

APPROCHE SCIENTIFIQUE DE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

Pourquoi est-il important de prendre une approche scientifique de changement de comportement lié à la génération de demande? Commencez par un outil de planification éprouvé comme le processus p pour développer une stratégie de communication pour générer la génération de demande.

L'un des outils les plus respectés pour concevoir des programmes de communication de changement social et comportemental, le processus p est une feuille de route étape par étape qui peut vous guider d'un concept vaguement défini sur le changement de comportement à un programme stratégique et participatif qui est fondé en théorie et a un impact mesurable. Le processus p a cinq étapes:

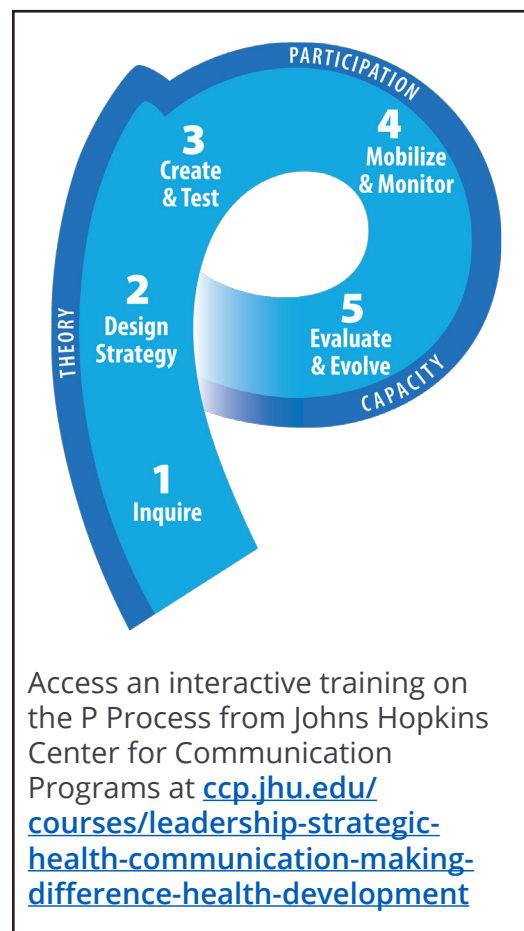
- Etape 1: Renseignez-vous
- Etape 2: concevez votre stratégie
- Etape 3: créer et tester
- Etape 4: mobiliser et surveiller
- Etape 5: Evaluer et évoluer

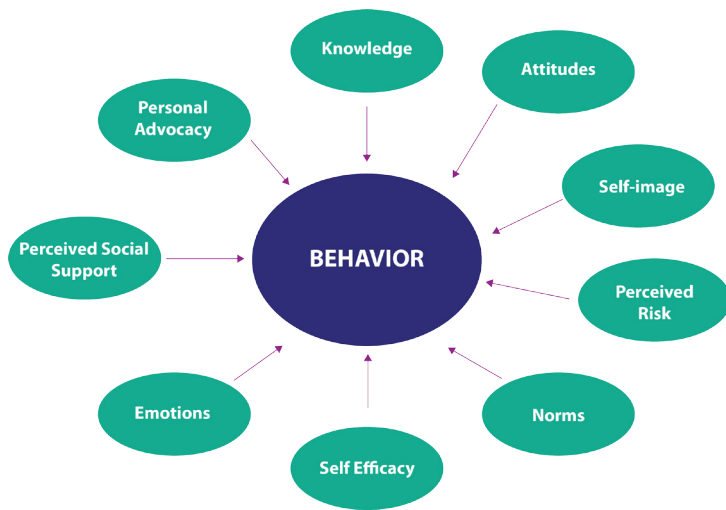
Des preuves croissantes suggèrent que les interventions de génération de demande basées sur des théories de sciences sociales et comportementales sont plus efficaces que celles sans base théorique, surtout lorsque plusieurs théories et concepts sont considérés.

Une théorie forte peut aider à concevoir, mettre en œuvre et évaluer des programmes efficaces en fournissant une compréhension des facteurs influençant le comportement, la façon dont le changement de comportement se produit et les points d'entrée potentiels pour les interventions de changement de comportement.

L'idée est l'une des théories et des cadres les plus souvent utilisés dans la programmation sociale et de changement de comportement. Les idées se réfèrent à la façon dont les nouvelles manières de penser (ou de nouveaux comportements) sont diffusées par la Communauté par des moyens de communication et d'interaction sociale entre les individus et les groupes.

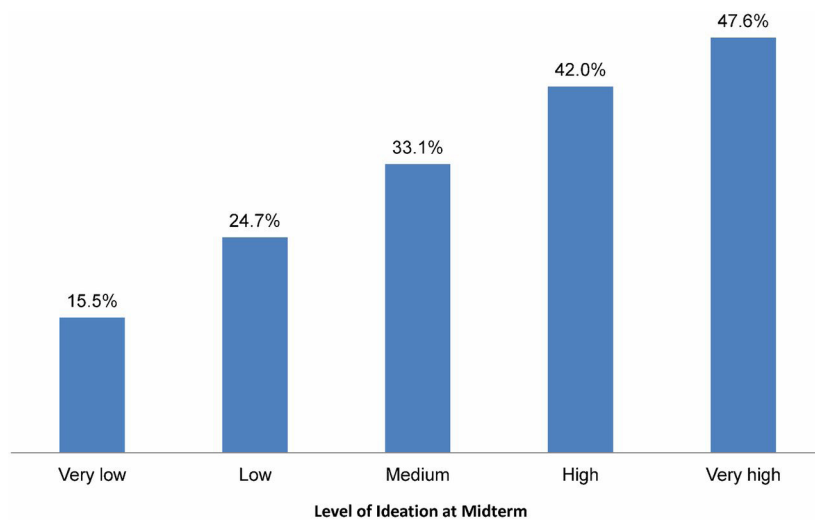
Le concept de génération d'idées repose sur le principe que les actions des personnes sont fortement influencées par leurs croyances, leurs idées et leurs sentiments («facteurs de génération d'idées») et que changer ces facteurs peut changer les comportements, y compris en matière de contraception. Certains de ces facteurs sont personnels, tels que ce qu'une personne sait de la planification familiale (PF) et la façon dont elle pense que la PF l'affectera. D'autres reflètent des normes sociales, soit ce que les gens croient que d'autres personnes penseraient d'elles s'elles utilisaient la planification familiale. Plus les facteurs de génération d'idées d'une personne sont positifs, plus la probabilité que cette personne adopte le comportement désiré est grande.





L'initiative nigérienne en matière de santé génésique (NURHI) a utilisé avec succès le modèle d'idée dans ses efforts visant à accroître l'utilisation de la contraception moderne parmi les pauvres urbains dans six villes nigériennes.

Les scores des idées calculées au niveau de base et à mi-parcours montrent que chez les femmes ayant plus d'exposition à la campagne NURHI, les scores des idées étaient de 13% plus élevés que chez les femmes avec une exposition zéro. Les femmes exposées au programme NURHI étaient plus susceptibles d'avoir des facteurs d'idée plus élevés, et les femmes ayant des facteurs d'idée plus élevés étaient plus susceptibles d'utiliser des contraceptifs. Ces facteurs cognitifs, émotionnels et sociaux qui influencent l'utilisation des contraceptifs comprenaient les perceptions des normes sociales concernant la planification familiale; connaissances, attitudes et croyances sur la planification familiale; et l'efficacité de l'utilisation de la contraception.



Prévalence contraceptive à mi-parcours chez les femmes mariées qui n'utilisaient pas une méthode moderne au niveau de base, par degré d'idée à mi-parcours, n = 1 992. Signification des différences entre les groupes: $p < .001$.

Outils liés à cette approche

- [NURHI résultats à mi-parcours: idées liées à une augmentation du taux de prévalence contraceptive](#)

Ressources externes

- [Le processus p](#) | [Le processus p](#)

Tools Related to This Approach

- [NURHI Midterm Results: Ideation Linked to Increased Contraceptive Prevalence Rate](#)
- NURHI idées vidéo | [NURHI idéation vidéo \(fr\)](#)
- [Utilisation de la communication de changement de comportement pour diriger un programme complet de planification familiale: l'initiative de santé génésique en milieu urbain nigérian](#)
- [Concevoir une stratégie de communication sociale et de changement de comportement](#)
- [Trousse d'implémentation de génération de demande](#)
- [Communication de changement social et de comportement comment-aux guides](#)
- [Vidéo: qu'est-ce que la communication sociale et de changement de comportement?](#)

Pour plus d'informations, visitez TCI University à tciurbanhealth.org.