Clarté et compréhensif
- Continuité et consistance
- Canaux disponibles
- Capacité de réalisation de l'action

Sensibilisation

- Action d'informations, animation conscientisante vise éducation et mobilisation de la communauté sur un problème
- Faire prendre conscience en vue de participation au changement de comportement
- Supports: radio, TV, cinéma, affiches, panneaux, calicots, chansons etc...

Séance de sensibilisation

Étapes clés:

- Pourquoi: identifier problème et gravité
- Quoi dire: fixer thème avec contenu
- A qui s'adresser: message adapté au cible
- Avec quoi: outils et supports appropriés
- Comment: manière et méthode à utiliser
- Où: lieu
- Quand: heure influence participation

Elaboration et adaptation des messages

- **Qualités d'un message: doit être**
 - attrayant:** éveiller et soutenir intérêt du récepteur
 - concis, précis, clair:** en peu des mots, langage adéquat, simple et facilement compréhensible
 - approprié:** adapté au contexte et au public
 - ciblé:** adressé à un public déterminé
 - concret:** dire action à entreprendre, préciser bénéfice
 - positif, honnête et cohérent:** scientifique, culturel



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Étapes

Elaboration et adoption d'un paquet minimum des Comportements-clés

- Cibles
- Canaux et acteurs du changement
- Communication, mobilisation sociale et plaidoyer
- Matériel éducatif et de promotion
- Formation





Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Stratégies

❖ *Communication pour le Changement de Comportement*

- **Cible** : Individus, Familles, Ménages
- **Objectifs** : Obtenir un changement de comportement de l'individu
- **Activités** : Causeries éducatives, Counseling individuel, visites à domicile, vidéo-forum,...

Education et Communication sont complémentaires sans hiérarchisation (utilisent information)

Canaux et modes de communication

Communication Interpersonnelle (CIP)	Imprimés
<p>Conseils</p> <p>Causerie</p> <p>Visite à domicile</p>	<p>Cartes conseils</p> <p>Aides mémoire</p> <p>Fiches techniques</p>
Mass média	Oramédias
<p>-Radio(série, spot)</p> <p>- TV (spot, émissions)</p>	<p>-Chanson</p> <p>-Sketch</p> <p>-Conte</p>



Enjeux d'un programme CCC

Etablir objectifs CCC pour atteindre chaque audience, et délais connus avec indicateurs spécifiques pour les objectifs,

- par exemple, % de changement (si des données de base existent ou peuvent être obtenues), ou % cible (s'il n'y a pas de données de base)
- La stratégie doit décrire contenu du matériel à produire, voies de communication, principaux messages, calendrier pour atteindre couverture nationale, coûts, partenariats et liens avec d'autres domaines techniques,
- Un plan de suivi-évaluation avec indicateurs et sources de données.



Organisation
des Nations Unies
pour l'éducation,
la science et la culture

Merci.