

## LE MOT « RÉCLAME » EST-IL VRAIMENT À PROSCRIRE?

**S'agissait-il de « réclame » lorsque Bill rendit visite au Dr Bob?  
Comme fraternité sommes-nous trop « à cheval » sur l'anonymat?**

La Onzième Tradition AA dit: "La politique de nos relations publiques est basée sur l'attrait plutôt que sur la réclame; nous devons toujours garder l'anonymat dans nos rapports avec la presse, la radio la télévision et le cinéma". Qu'il me soit permis de dire au début que cet article n'entrera dans aucune querelle avec la deuxième partie de la Tradition.

Continuons tous à préserver notre anonymat personnel vis-à-vis des média de communication. Ce que je querelle toutefois, c'est l'interprétation que l'on donne de plus en plus à la première partie de la Tradition, à savoir qu'elle nous enjoint de ne faire quoi que ce soit pour amener les gens à AA ou pour exposer AA aux gens par crainte du vilain mot "réclame".

D'accord, notre politique est basée sur l'attrait plutôt que sur la réclame. Je n'irai pas grimper sur une boîte de savon pour crier: "Mon nom est Jos Beausoleil et je suis venu vous sauver par l'entremise d'AA."

Mais, Si je prends A.A. au sérieux ainsi que mon engagement par la Douzième Étape à porter le message AA aux alcooliques qui souffrent encore, il v a falloir que je fasse quelque chose qui ait l'air de la réclame pour y parvenir.

Le nouveau dictionnaire Random House nous donne deux définitions usuelles de "promotion" (réclame): "poussée de l'avant ou encouragement" et "matériel publié en faveur d'un produit, d'une cause, d'une institution, etc."

Un vieux membre dira sans doute: "Mais, ce n'est pas ce que je veux dire par "réclame". D'accord. Que veux-tu dire par ce mot? "Eh bien, tu sais, lorsque quelqu'un va essayer de vendre AA."

Dis-moi, vieux membre, est-ce que tu ne "vends" pas AA lorsque tu réponds à un appel de Douzième Étape?

"Oh, ce n'est pas pareil" ... L'essentiel de notre conversation imaginaire mais réaliste semble être que le travail de Douzième Étape est acceptable aux membres qui sont attachés aux principes lorsqu'il est fait sur la base d'une personne à une personne mais

inacceptable lorsque les proportions sont modifiées en élargissant l'auditoire.

Mais cet argument ne tient pas lorsque mis à l'épreuve. Le conférencier dans une assemblée s'adonne à une sorte de travail de Douzième Étape, et non pas sur une base de un à un. Fait-il alors de la réclame pour AA? Certainement, dans la mesure où il pousse: de l'avant et encourage AA.

"C'est là du AA régulier", dira notre vieux membre ultra conservateur. "Cette sorte de Douzième Étape est permise comme l'est la vraie sorte qui consiste à visiter quelqu'un qui a demandé de l'aide."

Mais, attends une minute, vieux membre. Le Docteur Bob avait-il demandé Bill W. à son aide? Est-ce que les premiers membres d'Akron ont fait demander le Docteur Bob? Les alcooliques à l'Hôpital Rockland State avaient-ils appelé A.A. en 1939? La réponse aux trois questions est non.

Si l'on juge à la lumière de la définition du dictionnaire ce que nous savons des premières activités de nos co-fondateurs, il devient évident qu'ils ont effectivement fait de la réclame A.A. Il fallait qu'ils le fassent: il n'y avait pas d'autre moyen d'attirer d'autres alcooliques qui souffraient que de "pousser de l'avant ou encourager" la nouvelle fraternité.

Vint le premier grand panneau-réclame AA: le fameux article de Jack Alexander dans le Saturday Evening Post. Nos rangs grossirent soudainement. Il y eut d'autres articles dans les magazines ainsi que des histoires vécues dans les journaux suivies d'autres augmentations dans le nombre de nos membres. C'était là de la réclame; il s'agissait de "matériel publié en faveur d' "AA". Cela eut pour effet d'aider les alcooliques et non pas de leur nuire.

Avec la croissance d'AA et une compréhension grandissante de notre maladie vint une étonnante découverte: un alcoolique n'est pas nécessairement une personne complètement dé- chue! Aux tout premiers jours d'AA, elle l'était probablement. AA se changea alors pour s'adapter à cette découverte; il y eut une

affluence de nouveaux membres qui n'avaient pas tout perdu et plusieurs d'entre eux."étaient en position d'atteindre le public. Des écrivains de renom firent des articles; des "personnalités" de la radio et de la télévision encouragèrent la cause. Le Comité de l'Information Publique de la Conférence des Services Généraux d'AA commença à prendre l'initiative en suggérant de l'information imprimée et diffusée au sujet d'AA; et ainsi agirent ceux qui s'occupaient d'information publique au niveau local.

Tous ces gens faisaient de la réclame AA, et, comme résultat, la Fraternité s'étendit à presque toutes les cités et hameaux des États-Unis, vers le nord, au Canada, vers le sud; en Amérique Latine, au delà de toutes les mers du monde.

L'« attrait » seulement, le seul fait de s'asseoir passivement et d'attendre que les alcooliques souffrants nous découvrent et observent notre sobriété, n'aurait pas pu produire une croissance aussi explosive.

La conscience totale d'AA, additionnée de gens bien intentionnés (membres AA et non alcooliques) au sein du journalisme et des autres formes de communication de masse ainsi que dans d'autres agences intéressées à l'alcoolisme, a fait faire boule de neige à notre Fraternité. Avec la croissance, sont venues d'autres connaissances, des connaissances aussi importantes que la découverte qu'un alcoolique n'est pas nécessairement une épave que l'on trouve à Bowery ou au Carré Viger. A ce sujet, la partie la plus importante de ces connaissances nouvellement trouvées est qu'un grand nombre d'alcooliques qui souffrent ne reçoivent aucune aide. Personne ne fait quoi que ce soit pour eux. Leurs familles, amis, employeurs et médecins sont, soit complètement ignorants de l'existence d'AA, ou bien ont des conceptions erronées sur notre Fraternité dans son ensemble et sur nos membres individuellement. Si un membre AA peut lire

cet énoncé sans désirer passer à l'action, le temps est venu pour lui de brûler la carte "Je suis responsable" qui se trouve dans son portefeuille!

En 1965, notre 13e Convention Anniversaire adopta comme thème: "Lorsque n'importe qui, n'importe où, tend la main en quête d'aide, je veux que la main d'AA soit toujours là ... et, pour cela, je suis responsable". Si vous acceptez ce thème, vous acceptez une grande responsabilité, parce qu'à ce moment même, des alcooliques qui souffrent tendent la main en quête d'aide, sans savoir où la tendre.

Nous avons tous entendu parler de cas fortuits où l'alcoolique désespéré s'est "justement adonné" à remarquer un avis d'assemblée, à "tomber" sur de la littérature ou à capter quelques mots sur AA à la radio ou à la télévision.

Mais ce que nous ne saurons jamais, c'est combien d'autres alcooliques désespérés il existe qui n'ont pas eu cette chance et qui pourraient s'adapter à notre programme s'ils savaient qu'il existe. Nos efforts au point de vue réclame suffisent-ils à les rejoindre, eux aussi?

Combien de membres potentiels perdrons-nous chaque année dans les ailes des "incurables"? Combien dans les prisons, dans les asiles et dans la mort? Devons-nous continuer à les perdre parce que, comme le disait (\*) J. P. Miller, à Toronto, AA comme fraternité, est trop "à cheval" sur -l'anonymat?

Réclame n'est pas un mot à proscrire. Les mots à proscrire dans AA sont: inactivité, complaisance, "qu'il fasse – comme moi" et statu quo.

**W. R., South Norwalk, Conn.**

(\*) J. P. Miller, auteur du film "Jour du Vin et des Roses".