



Partie 4

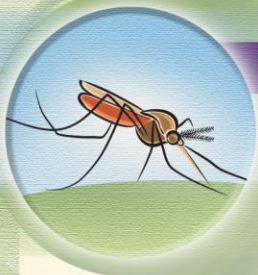
QUATRE THÉORIES COURANTES SUR LA COMMUNICATION ET LES COMPORTEMENTS : DIFFUSION ET GESTION DE LA PEUR



Théorie de la diffusion

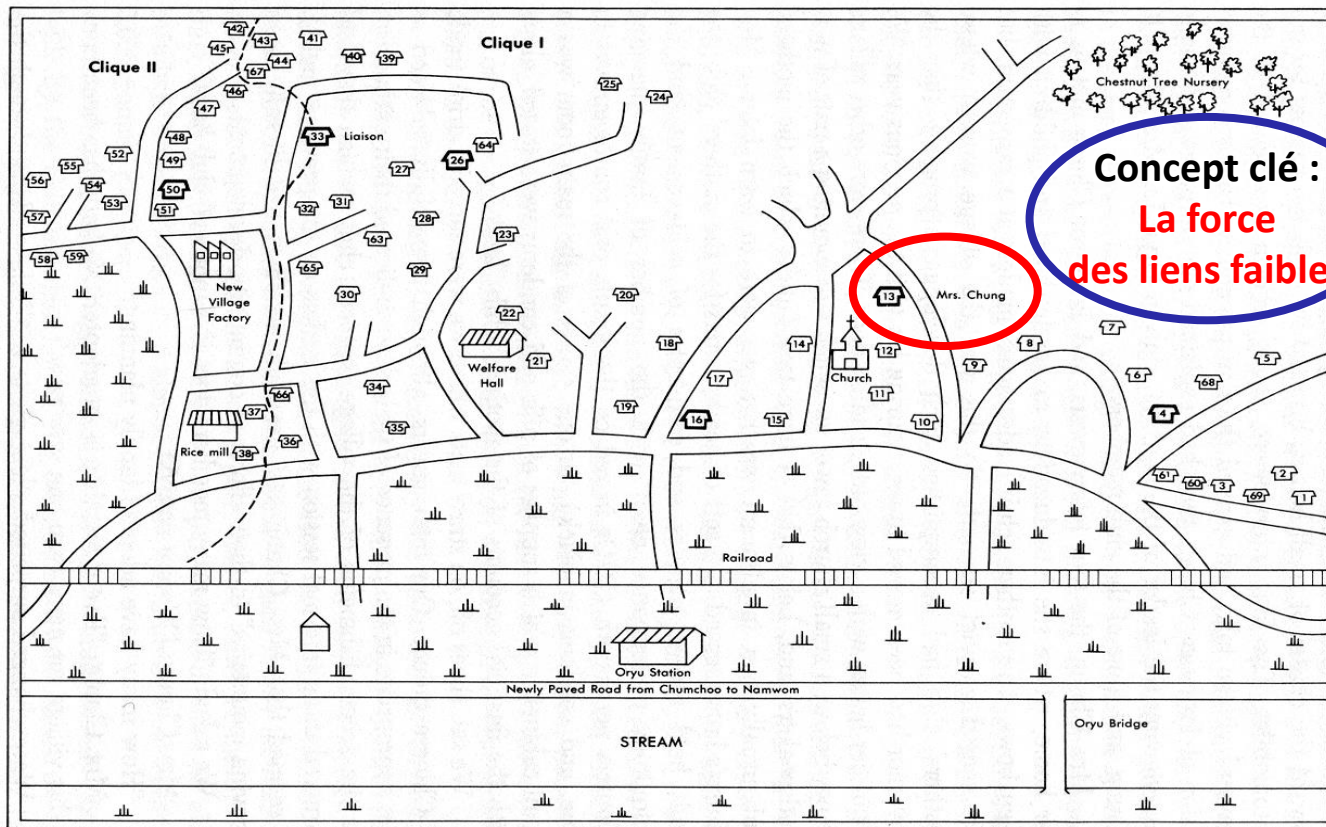
Hypothèses de départ

1. Les gens décident d'agir en fonction de...
 - leur perception de l'action dans le contexte de leur vie quotidienne
 - ce qu'ils voient les autres faire
 - la façon dont les gens parlent et partagent les informations concernant cette action
2. Les idées nouvelles viennent souvent des leaders d'opinion ou de personnes extérieures à la communauté, mais sont rejetées ou adoptées dans les réseaux sociaux de personnes partageant des valeurs et des intérêts communs

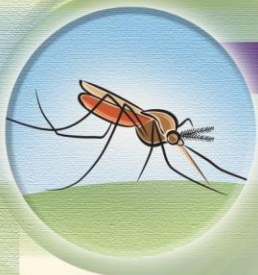


La communication dans les réseaux sociaux

Figure 1-1. Map of the Village of Oryu Li.

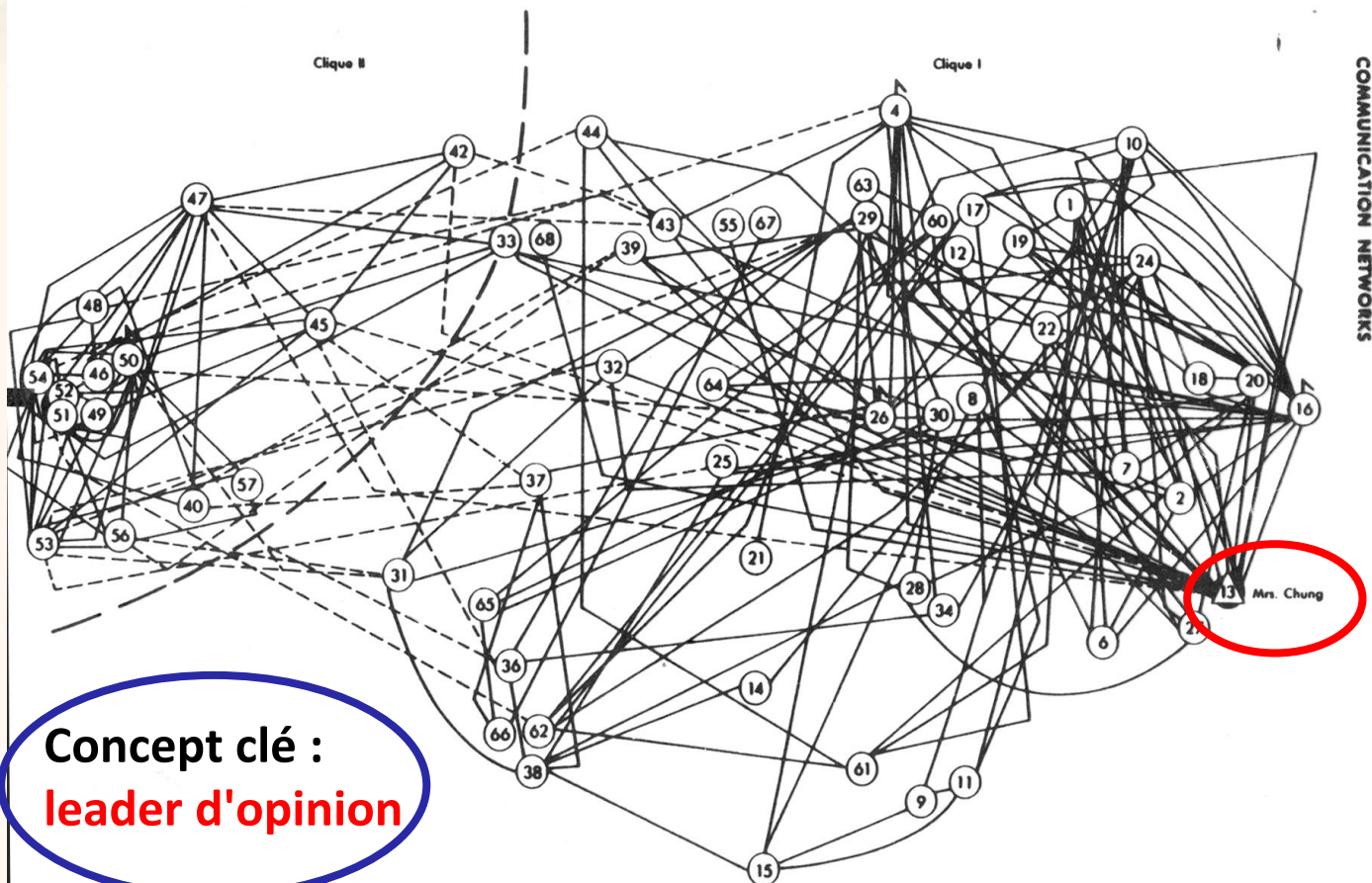


Note: The heavy dotted line shows the boundary between cliques I and II, identified by network analysis techniques.



Importance des leaders d'opinion

Figure 1-2. Sociogram of the Communication Network for the Diffusion of Family Planning for 69 Women in Oryu Li.



28

COMMUNICATION NETWORKS

Concept clé :
leader d'opinion

See bottom of page 29 for descriptive note and source for this figure.



Perceptions de l'action

Avantage relatif

- Est-ce qu'elle présente des avantages par rapport au comportement actuel ?

Compatibilité

- Ce nouveau comportement est-il compatible avec les comportements, les croyances et les valeurs actuels ?

Complexité

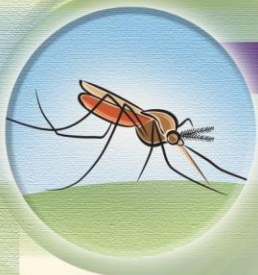
- Le nouveau comportement est-il difficile à réaliser ?

Essayabilité

- Peut-il être essayé sans trop de risque avant de prendre une décision ?

Observabilité

- Est-il possible de voir ce qui arrive à d'autres personnes ayant adopté de comportement ?



Utiliser la théorie de la diffusion

Identifier la perception qu'a le public de l'innovation

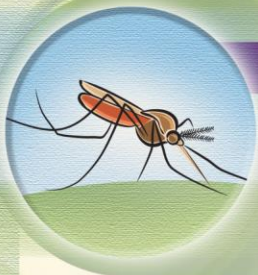
- Avantage relatif, complexité, etc ?

Identifier les membres importants du réseau

- Qui est au centre des décisions ?
- Qui est leader d'opinion ?

Identifier les messages qui répondent aux inquiétudes concernant cette innovation

- Montrer les bénéfices
- Montrer comment le faire avec des mots simples
- Montrer ce qui se passe lorsqu'on le fait
- Montrer comment le nouveau comportement s'intègre dans les pratiques courantes
- Motiver ou donner l'occasion d'essayer
- Encourager la discussion



Modèle étendu des processus parallèles (attitude face à la perception du risque)

Hypothèses de départ

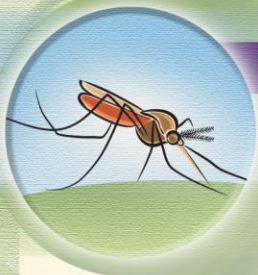
1. La peur peut être motivante ou paralysante
2. Deux composantes dans ce modèle

LA MENACE (la réaction émotionnelle détermine la motivation)

- La gravité (quelle est la gravité de cette menace ?)
- La susceptibilité (cela peut-il m'arriver ?)

L'EFFICACITÉ (la réaction cognitive détermine la réponse)

- Efficacité de la réponse (la solution fonctionne-t-elle ?)
- Auto-efficacité (puis-je le faire ?)
- Obstacles (qu'est-ce qui m'empêche de le faire ?)



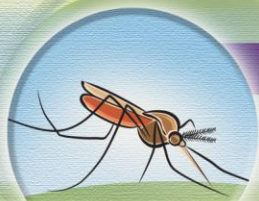
Stratégie de communication ?

		EFFICACITÉ	
		Élevée	Faible
MENACE	Élevée	Concerné <i>Le paludisme peut m'atteindre mais je peux me protéger</i>	Inquiet <i>Le paludisme peut m'atteindre et je ne pense pas pouvoir me protéger</i>
	Faible	Confiant <i>Je peux me protéger du paludisme, mais je ne pense pas qu'il puisse m'atteindre</i>	Détaché <i>Je ne pense pas que le paludisme puisse m'atteindre, et de toute façon je ne pourrai rien y faire</i>



Stratégie de communication ?

		EFFICACITÉ	
		Élevée	Faible
MENACE	Élevée	Concerné <i>Aider à l'action</i>	Inquiet <i>Sensibiliser à ce qu'il faut faire</i>
	Faible	Confiant <i>Sensibiliser à la perception du risque réaliste</i>	Détaché <i>Sensibiliser à la perception du risque réaliste ET à ce qu'il faut faire</i>



Utiliser le cadre de l'attitude face à la perception du risque

Identifier la perception qu'a le public du problème de santé

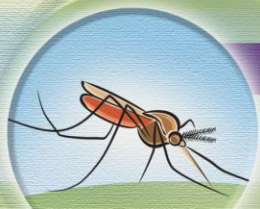
- Est-il jugé grave ?
- Se sentent-ils menacés ? Anxieux ou détachés ?

Identifier quelles sont les solutions selon eux

- Comment éviter le danger ?
- Les solutions sont-elles réalisables ?

Identifier les messages qui parlent de la menace et de l'efficacité

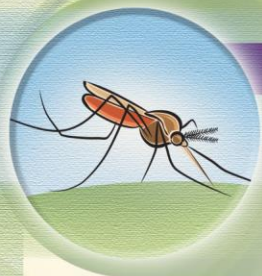
- Accroître la gravité perçue de la menace
- Accroître la susceptibilité perçue de la menace
- Améliorer la connaissance des solutions
- Comportements en réponse au modèle
- Montrer comment les autres ont surmonté les obstacles pour adopter les solutions



Les récits théoriques dans l'élaboration des messages

Si les récits théoriques sont fondés sur les preuves, alors la conception des messages doit traduire la trajectoire narrative qui, selon la recherche, mène aux comportements sanitaires souhaités.

Plus votre message correspond à la théorie, plus vous avez de chances d'obtenir les résultats souhaités.



Résumé de la théorie

« Il n'y a rien de plus pratique qu'une bonne théorie. »
Kurt Lewin (1954)

Les théories sont des outils pour réfléchir en termes de causalité

- Pourquoi les gens agissent-ils ainsi ?
- Quels facteurs sont davantage susceptibles d'encourager ou de faciliter les comportements sanitaires souhaités ?
- A-t-on oublié quelque chose ?
- Comment un programme peut-il utiliser la communication pour surmonter les obstacles aux actions de protection ou à la réponse ?