

Les 12 Lignes De Conduite Recommandées en Matière de Relations Publiques/Médias à Tous les Niveaux de la Fraternité D.A.S.A.

excerpted © 1985 The Augustine Fellowship, Sex and Love Addicts Anonymous, Fellowship-Wide Services, Inc. All Rights Reserved

1. Nous préférons éviter d'attirer l'attention des médias sur D.A.S.A. dans son ensemble.
2. D.A.S.A. n'exprime jamais d'opinion sur des sujets étrangers; le nom de D.A.S.A. ne doit jamais être mêlé à des controverses publiques.
3. La politique de nos relations publiques est basée sur l'attrait plutôt que sur la réclame. (Nous ne recherchons pas la publicité.)
4. Est fortement déconseillée toute initiative unilatérale de quelque membre que ce soit visant à attirer sur D.A.S.A. l'attention d'un média (peu importe lequel).
5. Toute proposition de relations publiques/médias devrait être acceptée ou refusée fonction de sa pertinence. La conscience de groupe devrait s'assurer que ses décisions correspondent à l'esprit de ces lignes de conduite.
6. Toute offre de relations publiques/médias soumise à un échéancier contrecarrant le processus de décisions de la conscience de groupe devrait être refusée.
7. Toute négociation d'activité de relations publiques/médias doit être conduite par au moins deux membres D.A.S.A. qui sont sobres. Les membres D.A.S.A. participant à l'activité devraient énoncer clairement qu'ils s'expriment en tant qu'individus et non pour D.A.S.A. dans son ensemble. Devrait être évitée toute situation portant à croire qu'un membre s'exprime pour D.A.S.A. dans son ensemble.
8. Tout membre D.A.S.A. participant à une activité de relations publiques/médias devrait utiliser son prénom et au besoin un nom fictif. L'anonymat visuel est fortement recommandé dans toute situation impliquant les médias tels que la télévision, le cinéma ou la vidéo. Nous devons toujours garder l'anonymat personnel dans nos rapports avec la presse, la radio, la télévision, le cinéma et les autres médias.
9. Nous évitons de participer à des forums publics, ateliers ou autres événements médiatiques où D.A.S.A. risque d'être confronté à un point de vue adverse ou à des représentants d'autres causes ou intérêts.
10. La conscience de groupe devant être consultée concernant une possibilité de relations publiques/médias est celle représentant la région géographique visée ou desservie par ce projet. Toute offre ou activité de relations publiques/ medias engageant la Fraternité D.A.S.A. à une plus grande échelle devrait être référée à la conscience de groupe du comité de service correspondant. Au besoin, chaque pallier de conscience de groupe peut nommer un comité de relations publiques/médias décisionnel, directement responsable envers la conscience de groupe qui l'a nommé.
11. Advenant le cas d'une activité de relations publiques/médias qui, d'une manière ou d'une autre, pourrait affecter D.A.S.A. dans son ensemble, celle-ci devrait être référée au comité décisionnel des Services Mondiaux/ Board of trustees.
12. Il est recommandé que toute prise de décision en matière de relations publiques/médias soit précédée d'une minute de silence afin que nous puissions communier avec notre Puissance supérieure, nous assurant ainsi que les décisions de la conscience de groupe refléteront vraiment les desseins de cette Puissance pour D.A.S.A.