

NA و روابط عمومی

اصل قدمت ، که لازمه به کارگیری سنت یازدهم ماست ، به تلاش و فعالیت ما بستگی دارد. برای اینکه بتوانیم تا حد توان به معناری که هنوز در رنج است ، قدمت کنیم باید فعالانه پیام خود را در شهرها ، شهرک ها و دهات انتشار دهیماما به منظور جلب معنار در حال عذاب به برنامه ، باید با جدیت تلاش کنیم برنامه ما در سطح گسترده ای شناخته شود. هرچه روابط عمومی ما گسترده تر شود، توانایی ما برای فرمتگذاری بهتر ، افزایش خواهد یافت.

سنت یازدهم ، کتاب پگونگی عملکرد

روابط عمومی مفهوم تازه ای برای انجمن معتادان گمنام نیست. متن بالا ، برگرفته از سنت یازدهم در چگونگی عملکرد به ما یادآوری می کند که لازمه رشد NA کوشش فعالانه در ایجاد روابط قوی با جامعه می باشد. روابط قوی با جامعه این امکان را به معتادان بیشتری می دهد تا فرصت تجربه ی رهایی از اعتیاد فعال را بدست آورند. آرزوی ما ، شکوفا شدن NA در تمام جوامع سراسر دنیاست.

چرا معتادان گمنام به روابط با جامعه نیاز دارند ؟

به عنوان یک انجمن تاکنون ما در روابط مان با جامعه پیشرفت قابل ملاحظه ای بدست آورده ایم. کمیته های خدماتی ناحیه در سراسر دنیا جلسات را به داخل مراکز تأدیبی برده و همچنین با در اختیار گذاشتن اطلاعات به انواع حرفه ای ها رویدادهای NA را برنامه ریزی کرده و از طریق خطوط تلفن NA با اعضای جامعه ارتباط متقابل برقرار می کنند ، با این وجود هنوز هم ما برای رشد جا داریم.

ما می توانیم از طریق به عهده گرفتن نقشی فعالانه تر در روابط خود با اعضای جامعه رشد کنیم. همچنین می توانیم آن دسته از نقطه نظرات خود که باعث می شوند حرفه ای ها بتوانند در رسیدن به هدف اصلی مان به ما کمک کنند را توسعه دهیم. ما حتی می توانیم در مورد نحوه ی تأثیر رفتار فردی مان بر تمایل عموم در ارجاع معتادان به انجمن معتادان گمنام مسئولیت بیشتری به عهده بگیریم. کتاب راهنمای روابط عمومی از آن جهت انتشار یافته که در رساندن هر چه بهتر پیام NA به ما کمک کند. این کتاب تهیه شده تا به ما کمک کند شناخت خود از NA و اعتبار برنامه بهبودی مان را به گونه ای افزایش دهیم تا بدین وسیله معتادانی که در جستجوی کمک هستند مجبور نباشند کماکان از اعتیاد فعال در عذاب باقی بمانند. ما با توانایی در ایجاد روابطی پایدار با جامعه اطمینان حاصل می کنیم که NA تبدیل به یک انتخاب قابل احترام ، معتبر و در دسترس معتادان برای بهبودی شده و باقی خواهد ماند.

عنوان های کلیدی

چرا NA به روابط با عموم نیاز

دارد ؟

چگونه این کتاب راهنما می تواند

به اعضا جهت فعالیت های

PR کمک کند ؟

PR برای اعضای NA ، به چه

معناست ؟

نتیجه گیری

چگونه این کتاب راهنما می تواند به اعضا جهت فعالیت های PR کمک کند ؟

این کتاب راهنما برای اعضای NA با پاکی های متفاوت و با تجربه های خدماتی گوناگون همچنین برای کسانی که ممکن است در امور روابط عمومی NA هیچ تجربه و یا دانش قبلی نداشته باشند ، نوشته شده است. فرصت انجام امور روابط عمومی ، بیشتر در سطح نواحی دست می دهد و در نتیجه ، این کتاب بیشتر با کسانی سروکار دارد که در کمیته های خدماتی نواحی مشغول به خدمت هستند. در عین حال این مطالب می تواند در سطوح مختلف خدماتی مورد استفاده های متفاوت قرار گیرد.

این کتاب راهنما به دو بخش تقسیم شده است :

بخش یک – فصل یک تا چهار

بخش دو – فصل پنج تا سیزده

در مورد بخش یک

اولین بخش شامل اطلاعات مفهومی است ؛ مانند : تبادل نظر در مورد اصول NA در فصل دو ، فنون برنامه ریزی در فصل سه و ایده های آموزشی PR در فصل چهار. فصل های باقی مانده شامل اطلاعات کاربردی است که در زمینه های بخصوص خدماتی بکار می رود.

دلیل تنظیم کتاب راهنما به این شیوه از آن جهت بوده است که تمرین اصول روحانی و ایجاد ساختار خدماتی قابل اعتماد و مسئولانه تر زیر بنای خدمات روابط عمومی است. فصل دو و فصل سه منابعی برای اعضای که در حین خدمت در جستجوی درک بهتری از اصول NA هستند و نیز در ارتباط با یافتن روش های جدید برنامه ریزی و ایجاد ساختار خدماتی می باشند. به خاطر داشته باشید هدف از تهیه این مطالب آن است که به شیوه ای تطبیق داده و به کار گرفته شوند که برای ناحیه محلی به بهترین شکل ممکن قابل درک باشد.

در مورد بخش دو

هر فصل از بخش دوم کتاب به دو قسمت تقسیم شده است : قسمت اول شامل گزیده برخی از اصولی است که در فصل دوم مطرح شده و به حوزه خدمتی خاص همان فصل مربوط می شود. برای مثال : مطالبی در مورد گمنامی در سطح مطبوعات که در فصل دوم ذکر شده در “ رسانه های عمومی ” فصل پنجم نیز بازگو گردیده است. مطالب باقی مانده در هر فصل متشکل از اطلاعات کاربردی در مورد حوزه های بخصوص خدماتی است. به منظور تلاش برای مفیدتر ساختن این مطالب فهرستی از منابع را در پایان هر فصل تهیه کرده ایم. برای مثال: فصل چهارم شامل نمونه هایی از نامه های ارسالی ، نامه های دریافتی ، سؤالاتی که اغلب پرسیده می شوند و نمونه ای از فرمت معرفی برنامه است. منابع این مطالب به صورت ضمیمه در آخر هر

راهنمای نمادها

📖 تجربه ی کاربردی

✍ نکات آموزش و آماده سازی

📖 اصول PR برای گفتگو

فصل آورده شده

است.

اگر چه کتاب به شیوه ای طراحی شده که اجازه می دهد اعضا فصل های مورد نیاز را به کار گیرند ، ما شما را تشویق می کنیم تا تمام اطلاعات موجود در فصل های مختلف را مورد بررسی قرار دهید. عرصه ی روابط عمومی بسیار گسترده است و به همین دلیل ما دامنه وسیعی از اطلاعات مفید را فراهم کرده ایم.

بدانید به دنبال چه چیزی هستید

به خاطر داشته باشید که ممکن است در یک فصل از کتاب اطلاعات مفیدی وجود داشته باشد که دربرگیرنده ی خدمت در حوزه خاص مورد نظر شما نباشد. برای مثال : روش های معرفی برنامه در فصل چهارم ممکن است زمانی ارزشمند باشند که معرفی برنامه را برای حرفه ای های مراکز درمانی انجام می دهید.

روابط عمومی برای اعضای NA به چه معناست ؟

به خاطر اهداف مان در معتادان گمنام ، عبارت “روابط عمومی” به تمام روابطی گفته می شود که با کل جامعه ، حرفه ای ها ، اعضای که قرار است در آینده به ما پیوندند ، با یکدیگر در گروه ها و جوامع خدماتی خود ایجاد کرده و آنها را حفظ می کنیم. ما همواره در حال برقراری روابط با جامعه می باشیم ، چه آگاهانه این روابط را برقرار کرده باشیم چه ناآگاهانه. اکنون زمان آن رسیده که به روابط خود با بقیه جامعه همین طور با سایر اعضا ، نگاه دقیق تری بیافکنیم ؛ وقت آن رسیده است که تجارب جمعی خود را گردآوری کنیم و فعالیت های خدماتی مان را توسعه بخشیم ، در این صورت است که NA می تواند کماکان یک برنامه ی بهبودی و شناخته شده باقی بماند.

“ روابط عمومی ” نمایانگر برقراری ارتباط مستمر است. ما فرصت های زیادی برای ساختن و حفظ روابط مستمر با جامعه داریم. می توانیم پس از معرفی برنامه به یک مرکز بازپروری ، واکنش آن مرکز را پیگیری کرده و محل برگزاری جلسات خود را با آنان هماهنگ نماییم. توانایی ما در پاسخگویی و ایجاد روابط با عموم تنها می تواند اعتماد جامعه را نسبت به قابلیت های ما در یاری رساندن به معتادان تقویت کند.

اثر مثبت روابط مان بر معتادانی که در جستجوی NA می باشند را نباید نادیده بگیریم. یک کمیته خدماتی ناحیه ای ممکن است فعالیت های روابط عمومی خود را با یک جلسه معرفی به پرستاران ، پزشکان و یا کادر اداری در یک بیمارستان محلی شروع کند ؛ در نتیجه این ارتباط اولیه ممکن است از اعضا درخواست شود تا در بخش هایی از بیمارستان جلساتی را برای بیماران ترتیب دهند. در نتیجه یک پرستار داخل اورژانس ممکن است به این فکر بیافتد به بیماری که دچار سوء مصرف مواد شده یک شماره تماس کمک رسانی NA را بدهد و یک پزشک با اطمینان بیمار را به NA ارجاع دهد. اقداماتی که در ایجاد روابط با عموم انجام می دهیم ، می تواند تأثیر عمیقی در چگونگی یافتن یا نیافتن NA توسط معتادان داشته باشد.

“ اقداماتی که در ایجاد روابط با عموم انجام می دهیم ، می تواند تأثیر عمیقی در چگونگی یافتن یا نیافتن NA توسط معتادان داشته باشد . ”

بسیاری از ما اقدامات مؤثر PR خود را زمانی تجربه کرده ایم که انتظار آن را نداشتیم. و این شاید وقتی بود که بعد از پایان یک رویداد NA مسئول مکان برگزاری رویداد ما را در حال نظافت آنجا با دقت زیر

نظر گرفته باشد. در آن لحظه ممکن است این اثر را گذاشته باشیم که اعضای NA با ملاحظه و مسئول هستند. در مواقع دیگر امکان دارد اثرات منفی از خود بجای بگذاریم؛ ترک کردن محل جلسه با سر و صدا و بی احترامی و یا زد و خورد کردن در یک رویداد NA می تواند به وجهه ی NA صدمه وارد کند. ما در مورد اثراتی که بر روی اطرافیانمان می گذاریم، حق انتخاب داریم. اعمالی که از ما سر می زند به منزله قویترین پیام روابط عمومی ما می باشد.

همچنین می توان روابط عمومی را بر اساس چگونگی رفتار متقابل ما با یکدیگر در نظر گرفت. آیا کمیته های خدماتی ما برای خدمتگزاران مورد اعتماد که جدید انتخاب شده اند، برنامه آموزشی و آشناسازی فراهم کرده است؟ آیا ما برای انجام یک فعالیت خدماتی خوب از یکدیگر تشکر و قدردانی می کنیم؟ آیا ما برای دانش اعضایی که تجارب بیشتری دارند ارزش قائل شده و آن را به کار می گیریم؟ روابط مثبتی که با یکدیگر برقرار می کنیم، می تواند به روابط متقابل ما با جامعه یاری رساند که این خود به ما کمک می کند تا هدف اصلی خود را به نحو بهتری انجام دهیم.

بسیاری از ما شاید امور روابط عمومی را در حالی انجام دهیم که تاکنون برای آن پست خدماتی به عنوان خدمتگزار مورد اعتماد انتخاب نشده یا تجربه ی قبلی نداشته و یا هیچ فعالیت متمرکز روابط عمومی در سطح ناحیه انجام نداده باشیم. این نوع "روابط عمومی" ارتباطاتی هستند که ما از طریق بجای گذاشتن تأثیرات فردی بر عموم ایجاد می کنیم. تأثیر این برخوردهای فردی هرچند مختصر را نباید نادیده گرفت. هدف از اطلاعات مندرج در این کتاب راهنما این است که به ما کمک کند، روش هایی را بیابیم که از طریق آنها ارتباط با عموم به بخشی از هرآنچه که انجام می دهیم، تبدیل گردد.

اهداف روابط عمومی

یکی از اهداف ذکر شده در بیانیه و رویای خدمات جهانی معتادان گمنام " کمک کردن به یکدیگر با حفظ روح اتحاد و همکاری برای رساندن پیام بهبودی " می باشد. جوامع محلی NA می توانند تأثیرات زیادی بر جوامع بزرگتر اطراف خود داشته باشند. این اتحاد اعضا در فعالیت های خدماتی و روحیه ی همکاری آنها با عموم است که به رشد پیام بهبودی NA کمک می کند.

نکات زیر اهدافی هستند که ما با تلاش خود در انجام آنها می توانیم NA را تبدیل به انتخابی چشمگیر و جذاب برای معتادان کنیم:

- ۱- مشخص می نمایم که NA چه خدماتی را می تواند و یا نمی تواند به جامعه ارائه دهد.
- ۲- اعضای NA را نسبت به نقش آنها در تصویر عمومی NA بیشتر آگاه می کنیم.
- ۳- هدف ما این است که عموم، NA را به عنوان یک سازمان مثبت و معتبر بشناسند.
- ۴- ما روابط ارزشمند خود را با حرفه ای ها و کل جامعه گسترش می دهیم.

اولین نکته در بیانیه اهداف و رویای خدمات جهانی NA این امید را در ما زنده می کند: " که روزی، هر معتادی در دنیا فرصت تجربه کردن پیام ما را به زبان و فرهنگ خود داشته و شانسی برای پیدا نمودن راه تازه ای برای زندگی بیابد. " اکثر ما از درگیری ها و چالش هایی که اعضای اولیه ما به هنگام رساندن پیام بهبودی

به معنادان در حال عذاب با آن روبرو بوده اند ، آگاه هستیم. در دهه ی ۱۹۵۰ میلادی “ انجمن جهانی ” معنادان گمنام در مراحل

ابتدایی خود به سر می برد ؛ “ جهان ” برای آن اعضای اولیه تنها شامل چند ایالت در ایالات متحده ی آمریکا بود. اما اکنون این مطالب دیگر حقیقت ندارد. طی دهه ی ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ میلادی رشد ما انفجاری بوده و هنوز هم ادامه دارد. در نتیجه اگر عوامل مختلفی مانند: محل جغرافیایی ، اجتماعی ، مذهبی ، نژادی ، سیاسی و اقتصادی که بر روی توانایی معنادان برای یافتن پیام NA اثر می گذارد را خوب بشناسیم ، فعالیت های روابط عمومی ما می تواند ثمربخش تر باشد. بیماری اعتیاد ، گروه خاصی از مردم را مبتلا نمی کند بلکه چنگال مرگبار آن هیچ حد و مرزی نمی شناسد. بدین ترتیب پیام ما — پیامی که رساندن آن به عهده ی همه ما گذاشته شده است — نیز هیچ گونه حد و مرزی نمی شناسد.

“ از طریق اتماد اعضاء
و تلاش های فدماتی و رویکرد
همکاری متقابل شان با جامعه است
که می توان به رشد پیام بهبودی NA
کمک کرد ”

نتیجه گیری

ما می دانیم اگرچه تعهد خود را در نشان دادن نیازهای خدماتی در این کتاب راهنما به انجام می رسانیم ، کماکان یک چیز از قلم خواهد افتاد که در نهایت آن شما هستید که به عنوان یک عضو به فعالیت های روابط عمومی NA جان می بخشید. این تجارب خود شماست که بهترین نمونه ی تأثیرگذاری NA است و شما را به ارزشمندترین منبع PR در انجمن تبدیل می کند. فعالیت هایی که توسط هر عضو انجام می شود مسلماً عامل اساسی موفقیت انجمن جهانی ماست.

ما می توانیم از کسانی یاد بگیریم که روش های منحصر به فرد و شگفت انگیزی را جهت رویارویی با چالش ها به کار می گیرند. از مشارکت نظرات و تجارب خود با یکدیگر نهراسید. “ کمک یک معناد به معناد دیگر ” پایه و اساس برنامه بهبودی ماست و فعالیت های خدماتی ما نیز می تواند از همین اصل استفاده کند.