Cours : l'information et les cours

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **La Croix-Rouge suisse**

Band (Jahr): **91 (1982)**

Heft 3

PDF erstellt am: **03.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Cours

L'information et les cours

Un cours, aussi intéressant soit-il, doit être «vendu», c'est-à-dire qu'il faut le faire connaître. Que ce soit à la CRS, ou dans toute autre institution, l'information est essentielle si l'on ne veut pas que l'enseignant se trouve devant une salle vide!

Dans le cas de la CRS et des cours qu'elle organise pour la population, cette tâche incombe à la fois au Secrétariat central et aux sections locales:

a) Le Secrétariat central, plus précisément le Secteur des cours, s'occupe de la publicité nationale: relation avec les organisations intéressées, communiqués de presse d'intérêt national (par exemple lors du lancement d'un nouveau cours), création de matériel publicitaire à l'usage des sections, etc.

b) Les sections locales s'efforcent d'informer la population de leur région de l'existence des cours CRS et, par là, de la motiver à les suivre. Plusieurs possibilités s'offrent à elles:

– proposer les cours aux organisations susceptibles de s'intéresser à cette activité.

Il s'agit, pour les sections CRS, d'en dresser la liste (Samaritains, Pro Senectute, femmes paysannes, paroisses, etc.), puis de les contacter et les informer sur le contenu des cours CRS. Il est alors possible qu'une organisation prenne elle-même en charge la mise sur pied d'un cours;

– prendre contact avec les médecins, pédiatres, gynécologues qui connaissent peut-être les cours de nom, mais réalisent mal quelle en est leur utilité, leurs objectifs, leur contenu. De futurs parents participeront plus facilement à un cours conseillé par le gynécologue qu'en lisant une petite annonce dans le journal;

– proposer des articles aux journaux de leur région ou les informer des dates et lieux des différents cours;

– utiliser les prospectus, soit en les affichant (local CRS, pharmacie, écoles, etc.), soit en les distribuant.

Le Secteur des cours met, gratuitement, trois sortes de prospectus pour chaque cours, à disposition des sections:

1. le ***«prospectus-affiche»***: au recto la description du cours, au verso l'affiche,
2. le ***dépliant:*** demi-format du prospectus affiche, ce dépliant est destiné à une large diffusion.

Le «prospectus-affiche» et le dépliant permettent également aux personnes intéressées de savoir où s'adresser, quelles sont les dates du cours, éventuellement quel en est le prix.

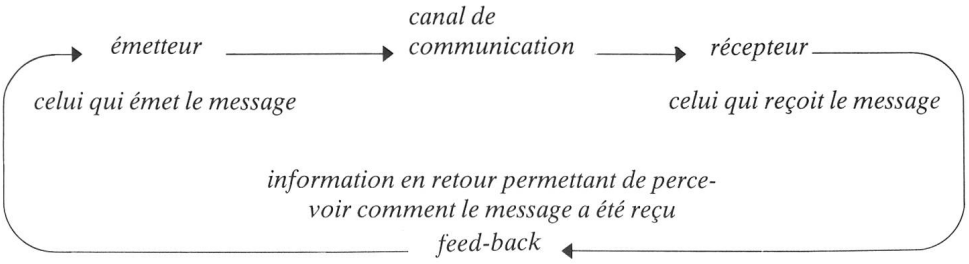
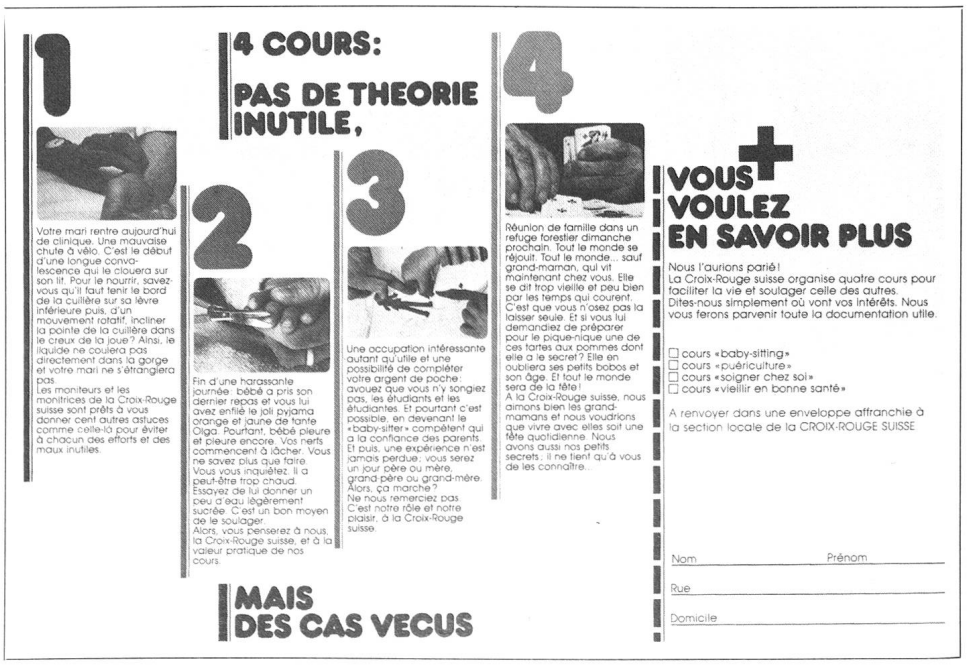
3. le ***dépliant concernant les quatre cours:*** il a pour but de motiver la population à participer à un cours, mais n'informe pas de façon précise sur leur contenu.

Comme on peut le constater, les moyens ne manquent pas. Ils demandent cependant, pour être efficaces, à être répétés et cumulés: l'affiche posée dans une pharmacie ne stimulera pas un grand nombre de personnes, si elle n'est pas renforcée par un autre moyen publicitaire. L'affiche est souvent utile comme rappel d'un article ou d'une autre information.

Ces moyens ont également relativement peu d'impact si l'on ne tient pas compte du «bouche à oreilles». Il est en effet clair qu'un groupe ayant suivi un cours de qualité va en reparler, donc motiver d'autres personnes à s'y intéresser.

L'essentiel est donc que l'on parle des cours le plus souvent possible, le mieux possible, en le plus d'endroits possible, en bref de communiquer.

L'information, en effet, fait partie de la communication dont il faut se rappeler les éléments principaux:



Ce schéma montre, entre autres, qu'il n'y a pas de communication sans échange, sans relation humaine. Il met également en évidence que, si toute communication vise à obtenir un effet, l'effet visé n'est pas toujours celui qui est obtenu, la communication étant souvent confrontée à des obstacles (langage, motivation, personalité, etc.). Il est bon de se souvenir de ces quelques points au moment de mettre sur pied un cours destiné à la population. De même qu'il est utile de connaître l'opinion de la population, après le cours.