

## آموزش و آماده سازی برای روابط متقابل با جامعه

تمرکز این فصل بر چگونگی آماده سازی و ایجاد روابط با مخاطبان جامعه است که شامل مطالب آموزشی و تجارب جامع برای خدمتگزاران مورد اعتماد می باشد. فصل های بعدی شامل اطلاعات کامل تری است که برای مخاطبان ویژه

(مانند دادگاه های جنایی ، مراکز درمانی و غیره) مناسب می باشد. اطلاعات مشروحه در این فصل برای هرگونه روابط متقابل اجتماعی ضروری است. این ها بهترین تجربیات ما در شکل گیری روابط ارزشمند و پایدار با جامعه است.

ما می توانیم با آموزش و آمادگی برای ارتباط متقابل با مخاطبان در جامعه نشان دهیم که مطلع و معتبر هستیم. می خواهیم جامعه بدانند که ما تعهدات را دنبال کرده و آنچه می گوئیم دقیق است. حتی اگر ما تجربه ی خدمات روابط عمومی را داریم ، آموزش و آماده سازی می تواند به بهبود روابط متقابل ما با جامعه کمک کند.

### عنوان های کلیدی

اصول اساسی PR

آموزش و آماده سازی برای

روابط متقابل با جامعه

معرفی ها

منابع

(راهنمای نمادها)

تجربه ی کاربردی



نکات آموزش و آماده سازی

### اصول اساسی روابط عمومی

بنا نهادن مجموعه ی مشترکی از اصول می تواند به خدمتگزاران مورداعتماد کمک کرده تا بیاموزند چگونه با مخاطبان جامعه ی خود ارتباط متقابل داشته باشند. ارزش های مشترک مانند قابلیت اعتماد و احترام می تواند ما را به سوی فعالیت های روابط عمومی یکپارچه تر راهنمایی کند. ارزش ها و نقطه نظرات زیر می تواند هم برای خدمتگزاران مورد اعتماد که در آینده برای انجام وظایف خاصی از روابط عمومی آموزش خواهند دید و هم برای اعضای کمیته ی در حال همکاری و یا مشارکت در طرح های روابط عمومی مفید باشد.

**روابط قوی دارای تدابیر است.** یک رابطه ی مداوم شامل گفتگوی متقابل و منطقی است. اگر تصمیم

گرفتیم که الویت ما ایجاد رابطه با یک سازمان محلی است که به معتادان کمک می کند بنابراین پس از معرفی اولیه ، ما به تماس خود با آن سازمان ادامه می دهیم. ما بعد از جلسه ی معرفی اطلاعات دقیقی از NA در اختیار آنها قرار داده و به آن سازمان راه های معتبر جهت تماس با اعضای اجتماع محلی NA ارائه می دهیم.

**روابط قوی دارای قابلیت انعطاف است.** همان طور که ممکن است از سازمان های عمومی بخواهیم تا

در برابر پاسخ به نیازهای ما انعطاف پذیر باشند می توانیم خود را نیز با احتیاجات آنها سازگار کنیم. می

توانیم به آنچه که از ما خواسته شده است گوش فرا داده و سپس ارزیابی کنیم که آیا قادر هستیم نیازهای آن سازمان

را برآورده کنیم یا خیر. گاهی ممکن است انعطاف پذیری به معنای یافتن راهی متفاوت جهت ارائه خدمات باشد. ما از اعضای بدنه ی خدمات ناحیه می خواهیم نظرات خود را در مورد نحوه ی پاسخ به درخواست ها ارائه دهند. ما همواره در تلاشیم به نحوی واکنش نشان دهیم که روابط خود با جامعه را حفظ نموده همچنین توانایی های خود را در نظر داشته و از سنت ها و مفاهیم انجمن پیروی نماییم.

**روابط قوی دارای قابلیت اعتماد است.** اعتمادی که ما در جامعه به وجود می آوریم. نتیجه ی فعالیت های خدماتی مستمر ، معتبر و مدبرانه است. سنت ها و مفاهیم ما انجمن را در جهت عملکردی یکپارچه راهنمایی می کند - ما یک هدف کاملاً شفاف داریم که آن کمک به معتادان در حال عذاب جهت رهایی از اعتیاد فعال است. توانایی ما در عملکردی یکپارچه به راحتی باعث اعتماد سازمان های عمومی به کار ما می گردد. هنگامی که اعضا سنت های NA را درک و از آن پیروی می کنند ، احتمال پایه ریزی روابط ما با جامعه بر اساس همین اعتماد بیشتر می شود.

**روابط قوی هم به نفع NA و هم سازمان های عمومی است.** خدمات مؤثر روابط عمومی از توانایی ما در همکاری با دیگر سازمان ها سرچشمه می گیرد. اگر در حال ایجاد یک رابطه ی جدید با پلیس محلی هستیم ، به خاطر می سپاریم که یکی از اهداف سازمان نیروی انتظامی ایجاد امنیت بیشتر در جامعه است. یکی از نتایج بهبودی معتادان کاهش تمایل آنها در ارتکاب جرم است که اغلب منجر به امنیت بیشتر جامعه می شود. ما از این اهداف مشترک به عنوان اساس روابط خود استفاده می کنیم.

**روابط قوی قابل امتزاج است.** وقتی اعضای NA با یکدیگر محترمانه رفتار می کنند ، این احترام به روابط ما با جامعه انتقال داده می شود. ما از ارزش های سازمان و یا افرادی که با آنها در ارتباط متقابل هستیم ، آگاه می شویم. این نوع احترام گذاشتن به احتمال زیاد باعث می شود آن سازمان نیز ارزش های ما را محترم بشمارد. هنگامی که ما در کشمکش با یک سازمان هستیم سنت ها ، مفاهیم و وجدان گروهی ، ما را هدایت می کند. ما می توانیم با احتیاط و به گونه ای احترام آمیز سازمان مربوطه را از سنت های خود مطلع سازیم.

## آموزش و آماده سازی برای ارتباط متقابل با جامعه

در آموزش و آماده سازی به منظور ارتباط با جامعه در نظر می گیریم که با چه کسی می خواهیم رابطه ی متقابل ایجاد کنیم و چگونگی برقراری این ارتباط متقابل را تشخیص داده و آن را تمرین می کنیم.

### با چه کسانی در ارتباط متقابل هستیم ؟

چگونگی برقراری ارتباط ما بستگی به مخاطب دارد. ما سطح آگاهی ، ارزش ها و تجربه ی مخاطب خود را مورد ملاحظه قرار می دهیم. ممکن است ما با مخاطب خود از طریق مکاتبه و یا یک جلسه ی معرفی ارتباط برقرار کنیم. لازم است ما بدون توجه به چگونگی این ارتباط (که در بخش بعدی به آن می پردازیم) مخاطب خود را بشناسیم. ما

مکاتبات و یا جلسات معرفی خود را بر اساس شناختی که از یک مخاطب پیدا کرده ایم ، پایه ریزی می نماییم. برای دسترسی بهتر به سازمانی که می خواهیم با آن ارتباط برقرار کنیم ، لازم است وقت بیشتری صرف شناخت آن سازمان نماییم.

ما به عنوان گروه ها ، هیئت های فرماتی و کمیته های NA ، آگاهانه و با صرف انرژی ، سعی در ایجاد روابط عمومی قوی داریم. رابطه ی قوی ما با جامعه ، از انجام فعالیت های معمولی ما حاصل نمی شود ، بلکه پلی است که در نتیجه پیمودن آن ، پیام رسانی ما به معترضان بهتر می شود.

پگوانگی

عملکرد

## در مورد آنها چه می دانیم ؟

همان گونه که NA دارای یک هدف اصلی و مجموعه ای از سنت ها و مفاهیم می باشد ، می توانیم در مورد مأموریت و اهداف سازمانی که با آن در ارتباط متقابل خواهیم بود نیز تحقیق کنیم. این اطلاعات می تواند به ما کمک کند که با در نظر داشتن اهداف مشترک ممکن با آن سازمان اجتماعی ارتباط برقرار کنیم. فهرست زیر برای داشتن نقطه نظری منسجم راجع به ارزش ها و اهداف مخاطب شناخته شده ی جامعه به اعضا کمک می کند.

✍ ما هدف یا مأموریت آن سازمان را شناسایی کرده ایم .

✍ مقررات و کار حرفه ای آن سازمان را درک می کنیم (مانند امور قانونی ، امور درمانی و غیره).

✍ ما در نظر می گیریم که آیا آن سازمان تفاوت های شناخته شده ای با روش NA دارد (مانند شیوه ی جایگزینی دارو برای اعتیاد و غیره).

✍ از رابطه ی سازمان با اعضای احتمالی آتی آگاهی داریم ؛ اینکه آیا آنها اصلاً با معترضان ارتباط متقابل دارند یا خیر ، راه های تأثیر آنها بر اعضای احتمالی آتی و اینکه آیا ناچار به ارتباط متقابل با معترضان شده اند یا خیر (مانند دادگاه های کیفری ، مراکز درمانی و مدارس).

✍ ما در مورد جمعیت آن سازمان تحقیق کرده ایم ؛ زبان و فرهنگ آنها را می شناسیم.

✍ ما فهمیده ایم که آیا آن سازمان به گروه های مختلف با زبان های متفاوت خدمت می کند یا خیر.

پس از بررسی نکات بالا ، ما قادر به تصمیم گیری خواهیم بود که آیا یک رابطه ی سودمند دوطرفه با این سازمان امکان پذیر خواهد بود یا خیر. ما در مورد چگونگی ارتباط با سازمان و یا در مورد احتمال همکاری این سازمان با ما آگاهی بهتری کسب می کنیم. همچنین از اینکه این سازمان از ارتباط با NA چه چیزی ممکن است به دست آورد ، تصویر شفاف تری داشته باشیم.

## آنها در مورد ما چه می دانند؟

بررسی شناخت یک سازمان در مورد NA می تواند در برقراری ارتباط با مخاطب به ما کمک کند. فهرست زیر کمک می کند تا در مورد اطلاعات مورد نیاز خدمتگزاران مورد اعتماد جهت بکارگیری ارتباطات متقابل با جامعه ، اطلاعات قبلی و تردیدهای احتمالی مخاطب ما در شکل گیری ارتباط با ما ایده شفاف تری پیدا کنیم.

✍ ما از روابط آن سازمان با دیگر برنامه های خودیاری و آشنایی یا عدم آشنایی آن سازمان با روش دوازده قدمی

مطلع می شویم.

ما برداشت و آگاهی سازمان مربوطه را از NA در نظر می گیریم.

ما این موضوع که آیا سازمان تجربه ی قبلی با NA داشته یا خیر و اینکه چگونه آن تجربه ممکن است بر رابطه ی کنونی ما تأثیر بگذارد را بررسی می کنیم.

ما در مورد انتظاراتی که سازمان از ما دارد ، فکر کرده و ماهیت رابطه ی خود با آنها را روشن می سازیم.

## درون یک سازمان با چه کسی تماس می گیریم ؟

وقتی ما مخاطب خود را بررسی نمودیم از وجود بهترین فرد برای تماس در آن سازمان آگاهی می یابیم. ابتدا در نظر می گیریم که آیا اعضای از NA وجود دارند که در ارتباط با این سازمان تجربه داشته باشند؟ ممکن است این اعضای NA بدانند که با چه کسی باید تماس بگیریم و این که بهترین روش تماس تلفنی ، ارسال ایمیل یا نوشتن یک نامه است. همچنین عضوی که در ارتباط با یک سازمان تجربه دارد ، ممکن است بتواند ما را به رابط مناسب در آن سازمان معرفی نماید.

همچنین می توانیم روش هایی را بیابیم که از طریق آنها تصمیم گیرندگان سازمان را مشخص کرده و به این ترتیب در آن سازمان بهترین افراد را برای برقراری ارتباط بشناسیم. ما بررسی می کنیم که رابط منتخب ما خود تصمیم گیرنده است یا خیر و آیا ما دوستان دیگری (بجز رابط اولیه) درون سازمان داریم یا خیر؟ همین طور ما می خواهیم از مسئولیت های فردی افراد درون سازمان آگاهی پیدا کنیم. این ممکن است دشوار به نظر آید اما این برنامه ریزی اغلب می تواند خیلی مهم تر از خود ارتباط باشد. آماده سازی مدیرانه به ایجاد روابط کمک کرده و فعالیت های ما را برای دسترسی به معتادان ، مؤثرتر می سازد.

در قسمتی از قدم دوازدهم گفته شده "با بیداری روحانی" هر یک از ما "سعی کردیم که این پیام را به معتادان دیگر برسانیم" سعی و کوشش ما در کل خدمات نیز از این بنیان روحانی سرچشمه می گیرد. با تجربه کردن نتایج این برنامه در زندگی فودمان ، ما گرد هم می آئیم تا پیام بهبودی را خیلی بیشتر از آنچه هر یک به تنهایی می توانیم ، بسط دهیم.

دوازده مفهوم خدماتی NA

## چگونه ارتباط متقابل برقرار خواهیم نمود؟

حال که سازمان مورد ارتباط متقابل خود را تحت بررسی قرار داده ایم ، می توانیم از این اطلاعات برای شکل دهی به نحوه ی ارتباط استفاده کنیم. ما قادریم از طریق نامه نگاری ، ایمیل ، تماس تلفنی ، جلسه و یا یک جلسه معرفی این ارتباط را ایجاد کنیم. با اینکه جلسات معرفی مستلزم آموزش و آماده سازی عمیق تری است اما همه روابط متقابل نیازمند در نظر گرفتن نکات زیر می باشند.

گفت و شنود کنید. یکی از مهم ترین کارهایی که ما می توانیم در آغاز روابط با جامعه انجام دهیم ، ایجاد فضای گفت و شنود است. منظور از یک گفت و شنود تبادل عقاید است. ما اطلاعات مربوط به NA را ارائه داده و به آنچه یک سازمان عمومی برای ارائه به ما دارد نیز گوش فرا می دهیم. ما از گفت و شنود استفاده می کنیم تا انتظارات واقع

گرایانه از منابع محلی خود را برآورده و یک رابطه‌ی ماندگار را ایجاد نماییم. ما نقش‌های شفاف بین NA و آن سازمان را مشخص می‌کنیم.

همچنین گفت و شنود یعنی اینکه از اعضای جامعه دعوت نماییم تا نظرات مستمر خود را در مورد چگونگی عملکرد ما در اختیارمان قرار دهند. ما می‌توانیم این کار را با پیگیری مستمر و یا پرسش‌هایی نظیر ” آیا ما همچنان نیازهای شما را برآورده می‌کنیم؟ “ ” آیا نیازهای شما تغییر یافته‌اند؟ “ انجام دهیم. از آنجا که حفظ این گفت و شنود بسیار اهمیت دارد، می‌توانیم یک سیستم یادآوری داخلی ایجاد کنیم تا از تداوم این پیگیری اطمینان حاصل کنیم. این سیستم یادآوری به سادگی می‌تواند انتصاب یکی از اعضا بوده که در زمینه‌ی پیگیری تماس‌ها با جامعه، مسئول باشد. این عضو ممکن است بخواهد اطلاعات تماس با جامعه را در یک رایانه ذخیره کرده و به آن برنامه‌ای دهد تا هر چند وقت یک بار جهت پیگیری تماس‌های مختلف با جامعه ما را مطلع سازد.

از گفتار (متعارف استفاده کنید). ما می‌خواهیم با مخاطب خود ارتباط برقرار کنیم و می‌توانیم برای این کار از گفتاری استفاده کنیم که مخاطب ما آن را بفهمد. انتخاب‌های کلامی در برقراری ارتباطات شفاف و مؤثر با مخاطبان مختلف امری حیاتی است. ما می‌خواهیم هرگونه تفاوت‌های کلامی بین NA و آن سازمان را مدنظر قرار دهیم. ما از کلامی محترمانه، گویا و صریح در ارتباطات خود بهره می‌بریم.

خواه در حال ارسال یک معرفی‌نامه کتبی باشیم و یا با مدیر یک سازمان عمومی ملاقات داشته باشیم، در نظر گرفتن نوع کلام به ما کمک می‌کند تا با آن مخاطب گفتگو کنیم. ما می‌خواهیم از بکارگیری ” زبان NA “ در ارتباطات خود اجتناب کنیم. این طور نیست که همه‌ی مخاطبان جامعه منظور از ”مسئول کمیته‌ی خدماتی“ و یا ”جلسه‌ی خانگی“ را درک کنند. کسانی که با اصطلاحات مخصوص NA آشنا نیستند نیز باید بتوانند به راحتی ارتباطات ما را درک کنند. ما باید حرفه‌ای و فروتنانه عمل کنیم. این به معنای آن است که وقتی در حال تهیه‌ی ارتباط نوشتاری با جامعه هستیم، می‌توانیم از اعضای که دارای تجربه در زمینه‌ی نگارش هستند، یاری بخواهیم.

**شکل ظاهری.** بین شکل ظاهری که به منظور احترام به مخاطب خود نشان می‌دهیم تا تظاهر به آنچه که نیستیم، مرز ظریفی وجود دارد. هنگامی که برای برخورد اولیه و یا جلسه‌ی اطلاع‌رسانی آماده می‌شویم، بهتر است پوششی انتخاب کنیم که درخور آن مناسبت باشد. برخی از ما احساس می‌کنیم تعویض لباس به نوعی لطمه زدن به ماهیت وجودیمان است. شیوه‌ی نگرش متفاوت به لباس پوشیدن مناسب آن است که انتخاب لباس راهی جهت ادای احترام به مخاطب است. ما می‌توانیم همچون یک مصاحبه‌ی شغلی به آن فکر کنیم. ما لباس مناسب می‌پوشیم تا تأثیر مثبتی بر جای گذاریم. زمانی که قادر باشیم بر اساس قوانین افرادی که با آنها در ارتباط متقابل هستیم رفتار کنیم، اعتبار کسب می‌نماییم. یک تأثیر اولیه می‌تواند پایدار باشد. ما می‌خواهیم مخاطب ما NA را به عنوان یک برنامه‌ی مفید بهبودی به خاطر بسپارد. در عین حال نیازی نیست که اعضا به طریق خاصی لباس پوشیده و تصویر غیرواقعی از NA ارائه دهند. دعوت از اعضای گوناگون برای شرکت در جلسات معرفی می‌تواند تنوع عضویت در NA را دقیق‌تر نشان دهد.

**تمرین.** آمادگی برای ملاقات‌های مقدماتی و جلسات اطلاع‌رسانی راه دیگری برای رساندن پیام NA به جامعه است. همان طور که یک پوشش نامناسب می‌تواند باعث انحراف مخاطب از دریافت پیام NA شود، برقراری ارتباط گنگ و شرکت در جلسات معرفی بدون آمادگی قبلی، مخاطب را از دریافت آنچه که NA برای ارائه دارد، باز

می دارد. چنانچه ما مواردی را که قرار است در ارتباط متقابل مقدماتی خود بکار گیریم را خواننده و بازخوانی کنیم ، احتمال آشنایی و آگاهی مان نسبت به آن مطالب بیشتر خواهد شد. ما می توانیم با مخاطبان ساختگی متشکل از اعضای NA نقش بازی کنیم. این تمرین می تواند به پیش بینی برخی از سوالاتی که ممکن است از سوی مخاطبان مطرح شود ، کمک کند. هدف ، در اختیار قرار دادن اطلاعات دقیق در مورد NA به جامعه بوده و اطمینان از این که سازمان ما به همراه اعضای آن معتبر و توانا می باشد.

## معرفی ها

### ملزومات معرفی

هدف از ملزومات معرفی برجای گذاشتن دو یا سه مورد مهم راجع به برنامه ی معتادان گمنام در ذهن مخاطب است. ما می توانیم از بازگویی برای تقویت موارد مهم استفاده کنیم. ما می توانیم یک جزوه ی اطلاعات عمومی تهیه کنیم که پیام اصلی مورد نظر ما را به طور خلاصه انتقال دهد. نمونه ی فرمت های معرفی در قسمت منابع این فصل آمده است.

ما می خواهیم هنگام معرفی خود به مخاطبان جامعه از انتخاب های کلامی خود آگاه باشیم. ما باید بسیار مراقب باشیم که از زبان NA استفاده نکنیم. برای مثال ممکن است کلمه “ انجمن ” که کلمه ای مصطلح در NA است ، برای مخاطب جامعه به اندازه ی “ اعضای NA ” واضح نباشد. هدف ، فراهم کردن ملزومات معرفی متناسب با مخاطب است.

در اینجاست که تحقیقات ما در شکل دهی ملزومات معرفی مناسب به ما کمک می کند. همچنین ما می توانیم از تحقیقات خود جهت معنی دار کردن پیام NA به مخاطب استفاده کنیم.

یک معرفی برای حرفه ای های مراکز درمانی باید مناسب این مخاطبان ویژه باشد. ما نمی خواهیم مخاطب خود را در انبوهی از اطلاعات غوطه ور کنیم. در عوض ما می خواهیم اطلاعات خاص ، با معنا و بجا ارائه دهیم.

چنانچه ما نکات بحث و گفتگو را فراهم کنیم ، می توانیم اطلاعات NA را به صورت شفاف تری انتقال دهیم . “ نکات بحث و گفتگو ” ایده های کلیدی برای

” هدف ، فراهم کردن  
ملزومات معرفی متناسب  
با مخاطب است.  
در اینجا است که تحقیقات  
ما در شکل دهی ملزومات  
معرفی مناسب به ما  
کمک می کند. “

یک معرفی خاص می باشند. (جهت دستیابی به نمونه هایی از نکات بحث و گفتگو در فصل بعد به “ چه موضوعی از NA را می خواهیم منتقل کنیم “ مراجعه کنید). با توجه به تحقیقات و گفت و شنود خود با مخاطب می توانیم تصمیم بگیریم که کدام یک از نکات برای مخاطب مهم تر است.

ما می خواهیم مطمئن شویم که ملزومات پشتیبانی ، انعکاس دهنده ی مطالب مان در جلسه ی معرفی است. ملزومات پشتیبانی اغلب شامل پمفلت های NA ، برآورد عضویت ، مجله ی راه NA و هر چیز دیگری است که برای ارائه به مخاطب معین ما مناسب به نظر می آید. در صورتی که اطلاعات محلی در دسترس باشد (خبرنامه ، آمارها و ...) این موارد در رویدادهای محلی کارآمدتر خواهد بود. کمک های پشتیبانی سمعی و بصری می تواند یک معرفی را تقویت کند.

به یاد داشته باشید که فرمت معرفی همیشه انعطاف پذیر باشد. یک فرمت انعطاف پذیر مخاطب را مشتاق نگاه داشته و به ایجاد یک گفت و شنود کمک می کند. به طور مثال در صورتی که حاضران در یک ملاقات با نگاه شان سردرگمی خود را ابراز کنند، خدمتگزاران مورد اعتماد می توانند پرسند که آیا اطلاعات ارائه شده برای همه واضح و قابل فهم بوده است؟ سپس باید معرفی کننده برخی نکات را به روش های متفاوت توضیح داده یا اطلاعات جدیدی ارائه کند. این گونه انعطاف پذیری نشان دهنده ی پاسخگویی و آمادگی برای گفت و شنود است. تجزیه ی گروه بزرگ به گروه های کوچک گفتگو و یا استفاده از پرسش و پاسخ فرصت شنیدن صحبت های مخاطب جامعه را برای ما فراهم می سازد.

## آن چه می فوایم درباره ی NA انتقال دهیم

تمرین آنچه می خواهیم در ارتباطات متقابل اجتماعی درباره ی NA بگوییم ضروری است. برای موفق بودن در ارتباطات اجتماعی به پیامی منسجم نیاز داریم. ما می خواهیم از ارائه ی اطلاعات به جامعه به روش زیر اطمینان حاصل کنیم:

- ۱- یک شرح مختصر از تاریخچه ی NA محلی و توسعه ی کل NA
- ۲- توصیف NA؛ هدف اصلی ما و تنها لازمه ی عضویت
- ۳- نقش گروه NA و سنت های NA (یک مرور کلی در مورد چگونگی کارکرد گروه ها و بدنه های خدماتی برای رساندن پیام بهبودی NA)
- ۴- قدم های NA؛ شرح خلاصه ای از نقش ۱۲ قدم در بهبودی را ارائه می دهیم. توضیح می دهیم که قدم ها حاوی اصول روحانی برنامه ی فردی ما هستند.
- ۵- در مورد نام "معتادان گمنام" گفتگو می کنیم. ممکن است مخاطبان فکر کنند "معتادان" در نام ما به این معناست که NA فقط مختص آنهایی است که مواد مخدر مصرف می کنند. ما این سوء تفاهم را برطرف می کنیم.
- ۶- NA برنامه ای روحانی است نه مذهبی . . .
- ۷- کجا NA را پیدا کنیم. (خطوط تلفن، دفتر خدماتی، دفتر خدمات جهانی، وب سایت و . . .)

ارتباط همچنین شامل تعیین آنچه NA می تواند و آنچه را که نمی تواند انجام دهد نیز می باشد. ما سعی می کنیم به کسانی که با برنامه ی بهبودی ما آشنا نیستند کمک کنیم تا اصول زیربنایی رفتارمان در انجمن را درک کنند. ما یک تصویر ذهنی از سنت های خود به غیرعضوها ارائه می دهیم: اصولی مثل همکاری و خوداتکایی. ما نمی خواهیم مردم سنت های مان را کاملاً درک کنند اما در جهت ایجاد رابطه با جامعه ای که به سنت های ما احترام می گذارند فعالیت می کنیم.

ارتباط، ارائه ی اطلاعات درباره ی برنامه ی بهبودی ما است. ما از طریق ارتباطات نوشتاری، بهبودی مان، نشریات خدماتی و جلسات معرفی اطلاعات خود را با حرفه ای ها مشارکت می نماییم. زمانی که به روشنی کیفیت برنامه ی معتادان گمنام را بیان کنیم، خدمت بزرگی به NA انجام می دهیم. ما سعی می کنیم مانع از فرضیه های مطرح شده از

سوی اشخاص خارج از NA در مورد سازمان مان شویم. ما در مورد کارآیی NA برای همه وعده ای نمی دهیم ، اما تجربه ی خود را در مشاهده ی کارکرد NA برای بسیاری از افراد با تجارب و سوابق مختلف ارائه می دهیم. ما تنوع برنامه و انجمن مان را آشکارا مطرح می کنیم که NA انجمنی جهانی با زبان ها و فرهنگ های گوناگون است.

در زیر مثال هایی از نکات بحث و گفتگو را ملاحظه می کنید که اعضا ممکن است هنگام اطلاع رسانی در مورد NA به افراد غیرعضو در سطح عموم مورد استفاده قرار دهند:

” ... در جهت ایجاد رابطه با جامعه یی که به سنت های ما احترام می گذارد فعالیت می کنیم . “

📖 دوازده قرم / راهنما - رهجو / کمک به یکدیگر: یک مخاطب حرفه ای امکان دارد NA را به عنوان یک برنامه ی دوازده قدمی و یا برنامه ی کمک به یکدیگر بشناسد. دوازده قدم به اساس برنامه ی ما برمی گردد و رابطه ی راهنما - رهجو به چگونگی کارکرد این دوازده قدم اشاره می کند. کمک به یکدیگر به رویکردی یکسان اشاره دارد نه کمک یک حرفه ای به معنادان.

📖 *نگرش روحانی* : برنامه ی NA بر اساس کارکرد عملی اصول روحانی در زندگی روزمره است. برای مثال ، امکان دارد یک عضو ، اعتقادی به خدا نداشته باشد ولی ممکن است با دوازده قدم و یا گروه ، از اعتیاد فعال به رهایی و امید دست یابد.

📖 *NA برنامه ای بر اساس اصول روحانی است*: اصول برنامه ی NA قادر به گذر از مرزهای فرهنگی است که با کارکرد دوازده قدم NA به دست می آید. از طریق کارکرد قدم ها هر عضو قادر به کسب تجربه ی خویش از اصولی مانند صداقت یا ایمان است.

📖 *آنچه که یک تازه وارد می تواند از یک جلسه ی NA انتظار داشته باشد*: جلسات معمولاً به شکل زیر عمل می کنند: ممکن است از یک عضو جدیدتر خواسته شود که نام خود را بگوید ، اعضا می توانند درباره ی کارکرد برنامه در زندگی شان مشارکت کنند و معمولاً جلسات با حلقه زدن و خواندن دعا خاتمه می یابد.

## معرفی کننده ها

بسیار مهم است که یک پنل از معرفی کننده هایی را انتخاب کنیم که تصویری واقعی از اجتماع NA را ارائه دهد. ما می توانیم این کار را با دعوت ترکیبی از اعضای مختلف انجام دهیم. ما می خواهیم در معرفی های خود از روش گروهی استفاده کنیم زیرا نمی خواهیم یک فرد به عنوان نماینده ی NA معرفی شود. ما هنگام معرفی NA به مخاطب جامعه با یکدیگر کار کرده و یکدیگر را حمایت می کنیم. می خواهیم جامعه ببیند که ما گروه متنوعی از داوطلبان هستیم.

ما باید در نظر بگیریم چه کسی در اجتماع NA برای ارائه ی معرفی از همه مناسب تر است. سعی می کنیم تا معرفی کننده ها با مخاطب ما تناسب داشته باشند. برخی از اعضای NA برای معرفی بهتر از دیگران هستند. معرفی کار ساده ای نیست ، نیاز به وقت و آمادگی دارد. ممکن است تصمیم بگیریم افرادی که فاقد مهارت معرفی هستند را تشویق

” ما می خواهیم “



کنیم تا برای پست های خدماتی دیگری داوطلب شوند یا برای اعضا آموزش  
هایی فراهم آوریم تا مهارت های معرفی خود را بهبود بخشند.

معرفی کننده ها می توانند با نگاهی به مفهوم چهارم از نحوه ی گرداندگی  
که می خواهند به عهده گیرند ، مطلع شوند. نقش جلسه ی پرسش و پاسخ در پایان یک معرفی زمانی است که امکان  
دارد از معرفی کننده ها سوالاتی خارج از حیطه ی NA شود. این همان موقعیتی است که ویژگی های گرداننده می  
تواند مهم باشد. اگر از معرفی کننده بخواهند تا یک مصاحبه ی تلویزیونی انجام دهد و یا نظر NA را در مورد یک  
موضوع خارجی بیان کند او باید آمادگی این را داشته باشد که بگوید ”به هیچ وجه“ و به طور خلاصه دلیل آن را  
توضیح دهد. تمرین پاسخ به اینگونه سوالات می تواند به معرفی کننده ها توانایی ”نه“ گفتن را بدهد.

رهبری مؤثر در NA ارزشی والا دارد . ویژگی های رهبری هنگام انتقاد فرمتگزاران مورد اعتماد  
باید مورد توجه قرار گیرند.

دوازده مفهوم خدماتی NA

### معرفی کننده های غیر معتاد

اگر ما از غیر معتادانی که به اندازه ی کافی آموزش دیده اند جهت سخنرانی برای NA در رویدادهای اجتماعی  
استفاده می کنیم دو نکته را در نظر می گیریم (۱) آنها می توانند به حفظ گمنامی ما در رویدادهای محلی کمک کنند  
(۲) آنها می توانند با زبان مخاطب جامعه از NA حمایت کنند. ما باید در استفاده ی بیش از حد معرفی کننده های  
تکراری احتیاط کنیم ، مبادا تبدیل به ”چهره“ ی NA شوند.

### نمایشگاه ها و غرفه ها

اگر ما مشغول معرفی نبوده و در یک رویداد غرفه ای تهیه کرده ایم همان ملاحظات ، آمادگی و ظاهر فردی را  
اتخاذ می کنیم. ما یک نفر را می خواهیم تمام وقت در نمایشگاه یا غرفه باشد. ما می توانیم از اعضای باتجربه ی NA  
برای پیوستن در این رویدادها دعوت کنیم و در عین حال از محدود بودن تعداد اعضا در نمایشگاه جهت عدم ازدحام  
در غرفه اطمینان حاصل کنیم. معمولاً سه نفر کافی است. ما اطلاعات تماس با NA محلی را در اختیار ملاقات کننده  
های غرفه قرار می دهیم. اگر سوالی که ما پاسخ آن را نمی دانیم مطرح شود ، پیشنهاد می دهیم تا برای پاسخ سوال  
خود با یکی از اعضای اجتماع محلی NA تماس بگیرند. ما می توانیم از ملاقات کننده های غرفه کارت های ویزیت  
شان را درخواست کنیم. اگر بخواهیم با ارسال نامه و یا مجموعه ای از اطلاعات NA پیگیر ارتباط شویم ، گرفتن این  
نوع از اطلاعات تماس بیشترین فایده را خواهد داشت. ما سعی می کنیم هنگام ارائه ی اطلاعات راجع به NA مفید و  
معتبر باشیم.

### مخاطب

دلیل ارائه ی جلسات معرفی ، مخاطب است. ما مخاطب را تشویق نموده تا در شبکه ی ارتباطی ما شرکت کرده و  
از آشنایان خود هم دعوت به عمل آورند. همچنین ما می توانیم راه هایی بوجود آوریم تا مخاطبان جامعه بتوانند نظرات  
خود را در مورد جلسه ی معرفی بازگو کنند. مفید بودن جلسه ی معرفی ، کارایی معرفی کننده ها ، ارزشمند بودن  
نشریات توزیع شده در طی جلسه و هر مورد دیگری که باید به جلسه ی معرفی افزوده شود را با یک فرم توسط

شرکت کنندگان ارزیابی می کنیم که این فرم می تواند به بهبود جلسات معرفی کمک نماید. می توانیم از شرکت کنندگان اطلاعات تماس آنها را درخواست کرده و مطمئن شویم که از طریق همان اطلاعات پیگیری صورت می پذیرد. ما می توانیم از اعضای NA درخواست کنیم تا در میان مخاطبان بنشینند. با دعوت از اعضای اجتماع محلی NA برای مشاهده ی جلسه ی معرفی و گوش دادن در نشست پرسش و پاسخ ، آنها را آموزش دهیم. در جلسه ی پرسش و پاسخ اعضای NA حاضر در بین مخاطبان می توانند اولین سوال ها را مطرح کنند. به علاوه آنها می توانند جو جلسه را حفظ کرده و معرفی کننده ها را مورد تشویق و حمایت خود قرار دهند.

یکی از مهمترین مواردی که ما می توانیم انجام دهیم ، گوش کردن به مخاطب است. با گوش کردن به مخاطب ما با اطلاعات مناسب تر می توانیم پاسخگو باشیم. همچنین با دریافت نظرات آنها می توانیم گفت و شنود با این مخاطب جامعه را تمرین کنیم.

## تمرین و آمادگی

تمرین با اعضای NA برای آماده شدن جهت جلسه ی معرفی می تواند بسیار مفید باشد. خدمتگزاران مورد اعتماد می توانند در یک جلسه ی معرفی تمرینی دشوارترین سوالاتی که به ذهنشان می رسد را از یکدیگر بپرسند. همچنین تمرین در جمعی دوستانه که اعضای NA مخاطبان آن هستند ، می تواند اعتماد به نفس معرفی کنندگان را تقویت کند. روش دیگر آمادگی برای جلسات معرفی برپایی یک جلسه ی پرسش و پاسخ تمرینی و آماده کردن پاسخ هایی در جواب به سوالات متداول است. همین طور ممکن است معرفی کنندگان در اجتماع محلی خود به دنبال سازمان هایی باشند که مهارت های سخنرانی در جمع را آموزش می دهند.

در نهایت ما باید مطمئن شویم از مواردی که ممکن است در رویداد تغییر کند ، آگاهی داشته باشیم: آیا ما می دانیم چه انتظاری از مکان رویداد داریم ؟ آیا ما می دانیم انتظار حضور چه تعداد از مردم را داریم ؟ آیا می توانیم چیدمان و دمای سالن را کنترل کنیم ؟ آیا ما از زمان شروع جلسه ی معرفی اطلاع داریم تا بتوانیم وقت شناس باشیم ؟ آیا به گونه ای مناسب لباس پوشیده ایم ؟

## سازماندهی جلسات معرفی

اعضایی که رویدادهای عمومی و جلسات معرفی را هماهنگ می کنند ، باید از دید بازتری برخوردار باشند. هنگام سازماندهی جلسات معرفی نکات زیر حائز اهمیت است:

✍ اجتماع محلی NA می تواند با تهیه ی پرسش نامه ای برای اعضای NA دریابد چه کسانی از مهارت های معرفی و یا سازمان دهی برخوردارند.

✍ مطمئن شوید که ابزار و منابع معرفی به روز است.

✍ جلسات معرفی را در زمانی از روز برنامه ریزی کنید که برای مدعوین شرکت کننده مناسب ترین زمان باشد.

✍ هم چنین خدمتگزاران مورد اعتماد باید از هماهنگی با دیگر کمیته ها اطمینان حاصل نمایند تا بدنه ی خدمات محلی بتواند به صورتی یکپارچه آن رویداد را حمایت کند.

✍ چنانچه اجتماع محلی NA تصمیم گرفته تا از معرفی کنندگان غیر معتاد استفاده کند ، مطمئن شوید که آنها درست راهنمایی شده و آموزش دیده اند تا اطلاعات صحیحی از NA را منتقل کنند.

✍ امکان دارد فرصتی برای برپایی نمایشگاه و یا ایجاد غرفه در یک رویداد محلی پیش آید. ما می توانیم از این فرصت استفاده کنیم تا تماس های آتی خود را از طریق دریافت کارت های ویزیت پیگیری نماییم.

## نکاتی چند جهت موفق ساختن هرچه بیشتر جلسات معرفی

۱. آمادگی داشته باشید.
۲. مخاطب خود را بشناسید.
۳. از موضوعات محلی استفاده کنید.
۴. از منابع NA مطلع باشید.
۵. مشتاق باشید.
۶. معرفی را در چهارچوب زمانی تعیین شده ارائه دهید.
۷. ساده و صریح باشید.
۸. گوش فرا دهید.
۹. پیامزید که فکر مخاطب خود را بخوانید.
۱۰. نامه ی تشکر ارسال کنید.
۱۱. از مخاطب نظرخواهی کنید.
۱۲. از نقطه نظرات استفاده کرده تا دفعه بعد بهتر عمل کنید.
۱۳. از تجارب شخصی بکاهید و در مورد اطلاعات NA مشارکت کنید.

چنانچه ما با صرف وقت برنامه ریزی کرده و آماده باشیم روابط متقابل ما با جامعه حتی می تواند موفق تر هم باشد. هدف اصلی ما رساندن پیام NA به معتادان در سراسر جهان است. بسیاری از اعضای جامعه خوشحال می شوند در انجام این هدف به ما کمک کنند. ما می توانیم از طریق ارائه ی اطلاعات شفاف ، معتبر و معنا دار در مورد اینکه NA چیست و چگونه به معتادان کمک می کند ، سهم خود را انجام دهیم.

## منابع

- نمونه ی نامه ی مکاتباتی
- نمونه ی نامه ی ارجاعی
- نمونه ی سوالات پرسیده شده ی متداول
- نمونه ی فرمت جلسه ی معرفی
- استفاده از اصول اطلاع رسانی ، جدول های زمانی جلسه ، خطوط تلفنی
- فرمت نشست PR ناحیه

## پیشنهادات برای تماس سازمانی

لیست زیر فهرستی از سازمان های اجتماعی عمومی می باشد. هر فصل یک فهرست از تماس هایی را در اختیار قرار می دهد که مربوط به مخاطب آن بخش است (مانند مراکز درمانی ، مراکز بهداشت و سلامت و دادگاه های جزایی).

\* بخش صنعتی : اتحادیه ها ، برنامه های کمک به کارمندان و کارگران ، مدیران منابع انسانی.

\* گروه های مذهبی : زمان جلسات اماکن مذهبی و ساعات اداری آنها را جویا شوید تا بهترین زمان برای برقراری تماس را پیدا کنید.

\* بخش آموزشی : دبیران ، دانشکده ها و دانشگاه ها ، مدارس راهنمایی و دبیرستان ها ، مشاوران راهنما.

\* مؤسسات خدماتی : گروه های همجوار ، گروه های جوانان ، گروه های اجتماعی و فرهنگی ، باشگاه های خدماتی ، سرپناه های مخصوص زنان آسیب دیده و بی خانمان ، نوانخانه ها.