Zeitschrift: La Croix-Rouge suisse Herausgeber: La Croix-Rouge suisse

**Band:** 91 (1982)

Heft: 3

**Rubrik:** Cours: l'information et les cours

### 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:** 03.12.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://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, gratuite-

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.

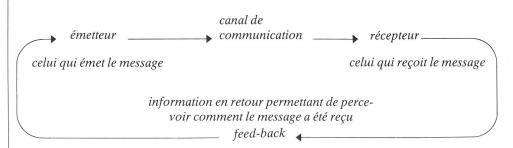
Comme on peut le constater, les moyens ne manquent pas. Ils demandent cependant, pour être efficaces, à être répétés et cumulés: l'affiche po-

sée 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.

