

– III –

**COMMUNICATION
ET PROGRAMMES D'ACTIVITÉ
DES SOCIÉTÉS NATIONALES
DE LA CROIX-ROUGE ET DU CROISSANT-ROUGE**

1. COMMUNICATION ET DIFFUSION

**Promouvoir la diffusion:
rôle de la communication**

Croix-Rouge philippine

par Edilberto H. Angco

L'information et la diffusion font partie intégrante de la structure actuelle du département des Relations publiques et des Publications de la Croix-Rouge philippine (PNRC). Bien qu'elles aient beaucoup en commun, l'information et la diffusion ont un rôle et des objectifs qui les distinguent. Une telle structure paraît idéale pour toute Société nationale qui, comme la PNRC, est de taille modeste et dispose de peu de ressources humaines et financières. En raison de contraintes financières, le chef du département des Relations publiques et des Publications de la PNRC doit orchestrer lui-même l'ensemble de ces activités, à l'exception de la diffusion qui est confiée à un autre responsable.

Programmes et services d'information

De manière générale, les programmes et les services d'information sont centralisés au siège national de la PNRC. Par exemple, tout plan ou toute proposition touchant l'ensemble du pays doit, avant d'être mis en œuvre dans le réseau que composent les 83 sections locales de la

PNRC, recevoir l'approbation du Comité des Relations publiques (dont les membres appartiennent au Conseil d'administration de la Société nationale). Dans les sections locales, les tâches liées à l'information et à la diffusion sont, en général, assumées par les administrateurs des sections locales qui, tous, bénéficient d'une formation dans ces domaines d'activité spécialisés. Dans la plupart des cas, les administrateurs sont secondés, au niveau de la section locale, par des représentants tout aussi qualifiés du service et par des étudiants qui sont également membres de la Croix-Rouge de la Jeunesse.

Les programmes d'information ou de diffusion de grande envergure sont réalisés par le biais des sections locales, puis méthodiquement reliés à des événements de la Croix-Rouge à l'échelon national ou international, tels que l'anniversaire de la Société nationale, la Journée mondiale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, la Semaine du Drapeau Croix-Rouge, la Semaine des Donneurs de Sang, la Sécurité en été, la Collecte annuelle, etc. Tous ces événements doivent bénéficier à la fois du soutien du public et d'une couverture médiatique importante pendant une certaine période. La presse écrite, la télévision et la radio doivent être mises à contribution pour «faire passer» les messages-clés. Dans d'autres cas, il est préférable d'adopter une stratégie de communication directe en organisant des manifestations publiques telles que des séminaires, des colloques, des congrès et des cours de formation car ceux-ci constituent un terrain fertile, tant pour la diffusion que pour l'information. Là, pour que les messages que nous voulons transmettre soient aussi clairs que possible, différentes méthodes peuvent être valablement utilisées: projections de diapositives et de films, expositions de tableaux et d'œuvres graphiques, par exemple.

Pour ce qui est des relations avec les médias, il y a une profusion de possibilités. Les nouvelles, les photos, les articles et, à l'occasion, des suppléments sponsorisés, sont très appréciés par la presse écrite, tandis que la radio et la télévision peuvent donner une image plus vivante de la Croix-Rouge grâce à la diffusion de nouvelles, mais aussi grâce aux feuilletons, aux entretiens (en direct ou enregistrés), aux «spots» et même aux chansons et aux danses Croix-Rouge. Il est, cependant, nécessaire que tout cela entre dans le cadre d'une stratégie bien planifiée et bien étudiée sous l'angle du rapport coût/efficacité.

Les événements traditionnels sont une chose, mais les sections locales ont toujours une très grande liberté d'action en ce qui concerne les moyens de tenir le public au courant de leurs activités quotidiennes: elles peuvent choisir les moyens qui sont pour elles les plus accessibles et les plus économiques, sans devoir faire appel à l'exper-

tise du siège de la Société nationale. Ne sont-elles pas, après tout, mieux placées pour entretenir et cultiver de bonnes relations avec les médias, notamment, dans leur propre région?

Bien sûr, il existe toute une gamme d'autres méthodes, qui ont été mises à l'épreuve, auxquelles la PNRC a recours régulièrement, car elle sait que de bons résultats sont garantis. Les affiches créées par des artistes, les prospectus bon marché, les lettres d'information, ainsi que d'autres publications permettant d'atteindre toute une variété de publics, continuent à exercer un très grand attrait.

Promouvoir la diffusion grâce à l'information

Ces dernières années, la PNRC a fait très souvent appel à un groupe de spécialistes des médias. Créé au niveau national afin d'intensifier la campagne d'information menée tout au long de l'année par la PNRC, ce groupe porte le nom de «Corps des Volontaires Croix-Rouge des médias». Chacun de ses membres a reçu une information complète sur la Croix-Rouge, tant sous son aspect national que sous son aspect international, et il est ainsi à même de traiter de la Croix-Rouge, oralement et par écrit, avec une certaine autorité.

Ce groupe se réunit au moins six fois par an au siège de la PNRC afin de discuter de «ce qu'il y a de nouveau» sur la scène (Croix-Rouge) nationale et internationale. Connaissant de mieux en mieux le Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge, ces représentants des médias peuvent à tout moment être mis à contribution pour écrire un bon article sur la Croix-Rouge et, chaque fois que cela est nécessaire, pour mettre en relief les principes du Mouvement et certains aspects du droit international humanitaire.

Lors de désastres majeurs, qu'ils soient naturels ou provoqués par l'homme, ces volontaires recrutés dans les médias sont à même de fournir des informations immédiates. Certes, les articles qu'ils rédigent rendent compte avec enthousiasme de l'action de la Croix-Rouge. La dernière en date des occasions de ce type s'est présentée lors de la rébellion de décembre 1989: si la PNRC a été souvent citée dans les nouvelles, c'est en raison des efforts très visibles qu'elle a déployés, afin de les protéger et de leur sauver la vie, en faveur des combattants blessés de part et d'autre et des civils victimes des combats. Publiés dans les journaux et les magazines, les comptes rendus des volontaires parlaient de l'usage de l'emblème, des Principes fondamentaux, ainsi que de certaines règles de comportement au combat. Il en a été de même à la radio et à la télévision. C'est ainsi qu'aujourd'hui, la PNRC

bénéficie d'une bien meilleure compréhension et d'un bien plus grand respect, ainsi que d'un soutien financier nettement accru de la part du public.

Récemment et toujours au stade expérimental, le Corps des volontaires des médias est encore considéré comme un projet-pilote. Les perspectives d'avenir sont cependant prometteuses. En temps voulu, ce projet sera progressivement étendu aux sections locales, pour autant qu'il existe sur place, dans les différentes communautés, des journalistes qui aient envie de rejoindre la Croix-Rouge en tant que volontaires pour jouer un rôle dans les domaines de la «propagande et de la diffusion».

Il arrive parfois que des journalistes locaux soient amenés à se documenter et à rédiger une analyse plus exhaustive des actions du Mouvement, se concentrant sur un thème bien défini. Il y a, à l'origine de cette motivation, un concours de rédaction doté de prix attractifs. Toutes les contributions primées sont publiées sous la forme d'un livre, pour la postérité et aussi dans un but de diffusion (essentiellement au travers des bibliothèques scolaires).

Le département des Relations publiques et des Publications de la Croix-Rouge philippine prend l'initiative de mettre à la disposition de la presse de nouveaux sujets d'information qui mettent en évidence les principes du Mouvement et qui démontrent l'importance du DIH en tant que contribution à la paix.

Les discours et les messages des dirigeants de la PNRG s'adressant plus particulièrement à un public non Croix-Rouge sont souvent accompagnés d'informations qui permettent de percevoir la Croix-Rouge comme une organisation de service protégeant la vie et la dignité humaines.

En règle générale, tous les programmes de formation sont précédés d'un cours de diffusion de base présentant le Mouvement (son histoire, ses composantes et leurs activités), les principes et le DIH. La formation qui est dispensée concerne les premiers soins, les soins infirmiers, les soins de santé primaires et l'encadrement des jeunes, ainsi que la formation technique destinée aux nouveaux membres du personnel et aux nouveaux volontaires. Les grandes opérations de secours et les campagnes de don du sang constituent également d'excellentes occasions de promouvoir l'information et la diffusion.

Aussi souvent que possible, les récits relatant les activités de la Croix-Rouge et destinés aux médias sont rédigés de telle manière que les Principes fondamentaux et le DIH y sont évoqués. Cette approche «en douceur» est sans nul doute efficace, elle requiert simplement de l'imagination et de la créativité de la part de la personne qui est chargée de l'information.

La radio constitue le meilleur moyen dont dispose la PNRC pour toucher un public aussi large et aussi divers que possible. Les stations de radio occupent une position stratégique dans pratiquement toutes les régions du pays; en outre, c'est à la fois l'Etat et des compagnies privées qui en sont propriétaires et qui les exploitent. Leur attrait principal, surtout quand elles sont installées dans les campagnes, vient de ce qu'elles acceptent absolument tout ce qui concerne la Croix-Rouge. Pour profiter pleinement de cette situation, la PNRC encourage depuis quelque temps ses sections locales à réaliser des programmes radio-phoniques sur une base hebdomadaire. Cela représente un but à long terme, mais nous sommes persuadés qu'il sera possible de l'atteindre.

Edilberto H. Angco

Edilberto H. Angco est, depuis 15 ans, responsable du département des Relations publiques et des Publications de la Croix-Rouge philippine. Après un diplôme (Beaux-Arts) obtenu en 1962 à l'Université Saint-Thomas, à Manille, Philippines, il a suivi des cours de philosophie et de relations publiques. Il a fait partie, récemment, du Groupe international sur la Communication qui a formulé la politique du Mouvement en matière d'information.