Zeitschrift: Das Rote Kreuz : offizielles Organ des Schweizerischen Centralvereins vom Roten Kreuz, des Schweiz. Militärsanitätsvereins und des Samariterbundes

Herausgeber: Schweizerischer Centralverein vom Roten Kreuz

Band: 38 (1930)

Heft: 5

Artikel: Comment la Croix-Rouge américaine procède au recrutement de ses membres

Autor: [s.n.]

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-556667

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 09.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Comment la Croix-Rouge américaine procède au recrutement de ses membres.

(Tiré de *Vers la Santé*, n° 1, 1930.)

Dans l'article qui va suivre, M. Douglas Griesemer, membre du service chargé du recrutement des membres au siège de la Croix-Rouge américaine, explique par quelles méthodes celle-ci s'assure le concours du public.

Les principes directeurs dont s'inspire la Croix-Rouge américaine, en s'efforçant d'obtenir un recrutement étendu et varié, sont clairement définis dans les paroles significatives de deux grands Américains.

M. Coolidge, dans une proclamation faite à la Maison-Blanche, alors qu'il était président des États-Unis, s'exprime ainsi:

« C'est bien le propre de la nation américaine que d'avoir chargé du soulagement des souffrances humaines une institution aussi démocratique que son gouvernement. C'est la nation tout entière qui fournit à la Croix-Rouge américaine ses moyens d'existence. »

Les paroles du président Hoover sont également bien conformes à la réalité dans la déclaration suivante:

« Lorsque la Croix-Rouge américaine vient en aide aux victimes du sort, nous nous associons à sa tâche avec fierté. C'est donc pour nous un devoir, en même temps qu'un privilège, que de lui apporter notre adhésion pendant la campagne d'enrôlement. »

La Croix-Rouge américaine, comme toute société de Croix-Rouge, consacre chaque année d'importants crédits à la réalisation de son programme local, national et international. Son budget, qui ne s'applique qu'à des activités de paix, se chiffre par plusieurs millions de dollars. Son intervention dans les grandes calamités publiques se fait grâce à des fonds qui sont spécialement souscrits. Or, comment alimente-t-elle son budget? Nous avons plus d'une raison de croire qu'il ne serait pas judicieux d'avoir recours dans ce but, même partiellement, aux crédits de l'État. Un pareil procédé ne manquerait pas de donner à la Croix-Rouge des tendances politiques et de compromettre son indépendance dans l'exécution de son programme. Doit-elle être alimentée par les grosses fortunes, c'est-à-dire par une minorité, ou bien par la grande masse des individus? Il est très probable que la première manière de recueillir l'argent serait beaucoup plus simple. Il ne serait pas très difficile de faire appel aux gens riches, chaque année. C'est, dans une grande mesure, la méthode pratiquée par les organisations sociales les plus importantes du pays.

La Croix-Rouge américaine elle, recueille ses revenus dans le peuple. Presque toute la nation est représentée par ses membres. Ils sont actuellement 4 127 946 et il est parfaitement logique que tous les hommes, toutes les femmes qui sont du nombre, se considèrent comme quelque chose de plus que de simples bienfaiteurs. Il est certain qu'ils continueront plus volontiers à collaborer, s'ils se sentent unis à la Croix-Rouge par un lien plus étroit que l'argent qu'ils lui donnent chaque année. Depuis douze ans, celle-ci cherche donc à étendre son recrutement; elle demande aux individus non pas de lui faire un simple don, mais d'entrer dans ses rangs, et, par le paiement régulier de cotisations, de lui permettre d'assurer la continuité de son œuvre. Chacun de nos quatre millions de membres paie un dollar par an. Il y a des cotisations plus élevées.

Certains membres paient cinq dollars, d'autres dix, d'autres vingt-cinq. Il y a aussi les membres à vie, qui paient cinquante dollars, et les membres d'honneur qui en paient cent. L'argent fourni par ces deux dernières catégories est entièrement versé au fonds de réserve. Seuls les intérêts sont utilisés pour les dépenses du budget annuel. Les membres à vie et les membres d'honneur sont forcément en très petit nombre. Par conséquent nos efforts de chaque année se portent spécialement sur le plus large recrutement possible de membres payant un dollar.

Afin de maintenir cet esprit démocratique au sein de la Croix-Rouge, il faudrait que tout Américain, homme ou femme, en devienne membre. Évidemment le Comité central ne peut s'occuper lui-même de ce recrutement en masse. Mais les différentes sections disséminées dans le pays — il y en a plus de 16 000 — se sont chargées de cette tâche, chacune dans sa zone respective. L'organisation de la campagne annuelle est confiée au siège central de Washington et à deux grandes sections, celle de Saint-Louis, pour le centre du pays, et celle de San Francisco, pour les États de la côte du Pacifique. Il a paru préférable de lancer cet appel au même moment dans le pays tout entier, et la date de la campagne annuelle est fixée par le Comité central. Depuis neuf ans, celle-ci commence le 11 novembre, anniversaire de l'armistice, pour se terminer à une date qui varie entre le 25 et le 30 novembre. La période d'enrôlement n'est donc pas toujours la même, mais elle ne dure jamais moins de deux semaines, jamais plus de trois.

Il est peut-être intéressant de savoir pourquoi la campagne de recrutement a reçu le nom d'« appel à la nation ». En 1917, alors que les membres du Comité central préparaient leur campagne, pour le mois de décembre de la même année, Henry Davison, à ce moment président de la Croix-Rouge américaine, déclara que celle-ci, à cause de tout ce qu'elle faisait pour les soldats, et de l'intérêt énorme qu'elle inspirait au public, ne rencontrerait aucune difficulté à s'assurer un large recrutement: « Cela reviendra exactement à faire l'appel de la nation américaine tout entière », expliqua-t-il. Un des membres du comité trouva que l'expression pouvait très bien être adoptée pour définir cet appel qui s'est toujours appelé depuis *The Annual Roll Call*, ou appel annuel.

En 1917 et 1918, on réunit aisément plus de 20 millions de membres. Mais lorsque l'élan patriotique qui causa cet empressement se fut calmé après l'armistice, il devint moins facile d'assurer l'accomplissement de l'immense programme de la Croix-Rouge américaine par les cotisations des membres.

La campagne annuelle de recrutement de la Croix-Rouge américaine revêt le même caractère de rigueur et d'exactitude qu'une affaire commerciale. Le directeur et ses adjoints siègent à Washington et ont sous leurs ordres un sous-directeur par section locale. Ce personnel travaille pendant l'année entière. C'est le 1er décembre, exactement, quelques jours après la clôture du précédent appel, que la préparation du suivant commence. Il a été constaté que seule l'application de méthodes strictement commerciales réussissait à maintenir la campagne de recrutement à son niveau actuel.

Pendant toute l'année de préparation le siège central entretient des rapports suivis avec les sections locales et leur donne des indications pour la prochaine campagne, par correspondance ou par des visites de délégués. Le président de chaque section est tenu responsable de la réussite de l'appel dans la zone qui dépend de

lui. Il peut cependant confier les fonctions de président de la campagne à quelqu'un d'autre, ou agir comme tel, en personne. Le principal soin de la Croix-Rouge est de veiller: 1° à ce que chaque président local se reconnaisse responsable; 2° à ce qu'il mette à profit, dans l'intérêt de la campagne, les conseils que lui adresse de temps en temps le siège central et qui résultent d'une étude approfondie des problèmes locaux.

Dans les grandes villes, des visites à domicile sont faites par le directeur de la campagne ou par les membres de son bureau. Les sections de moindre importance sont visitées par des délégués qui doivent combiner l'organisation de la campagne avec leurs autres fonctions. La Croix-Rouge fait également de nombreux envois de brochures de propagande, qui commencent juste avant l'appel annuel et se prolongent pendant toute sa durée. Elle se charge d'autre part de fournir à chacune de ses 16 000 sections la quantité de matériel qui leur est utile pour la campagne. Le directeur de l'appel a recours, pour sa propagande, à tous les moyens possibles, journaux, magazines, films, radiodiffusion. La Croix-Rouge envoie directement à chacun des journaux du pays des articles et des documents photographiques qui font connaître ses diverses activités. En dehors de ce matériel, les sections reçoivent chacune une série d'articles rédigés spécialement pour leur usage personnel, et pour être utilisés sur place. Un compte rendu des résultats accomplis dans les 48 États du pays leur est également fourni pour la presse. Elles y ajoutent à leur tour les nouvelles locales qu'elles jugent à propos de publier et les transmettent aux journaux. Le même exposé fait sous forme de causeries est adressé à chacune d'elles, pour être transmis aux différents postes de T. S. F. de l'endroit.

La Croix-Rouge sollicite par lettre la collaboration de tous les postes de radiophonie du pays. Tous les annonciers importants qui ont recours à la T. S. F. comme moyen de publicité sont invités à se consacrer entièrement à la Croix-Rouge pendant la période de l'appel, et les 8000 magazines publiés aux États-Unis, à insérer dans leurs numéros d'octobre et de novembre des articles spéciaux, rédigés par le siège central. Mais aucune des revues qui se prêtent à cette publication ne reçoit le même article. Les directeurs de cinéma sont priés de placer parmi les actualités qui sont données sur l'écran pendant la période de l'appel une projection touchant la Croix-Rouge. Ils représentent, par exemple, le président des États-Unis et sa femme, recevant des mains de M. John Barton Payne, sur les marches de la Maison-Blanche, l'insigne de membres de la Croix-Rouge américaine. Les cinémas reçoivent aussi des textes annonçant l'appel national et, sur la demande de la Croix-Rouge, les utilisent pendant toute la durée de celui-ci. Un film spécial d'une trentaine de mètres de longueur est également fourni à prix réduit aux sections qui veulent se le procurer.

Le directeur de l'appel doit aussi s'assurer de la collaboration des autres grandes institutions nationales des États-Unis. Il demande au président de la Chambre de commerce, à celui de la Fédération du Travail, aux représentants des différents cultes et des organisations féminines, d'adresser des déclarations pressant le public d'accorder son appui et d'adhérer en masse. Ces déclarations, envoyées aux membres de ces organisations, ont beaucoup d'influence sur la population. Il prie enfin le président des États-Unis et les gouverneurs des divers États de lancer des proclamations.

Le matériel fourni aux sections en grandes quantités se compose d'affiches, de cartes postales, d'insignes de la Croix-Rouge, de prospectus divers, les uns faisant connaître le programme de l'année, d'autres destinés spécialement au clergé, d'instructions adressées aux organisateurs, et de matériel de propagande de toute espèce. Ce n'est pas tout. Les sections reçoivent encore des certificats de mérite, qui, une fois remplis, peuvent être encadrés et sont distribués, à la fin de l'appel, à toutes les personnes qui ont pris part à la campagne.

Une brochure explicative, fournie en un certain nombre d'exemplaires aux différentes sections, donne les directives nécessaires pour la bonne marche de la campagne de recrutement, à savoir des instructions sur les meilleures méthodes à employer, des indications sur la propagande locale, et tous les renseignements qui peuvent aider les chefs régionaux du mouvement.

Il serait trop long d'exposer ici dans toute leur variété les systèmes qui ont été pratiqués dans les différents centres d'action. Il a été reconnu que les campagnes faites au moyen de la poste n'ont pas eu des résultats satisfaisants. Par contre la Croix-Rouge, jouissant d'une grande popularité dans la masse du public, surtout si elle s'aide d'une propagande bien comprise et la fait durer non seulement pendant l'appel mais d'un bout de l'année à l'autre, réussit sans peine à obtenir des adhésions: ni l'homme ni la femme de la classe moyenne n'hésiteront à dépenser à son profit un dollar, si on le leur demande. Ce qui est le plus difficile, c'est de faire comprendre aux sections l'intérêt qu'il y a pour elles de trouver des collaborateurs, en nombre suffisant, pour arriver à atteindre directement tous les adultes du pays et les amener ainsi à faire partie de la Croix-Rouge. L'expérience a démontré que ce système de recrutement donne les meilleurs résultats, et nous avons invariablement remarqué que partout où il n'est pas appliqué, ou bien organisé, le nombre des membres de la Croix-Rouge reste faible.

Der Wasserrettungsdienst im amerikanischen Jugendrotkreuz.

Der Wasserrettungsdienst ist eine der interessantesten Tätigkeiten des amerikanischen Jugendrotkreuzes, denn er vereinigt das Prinzip der gegenseitigen Hilfe mit dem der Gesundheitspflege. Eine Anzahl von Jugendrotkreuz-Gesellschaften haben bezüglich dieser Frage ein Arbeitsprogramm aufgestellt. Das norwegische Rote Kreuz veranstaltet Schwimm- und Rettungsdienst-Unterricht; in Estland besuchen 94 Kinder, Mitglieder der Abteilung von Tartu, mit großem Eifer einen seit kurzem bestehenden Kursus ähnlicher Natur. Das Schwimmunterrichts-Programm des amerikanischen Jugendrotkreuzes, das schon seit 1925 in Geltung ist, hat zu so guten Ergebnissen geführt, daß es für immer beibehalten wurde. Die Jugendrotkreuz-Kinder aller Schulen können zu jeder Zeit an diesem Unterricht teilnehmen, um sich ein „Schulbanner" zu erkämpfen. Der amerikanische Schulplan zeugt von großer Einsicht. Wir geben ihn hier in großen Zügen so wieder, wie er in den Schulen angewandt wird.

Zunächst wird die Anzahl der Schüler, die schon schwimmen können, festgestellt. Wer noch nicht schwimmen kann, muß es nach dem Plan des amerikanischen Jugendrotkreuzes lernen. Die guten Schwimmer bereiten sich