

Les relations publiques en temps moderne et pour la protection des civils

Autor(en): **Zaugg, Pierre R.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Zivilschutz = Protection civile = Protezione civile**

Band (Jahr): **20 (1973)**

Heft 9

PDF erstellt am: **13.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-365966>

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.

Les relations publiques en temps moderne et pour la protection des civils

Dr Pierre R. Zaugg

Exposé présenté à la conférence des présidents, le 23 mars 1973, à Soleure

Définition

Avant de pouvoir parler de quelque chose, nous devons définir le sujet. Si nous n'avons pas encore trouvé une véritable traduction en allemand pour Public Relations, cela ne doit pas nous donner l'impression que les relations publiques sont quelque chose de mystérieux ou d'incompréhensible pour nous. Il y a un nombre indéfini de définitions qui varient aussi d'un pays à l'autre selon le degré de développement que ce métier y a atteint. Les Public Relations s'appellent en français relations publiques, en italien relazioni pubbliche et en anglais non pas Public Relations, mais public affairs, car l'expression Public Relations qui vient de l'américain pourrait facilement prêter à des confusions non désirées. En allemand on l'appelle souvent «Oeffentlichkeitsarbeit», mais comme ce terme fait mal aux oreilles des suisses allemands, nous maintenons l'expression américaine de Public Relations souvent abrégée par PR.

Définissons l'activité aussi bref que possible, afin que chacun puisse s'imaginer quelque chose. *C'est la totalité des activités pour améliorer les relations avec le public et augmenter la compréhension mutuelle.* Je rappelle ici le livre de Peter Bichsel avec le titre: «Mme Blum aimerait connaître le laitier». Ceci n'est qu'un exemple parmi beaucoup. Si nous voulons nous exprimer sur un plan un peu plus scientifique, nous pouvons dire que plus de personnes savent l'un de l'autre, autant mieux sera leur collaboration.

Qui fait des relations publiques?

Chacun doit faire des relations publiques, qu'il soit une personne physique, représentant d'un collectif ou représentant de personnes naturelles ou juridiques. Plus il a à faire avec le public, autant plus grand seront ses efforts pour soigner ses relations en général.

Relations publiques et publicité

Les relations publiques sont une fonction d'état-major. Tandis que la publicité est une fonction de la vente, du marketing. C'est-à-dire, les relations publiques sont faites par la direction dans le but de présenter l'image ou la face d'une firme dans une lumière positive. C'est ainsi que seul celui peut faire les relations publiques qui ose se montrer envers tout le monde. Les relations publiques ne permettent pas de dire quelque chose qui ne corresponde pas à la vérité, elles n'osent pas non plus

embellir quelque chose. Il y a seul le fait qui compte. Par contre dans la publicité, c'est un produit qui doit être présenté, une qualité enchanteuse et si possible le prix avantageux écrit en grand. Les relations publiques apparaissent dans la partie rédactionnelle d'un journal, la publicité dans la partie des annonces.

Pourquoi n'a-t-on pas reconnu les relations publiques plutôt?

Les relations publiques ne sont pas une invention de nos jours, malgré que ce mot n'est apparu aux Etats-Unis qu'autour de 1930. Certainement nos primitifs connaissaient déjà les relations publiques. Ils étaient polis l'un envers l'autre et ils se rendaient mutuellement des services. Mais tout cela se faisait d'un instinct naturel et sans système. Ce n'est que dans ce siècle, pendant les années des crises, qu'on reconnut l'efficacité des bonnes relations publiques et on constata aussi que d'être poli et faire du bien pour en parler ne coûtait pas si cher. Ainsi on commença à faire des relations publiques selon un plan et avec un but clairement défini.

Est-ce qu'un programme pour relations publiques est nécessaire?

La diversité des sphères à atteindre dans les relations publiques exige aujourd'hui l'élaboration d'un programme à long terme. Celui qui ne le fait pas, sera obligé un jour de faire ce que nous appelons une action de pompier. Si la position d'une entreprise n'a pas été fortifiée au préalable dans le public par une information régulière, elle risquera d'être confrontée au public par la presse au moindre incident qui surviendra. A ce moment, une action de pompier peut démentir un fait ou le mettre dans sa juste lumière, mais il ne réussira pas nécessairement à persuader.

Les sphères des relations publiques

Nous connaissons toute une série de relations qui sont à soigner selon le genre de l'entreprise. Ainsi par exemple:

- les relations avec les autorités
- les relations avec les financiers
- les relations avec les voisins
- les relations avec tous les groupes de gens qui nous sont les plus proches, etc.

Une distinction importante est aussi faite entre les relations internes et les relations externes. Sous relations

internes nous comprenons l'ensemble des relations entre patrons et travailleurs. Tandis que sous relations externes, nous comprenons les relations de la maison envers l'extérieur.

Relations pour la protection des civils

Certainement chacun se souviendra du slogan de la dernière guerre qui disait: «qui ne peut se taire, nuit à son pays». Ceci correspondait aux règles militaires qui ne voulaient pas que les informations secrètes passent dans les mains de l'ennemi. Aujourd'hui, en temps de paix, nous nous rendons compte que l'information est absolument nécessaire jusqu'à un certain degré, pour soigner la confiance entre chef et subordonné. La possibilité d'actionner avec compréhension, augmente la chance du succès. L'information a surtout là une immense importance où il ne s'agit pas de vendre une marchandise, mais où l'on compte sur l'effort personnel de chacun.

Quel sont les problèmes de la protection des civils?

- informer ce qu'est la protection des civils et ce qu'elle veut
- améliorer l'image de la protection des civils
- protection contre la subversion

Le but des relations publiques dans la protection des civils

- information de la population sur les possibilités de se protéger
- obtenir des volontaires

Les relations publiques s'adressent à

- autorités communales (constructions, crédits, etc.)
- à toutes les forces humaines non engagées
- à toutes autres personnes pour meilleure compréhension

Les moyens qui peuvent être engagés

- la discussion, le discours, etc.
- le tract
- la brochure, le journal
- l'image
- le film
- le jour de la porte ouverte
- la démonstration (dans le sens positif)
- nos collaborateurs sont:
 - la presse
 - la radio
 - la TV
 - le ciné-journal

La conclusion

Si j'ai dit au début que celui qui a contact avec beaucoup de personnes a le plus besoin de relations publiques, cela veut certainement dire que le travail d'information pour la protection des civils doit être écrit en lettres majuscules car ce domaine atteint la population dans sa totalité. La protection des civils doit pouvoir compter sur chacun qui participe pour atteindre ses buts. Mais seul celui qui est persuadé lui-même de l'utilité de son travail sera capable de persuader son prochain et c'est dans ce sens que nous sommes obligés de vouer autant de temps à l'attention des relations publiques internes qu'aux relations externes.