



# Culturally Relevant SBCC Message and Products



March 13, 2023



## Culture

- Beliefs, behaviors, objects, and other characteristics shared by groups of people that are passed down from generation to generation
- The way of life for an entire society





## What is culturally relevant communication?

- Communicate effectively that respects and accepts cultural differences.
- Not judging a culture to our own standards of what is right or wrong, strange or normal.
- Understand cultural practices of other groups in its own cultural context.





## Why cultural relevancy is needed?

- Communication is a two-way process, so all parties need to work together to achieve culturally appropriate communication.
- Knowing diverse cultures and understanding similarities and variations helps to interact more efficiently
- Mutual understanding and respect of each other's values, beliefs, preferences and cultures create more effective communication and trust





## Why cultural relevancy is needed?

- Culturally relevant information, actions, gestures and body language raises awareness among cross-cultural communication and build relationships with different people and groups within and beyond boundaries.
- A person's beliefs and practices should be understood based on that person's own culture





## Differences in Cross-cultural Communication

- Body language
- Addressing people
- Language barriers
- Cultural barriers





## Differences in Cross-cultural Communication

Body language..

- Eye contact
- Hand shaking
- Victory sign





## Differences in Cross-cultural Communication

Addressing people...

Example:

First Name or sur name?

In Thailand, it's common for workers to address their bosses as 'father' or 'mother'!

Addressing 'You' in Japan is very Rude







## Differences in Cross-cultural Communication

Language barriers...

- Same word with different meanings
- Idioms & phrases





## Differences in Cross-cultural Communication

Cultural barriers...

- Tips
- Customer service
- Table manners
- Gift





By understanding how people perceive the world, their values and beliefs, we can better understand what they say and can anticipate potential cross-cultural misunderstandings.





## Major Components of culture

- Symbols
- Values
- Beliefs
- Norms
- Rituals





## Major Components of culture: Symbols

Every culture is filled with symbols both verbal and non-verbal





## Major Components of culture: Values & Belief

**Values** are a culture's standard for discerning what is good and just in society

Example: Respect the elders

**Beliefs** are the tenets or convictions that people hold to be true.

Example: anyone who works hard enough will be successful and wealthy.





## Major Components of culture: Norms & Rituals

**Norm** is the standards and expectations for behaving

Example: wearing certain clothing or head coverings in religious settings.

**Rituals** the performance of ceremonial acts prescribed by tradition

Example: Showing respect towards national anthem

Celebration of menstruation ceremony





## Know about culture, religion and traditional knowledge

### + • NORM

- The accepted unwritten rules of behavior that an individual is expected to follow to a particular group, community, or culture.

### + • VALUE

- A set of moral principles about what is good or bad, desirable or undesirable defined by society dynamics, institutions, traditions and cultural beliefs.

### + • CULTURE

- Culture is the characteristics and knowledge of a particular group of people, encompassing language, religion, food habits, social habits, music and arts.

- **Identify what the *audience* needs to change – knowledge, behavior, practice, skills, to what degree of change, in *what time period***







## Changing of culture

Culture changes over time ...

- Use of Contraception
- Early marriage and Female education
- Male participation





## Some important points

- Be aware of the impact of culture
- Beware of assumptions
- All cultures are equal
- Speak clearly and concisely
- Check for understanding
- Be aware of non-verbal communication





## Developing Culturally Relevant SBCC Material

- Understand your own cultural identity
- Be inclusive in thoughts, words and actions
- Educate yourself
- Create collateral through a broader lens than own limited view





## While Developing SBCC Message and Products



Know your audience by listening to them





## Culturally Relevant SBCC Message

### Five Questions for Message Design:

1. What is the **purpose**?
2. Who is the **primary audience**?
3. What is the **key benefit**?
4. What are **support points**?
5. What are the **desired actions**?





## Culturally Relevant SBCC Message

Answer five questions...

### 1. *Purpose* – *Why are we communicating?*

To change for ‘new behavior’ instead of ‘current behavior’

Example :

- *Increase practice of exclusive breast feeding for the infants under age 6 months*





## Culturally Relevant SBCC Message

Answer five questions...

### **2. Primary Audience**—*To whom do we wish to speak?*

We are speaking to a segment of people with specific profile.

Example :

- *Pregnant mother and mother of under 6 infants, her husband and family.*





## Culturally Relevant SBCC Message

Answer five questions...

3. **Key Benefit** – *What is the single most important benefit to the audience?*

Imagine the audience saying ‘How does this help me?’

Example : If you practice exclusive breastfeeding for 6 months age of your baby , then your baby will “ grow Healthy”







## Culturally Relevant SBCC Message

Answer five questions (contd.)

4. **Support Points** –Why people will believe the key promise?

Additional backing for the key benefit. Make the key benefit stronger in the form of Fact., Guarantees, ..

**Example :**

- *No cost involvement for purchasing artificial baby milk product*





## Culturally Relevant SBCC Message

Answer five questions (contd.)

5. ***Desired Action*** – *What do we want the audience to do?*

Give the audience a clear guidance.

Example :

- *Practice exclusive breast feeding till 6 months age of your infant*





## SBCC Messages & Products: Message





## SBCC Messages & Products: Message

**Ò†QvU cwievi myLx cwieviÓ**





# SBCC Messages & Products: Images

Poster: 30" x 20"

আমার সম্পদ আমার বন  
আমিই করি সংরক্ষণ

আমিই করি সংরক্ষণ

ক্রাইমেট রিজিলিয়েন্ট পার্টিসিপেটরী এফরেস্টেশন এন্ড রিফরেস্টেশন প্রকল্প

বন অধিদপ্তর  
পরিবেশ ও বন মন্ত্রণালয়

THE WORLD BANK

২০২০ সাল পর্যন্ত

শিশুশ্রম প্রতিরোধে আমাদের করণীয়

- শিশুশ্রম সংক্রান্ত আইনসমূহ জানা
- বিদ্যমান আইনের কার্যকর প্রয়োগ
- জাতিসংঘ শিশু অধিকার সনদের পূর্ণ বাস্তবায়ন
- শিশুকে দিয়ে জোর করে কাজ করানো বন্ধ করা
- জাতীয় কর্মপরিকল্পনায় বৃদ্ধি পূর্ণ শিশুশ্রমের তালিকায় গুটিকথাতে অন্তর্ভুক্ত করা
- শিশুশ্রম নিরসনে ব্যাপক গণসচেতনতা তৈরি করা।

শিশুশ্রম বন্ধ করুন

আসুন,  
আমরা সকলে মিলে গুটিকথাতে  
শিশুশ্রম বন্ধ করি।

গুটিকথাতে  
শিশুশ্রম আর নয়  
এটা বোধ করার  
এখনই সময়

CLIMB Project  
Bangladesh Center for Communication Programs

Financing is provided by the United States Department of Labor under cooperative agreement number: O-30-478-12-0-04



Bangladesh Center for Communication Programs



# SBCC Messages & Products: Layout/Design

Leaflet FRONT / Size : 8.25" x 11"

11.01.2022

**আনন্দমেল্লা**  
দেশের পণ্য দেশের জন্য

সংযোগিতা: UNDP

Customer Care No : 01708510185  
Email : hello@anandomela.shop  
website : www.anandomela.shop  
Mobile App : <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.ashahitech.anandomela>

ওয়েবসাইট: অনলাইন জায়েতিপ্লেস

Leaflet BACK

**আনন্দমেল্লা: একটি যুগ্ম**  
ইউএনডিপি যুগ্ম ও মাঝারি উদ্যোগদের জন্য আনন্দমেল্লা নামক একটি উল্লেখ্য মার্কেটপ্লেস তৈরি করেছে যা একদিকে যেমন সাধারণ জনগণকে সুযোগ করে দিচ্ছে সরাসরি উৎপাদক-এর কাছ থেকে পণ্য ক্রয়ের, আবার দেশের বিভিন্ন ব্যবসায়ীরাও পারছেন একই ঠিকানায় পাইকারি পণ্য সোর্সিং এর সুযোগ। করোনায় পরিস্থিতি মোকাবেলা ও উদ্যোগদের টেকসই অর্থনৈতিক উন্নয়ন, অর্থনৈতিক অবকাঠামো মজবুতকরণ এবং দক্ষতার ব্যবহারীদের উৎসাহিতকরণ আনন্দমেল্লার মূল লক্ষ্য।

**যাঁদের জন্য এই প্র্যাকটিফর্ম:**

- যুগ্ম ও মাঝারি উদ্যোগ (উৎপাদক ও ব্যবসায়ী উভয়ই)
- নারী উদ্যোগ
- পিছিয়ে পড়া এবং সুবিধা বঞ্চিত যেকোনো জনসংখ্যার উদ্যোগ
- অনলাইনে বেবল চালু করা উদ্যোগ

**বাজারের আরো প্র্যাকটিফর্ম ছেড়ে আনন্দমেল্লা কেন?**

- দ্রুত বিজ্ঞাপন প্রকাশ
- কোনো বাড়তি খরচ নেই
- সহজ রেজিস্ট্রেশন পদ্ধতি
- সরাসরি গ্রাহকের অর্ডার শোনা পাওয়া
- অনলাইনে বিক্রয়ের সাথে সরাসরি যোগাযোগ করা
- সেমিফ্রি এর ক্ষেত্রে কাশ অন ডেলিভারি অথবা অনলাইন পেমেণ্ট সিস্টেম
- সারা দেশব্যাপী যেকোনো ঠিকানায় ৪৮ ঘণ্টা থেকে ৭২ ঘণ্টার মধ্যে ডেলিভারি সুবিধা

**নতুন নতুন সফটওয়্যার রোগ সচেতনতায় হয় প্রতিরোধ**

বর্তমানে আমাদের দেশে কিছু নতুন নতুন সফটওয়্যার রোগ জনস্বাস্থ্যের হুমকি হিসেবে দেখা দিয়েছে। এতিমেন ইনফ্লুয়েঞ্জা, হিউম্যান ইনফ্লুয়েঞ্জা, নিপাহ, এনজিআর, চিকনজনিয়া এবং র্যাবিন -এই রোগগুলোর মধ্যে অন্যতম। রোগগুলো জনস্বাস্থ্যের জন্য হুমকি হিসেবে দেখা দিলেও প্রতিটি রোগ প্রতিরোধের বিভিন্ন উপায় আছে।

নতুন নতুন সফটওয়্যার রোগগুলোর মধ্যে কিছু রোগ আছে যা বছরের প্রায় সব সময়ই দেখা যায় যেমন- র্যাবিন, এনজিআর ইত্যাদি। আবার কিছু রোগ আছে যার প্রাদুর্ভাব বছরের বিশেষ বিশেষ সময়ে ঘটে যেমন নিপাহ, এতিমেন ইনফ্লুয়েঞ্জা। নিয়মিত স্বাস্থ্য পরিচর্যা, সুস্থ জীবনযাত্রা এবং রোগ প্রতিরোধের নিয়মগুলো মেনে চলার মাধ্যমে এ রোগগুলো থেকে রক্ষা পাওয়া সম্ভব।

**জনসচেতনতা সৃষ্টিতে সুশীল সমাজের ভূমিকা কি?**

ধর্মীয় নেতা, শিক্ষক, জনপ্রতিনিধি বা স্থানীয় নেতৃবৃন্দ অর্থাৎ সুশীল সমাজের প্রতিনিধি হিসেবে সবাই আপনারা সমাজের গণমাত্র্য ব্যক্তি। বিশিষ্ট ব্যক্তি হিসেবে সমাজ উন্নয়নে আপনারদের ভূমিকা অপরিণীয়। রাস্ট্রীয় এবং সামাজিক বিষয় আপনারা জনসচেতনতা সৃষ্টি করে থাকেন। আপনারদের সেরা তথ্যের উপর সকলেই আস্থা রাখে। আমরা সবাই জ্ঞানি দেশের সার্বিক উন্নয়ন অনেকাংশেই একটি সুস্থ জাতির উপর নির্ভর করে অতচ আমাদের দেশে জনগণের মাঝে স্বাস্থ্যবিষয়ক শিক্ষা বা ধারণা যথেষ্ট নয়। সমাজের একজন গণমাত্র্য প্রতিনিধি হিসেবে বিভিন্ন রোগ নিয়ন্ত্রণ ও প্রতিরোধের জন্য সঠিক তথ্য ও পরামর্শ দিয়ে আপনারা জনগণকে সচেতন করে তোলার পাশাপাশি একটি সুস্থ জাতি তৈরি করতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করতে পারেন।

unicef



## SBCC Messages & Products: Emotional touch





## SBCC Messages & Products: Translation







## SBCC Messages & Products: Testing

**jvMev evwR ??**





## Emerging Culture: Use of Social Media

- Bangladesh was home to 44.70 million social media users in January 2023, equating to 26.0 percent of the total population.





## Emerging Culture: Use of Social Media

### DIGITAL IN BANGLADESH

A Snapshot of the country's key digital statistical indicators

TOTAL  
POPULATION



**167.2**  
Million

Urbanisation:

**37%**

INTERNET  
USERS



**91.2**  
Million

Penetration:

**55%**

ACTIVE SOCIAL  
MEDIA USERS



**34**  
Million

Penetration:

**20%**

MOBILE  
CONNECTIONS



**157.2**  
Million

vs. Population:

**94%**

ACTIVE MOBILE  
SOCIAL USERS



**32.0**  
Million

Penetration:

**19%**

SOURCES: POPULATION: UNITED NATIONS; U.S. CENSUS BUREAU. MOBILE: GSMA INTELLIGENCE. INTERNET: INTERNETWORLDSTATS; ITU; WORLD BANK; CIA WORLD FACTBOOK; EUROSTAT; LOCAL GOVERNMENT BODIES AND REGULATORY AUTHORITIES; MIDEASTMEDIA.ORG; REPORTS IN REPUTABLE MEDIA. SOCIAL MEDIA: PLATFORMS' SELF-SERVE ADVERTISING TOOLS; PRESS RELEASES AND INVESTOR EARNINGS ANNOUNCEMENTS; ARAB SOCIAL MEDIA REPORT; TECHRASA; NIKI AGHAEI; ROSE.RU. (ALL LATEST AVAILABLE DATA IN JANUARY 2019).



Bangladesh Center for Communication Programs



## Most popular social media in Bangladesh

As of the end of 2022, Facebook, YouTube, Messenger, and IMO (a chat app) are the leading social media platforms in Bangladesh. According to data, approximately 50 million people, or 29% of the population, are active Facebook users.

Facebook	91.3%
Youtube	6.28%
Linkdin	0.96%
Twitter	0.6%
Instagram	0.48%
Pinterest	0.32%





## Emerging Culture: why people use social media

### Top Uses of Social Media (2023)



Source: DataReportal

**OBERLO**



Bangladesh Center for Communication Programs



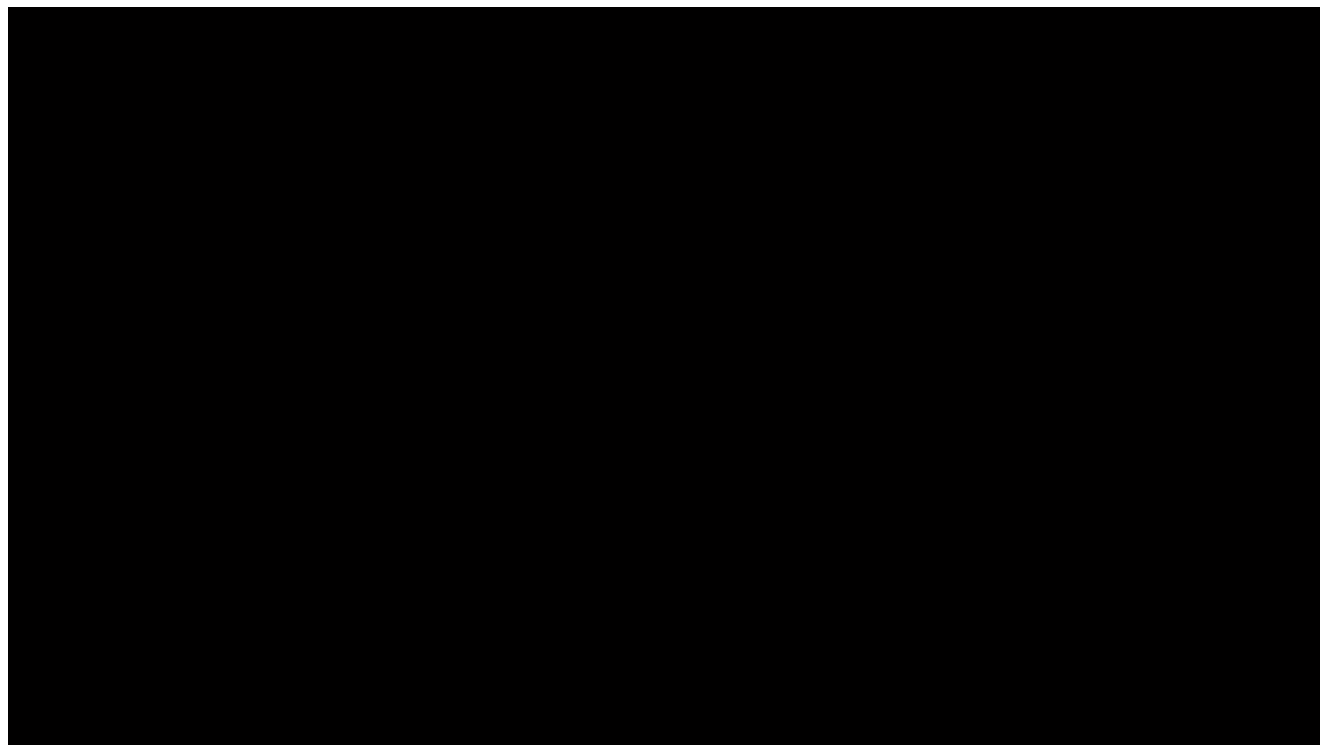
## Emerging Culture: Pros & Cons of Social Media

<b>A large number of audience can be Connected</b>	<b>Reduces Face-to-face Communication Skills</b>
<b>Good Source of Up-to-Date Information</b>	<b>Fake News</b>
<b>Useful for educational purposes</b>	<b>Creates Addiction to Social Media</b>



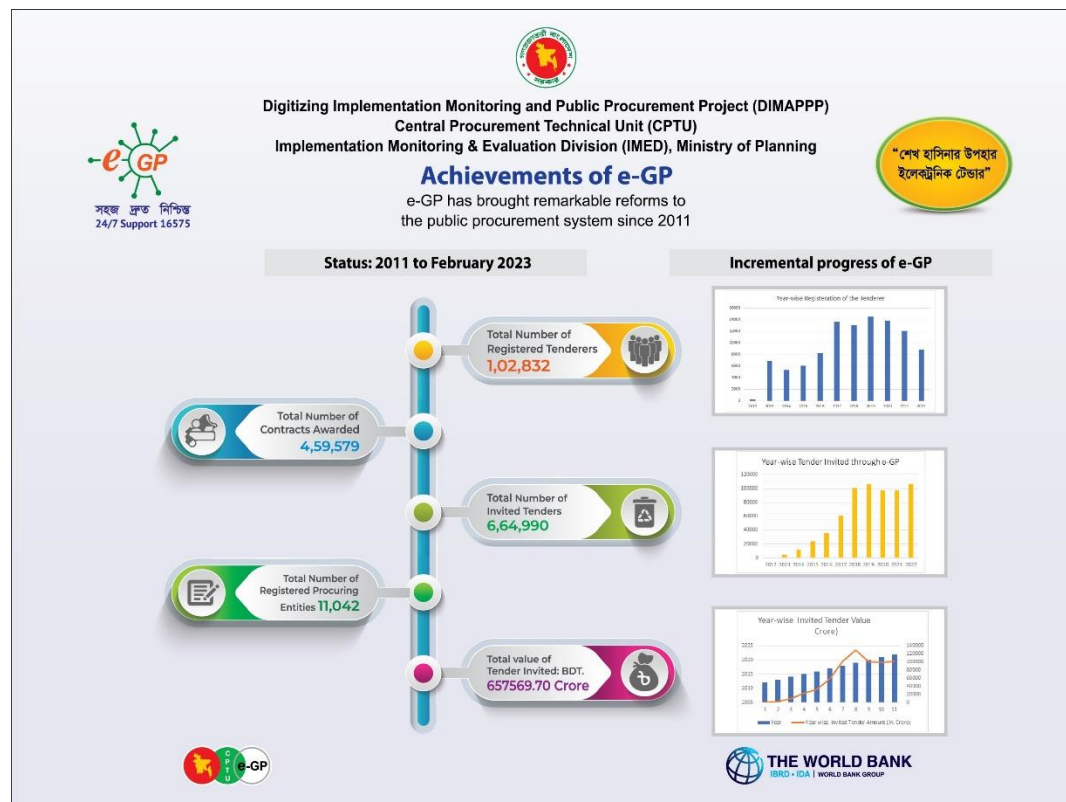


## Example of Successful Social Media Advertisement





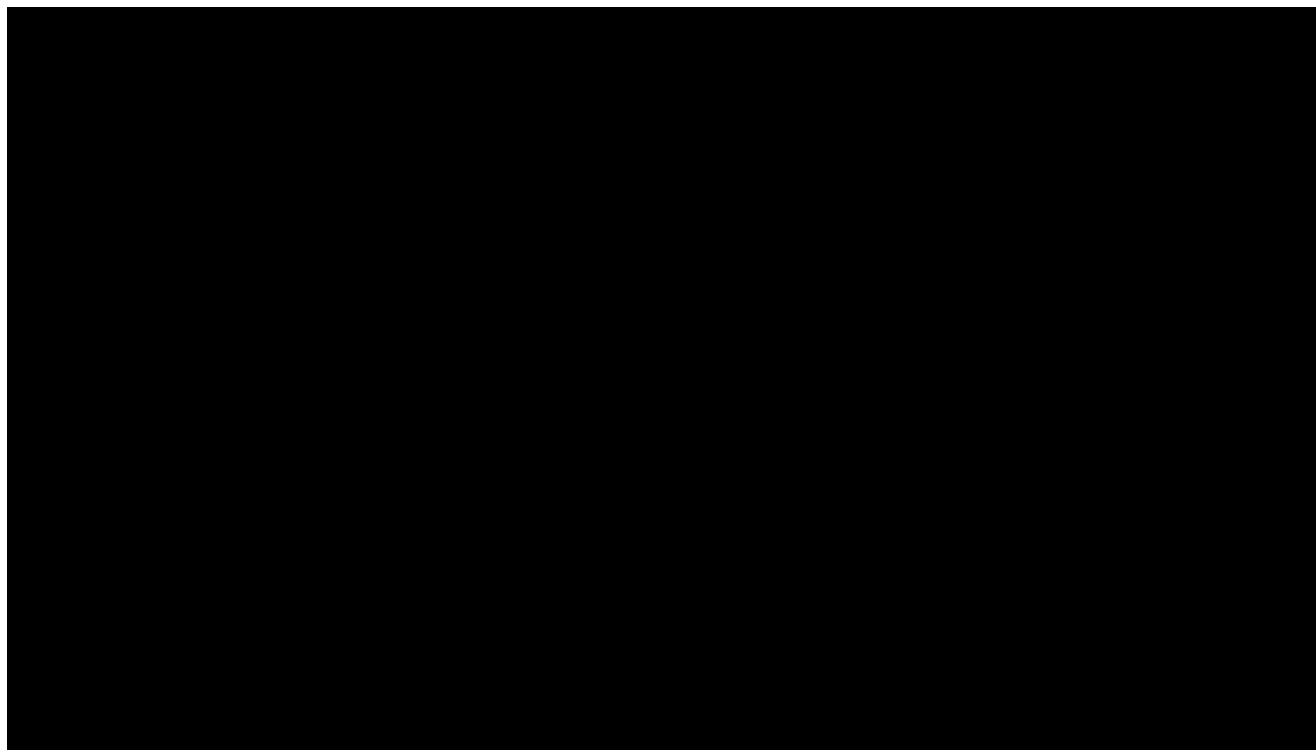
# Infographic





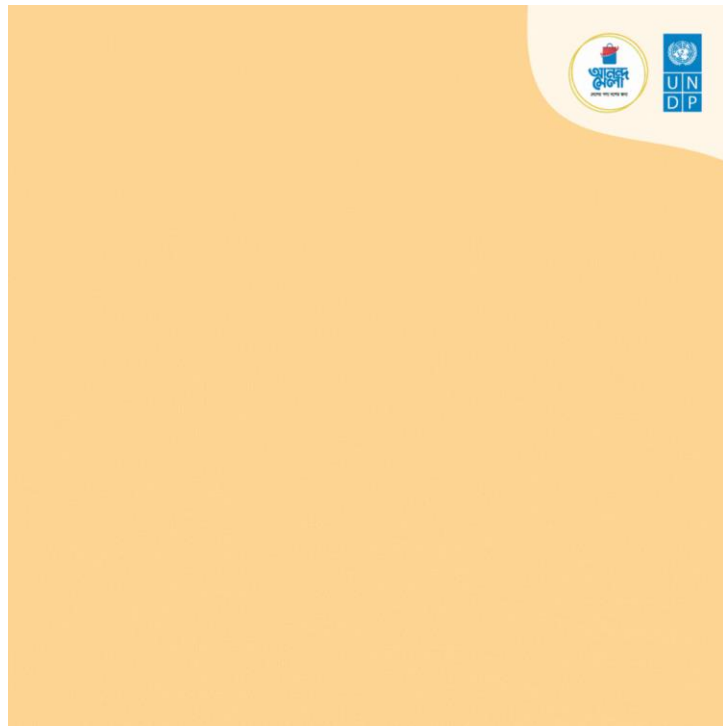


## Emerging culture: Online Marketplace and entrepreneurship





## Emerging culture: Online Marketplace and entrepreneurship





## Emerging culture: Use of Mob App

- Pathao
- Uber
- Food Panda





To change others we may have  
**TO CHANGE OURSELVES**

**first**

Bangladesh Center for Communication Programs



Bangladesh Center for Communication Programs



Thank You

