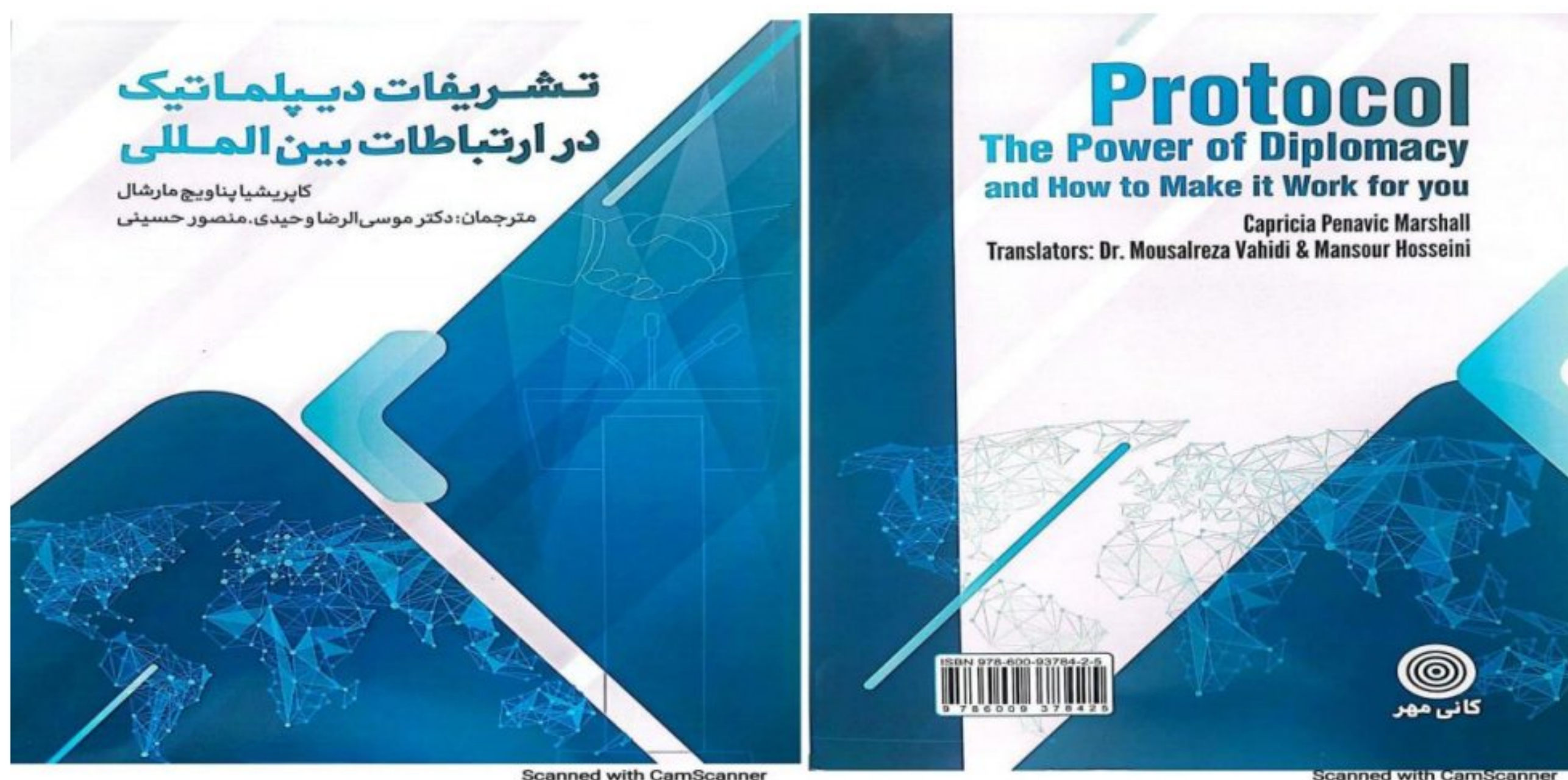


انتشار دو کتاب جدید مهارت های ارتباطی در تعاملات بین المللی

انتشار دو کتاب « تشریفات دیپلماتیک در ارتباطات بین المللی » و « راهنمای ارتباطات میان فرهنگی در تعاملات بین المللی » توسط انتشارات کانی مهر در سال ۱۴۰۱، از مجموعه کتب چندجلدی جدید در دست انتشار مربوط به مهارت های بین المللی است. این دو کتاب که فروش بین المللی بالایی داشته اند، یک دوره آموزش عملی و تئوریک برای دیپلمات ها، تجار، رایزنان اقتصادی و فرهنگی، کارشناسان روابط عمومی، فعالان عرصه گردشگری، مدیران شرکت ها، دانشجویان و کلیه علاقمندانی محسوب می شود که با نمایندگان دیگر فرهنگ ها در عرصه بین المللی در ارتباط می باشند.

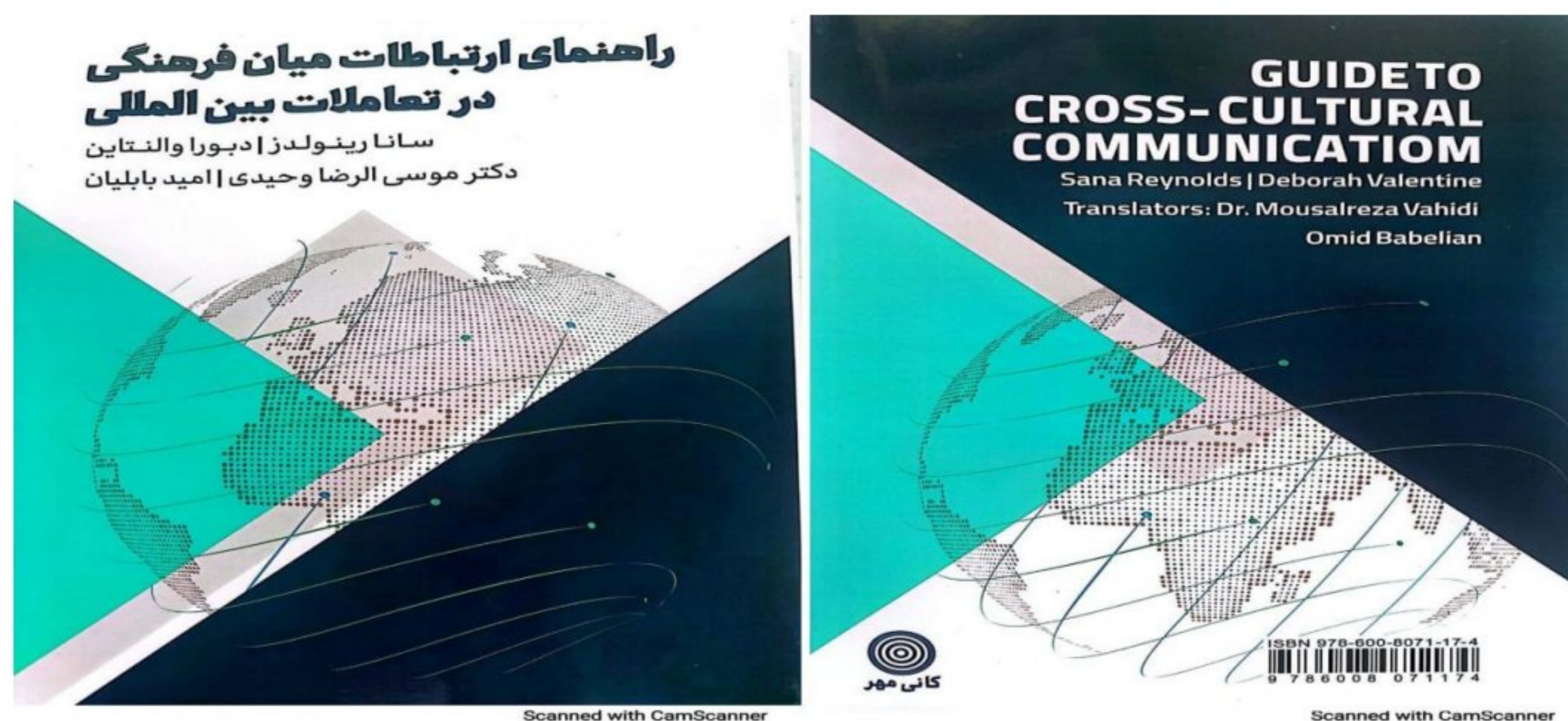
تشریفات دیپلماتیک در ارتباطات بین المللی

این کتاب در سال ۲۰۲۰ توسط انتشارات هارپر کالینز منتشر شده و نویسنده آن خانم کاپریشیا، پناویچ مارشال دو دهه سابقه فعالیت به عنوان دبیر اجتماعی و رئیس تشریفات کاخ سفید را دارد. نویسنده علاوه بر بیان نکات دقیق تشریفاتی، به تکنیک های ارتباطات میان فرهنگی، روابط عمومی، شبکه سازی، تصویرسازی، مدیریت جلسات، سخنوری، اقناع سازی، بازاریابی و مهارت های رهبری نیز پرداخته است. بیان اصول تشریفاتی همراه با خاطرات خواندنی از سفرهای رسمی بین المللی بر جذابیت آن افزوده و مطالعه آن شناخت عمیقی از دیپلماسی آمریکا و شیوه های مدیریتی و ارتباطی رهبران آن ارائه می کند. این کتاب توسط آقایان: موسی الرضا وحیدی، مدرس دانشگاه و منصورحسینی دانشجوی دکترای علوم سیاسی ترجمه شده و مشتمل بر پانزده فصل و یک کتابچه راهنمای تشریفات است.



راهنمای ارتباطات میان فرهنگی در تعاملات بین‌المللی

این کتاب درسی توسط انتشارات پرنتمیس هال منتشر و بارها در کشورهای مختلف تجدید چاپ شده است. دارای هشت فصل در مورد فهم فرهنگ‌ها، دیپلماسی و ارتباطات میان فرهنگی، نحوه‌ی برقراری ارتباطات کلامی و غیرکلامی در تجارت با فرهنگ‌های مختلف و دستورالعمل‌هایی برای استفاده در محیط‌های چندفرهنگی و بین‌المللی می‌باشد. نویسندگان سانا رینولدز و دبورا والن‌تاین، دارای ۲۰ سال تجربه تدریس، تحقیق و فعالیت در حوزه ارتباطات میان فرهنگی و آموزش مدیران و کارشناسان کشورهای مختلف می‌باشند. این کتاب توسط آقایان: موسی الرضا وحیدی، مدرس دانشگاه و امید بابلیان، دانشجوی دکتری مطالعات جهان دانشگاه تهران ترجمه شده است.



علاقمندان می‌توانند با مراجعه به کتابفروشی و یا به صورت تلفنی، کتب فوق را خریداری نمایند.

قیمت کتاب ۴۲۱ صفحه ای تشریفات دیپلماتیک: ۱۸۰ هزار تومان

قیمت کتاب ۲۲۰ صفحه ای ارتباطات میان فرهنگی: ۱۰۰ هزار تومان

فروشگاه وزارت امور خارجه و کانی مهر: خیابان انقلاب، ۱۲ فروردین، ساختمان ناشران، طبقه همکف پلاک ۲۲/۱۶ (ساعت مراجعه ۹:۳۰ الی ۱۸:۳۰)

تلفن های تماس: ۰۲۱-۶۶۴۹۰۳۱۵ - ۶۶۹۵۲۲۹۰

شماره تماس های واتس آپی سفارش کتب: خانم آهنی (۰۹۳۵۹۶۴۹۰۲۷) - آقای حسینی (۰۹۱۲۶۷۸۷۵۸۴)

در ادامه می‌توانید بخشی از فهرست مطالب و صفحاتی نمونه از دو کتاب را مشاهده نمایید.

فصل سوم: تصویرسازی هویت، فرهنگ، خصوصیات و اهداف ملی

۶۹	ما چه کسی هستیم
۷۵	روش‌های افزایش کارآمدی در دیپلماسی و تجارت بین‌الملل
۷۵	آمریکای تعامل‌گرا.....
۷۸	طبیعت خونسرد آمریکایی.....
۸۲	آمریکای پرهیاهو.....
۸۵	آمریکای سخاوتمند.....
۸۹	ایجاد یک هویت حرفه‌ای در ارتباطات بین‌المللی.....

فصل چهارم: یادگیری تفکر، رفتار و تجارت دیگر فرهنگ‌ها

۹۵	آماده‌سازی: رکن اساسی در ارتباطات.....
۹۶	هشت اصل رمزگشایی از یک فرهنگ.....
۱۰۱	تبادل کارت ویزیت.....
۱۰۱	اقدامات اولیه و زمان‌بندی.....
۱۰۴	تقدم و سلسله مراتب.....
۱۰۷	سنت‌های مذهبی.....
۱۰۹	رنگین کمان دیپلماتیک.....
۱۱۰	فضای شخصی.....
۱۱۱	حالات چهره، حرکات و زبان بدن.....
۱۱۳	خرده‌فرهنگ‌ها در کسب‌وکارهای ایالات متحده.....
۱۱۵	منابع کسب اطلاعات.....

فصل پنجم: زبان دیپلماسی: زبان اقناع

استفاده از ارتباطات به عنوان اهرم تأثیر گذاری:

۱۲۱	اهمیت قدرت صدا و مبادلات حضوری
۱۳۰	مدیریت ترجمه
۱۳۱	کنترل لحن کلام.....
۱۳۴	روش صحبت کردن آپ‌تاک و وُکال فرای.....
۱۳۶	تنظیم سرعت سخن گفتن.....

۱۳۸.....	نحوه ارائه یک سخنرانی قوی.....
۱۳۹.....	حرکات چهره.....
۱۴۱.....	تکنیک‌های رمزگشایی از حالات چهره.....
۱۴۲.....	زبان بدن.....

فصل ششم: شبکه‌سازی: دیپلماسی در صحنه

۱۵۰.....	راهبردهای شبکه‌سازی در جلسات کاری و اجتماعی.....
۱۵۱.....	آسودگاه‌ها و سفرها.....
۱۵۴.....	رویدادهای ورزشی.....
۱۵۷.....	عضویت در باشگاه‌های سیاسی و تجاری.....
۱۶۲.....	روش‌های سازماندهی یک رویداد.....
۱۶۴.....	چگونه یک میهمانی کوکتل کاری برگزار کنیم.....
۱۶۵.....	قدردانی از میزبان.....

فصل هفتم: قدرت مکان

۱۷۰.....	معیارهای انتخاب مکان.....
۱۷۰.....	دفتر بیضی کاخ سفید.....
۱۷۳.....	فضای غیررسمی.....
۱۷۵.....	دیدار در خانه میزبان.....
۱۷۷.....	استراحتگاه دور از انظار عمومی.....
۱۸۴.....	مکان تاریخی.....
۱۸۸.....	موقعیت‌های تجربی.....
۱۸۹.....	فضاهای بیرونی.....
۱۹۱.....	مکان کاربردی.....
۱۹۲.....	سه ترفند بهره‌برداری از مزایای یک مکان.....

فصل هشتم: مهیا کردن اتاق

۲۰۴.....	راهبرد ترکیبی آموزش - تزئین.....
۲۰۷.....	اهمیت تاریخ در ارتباطات.....

مورد بعدی، پیدا کردن میزی برازنده بود که برای استفاده دوگانه به‌اندازه‌ی کافی بزرگ و کوچک باشد. تا دوازده نماینده اصلی - ۶ روس و ۶ آمریکایی - را در خود جای دهد و با حداقل فاصله، امکان تماس مستقیم چشمی را فراهم سازد. با توجه به سیاه شدن پنجره‌ها به دلایل امنیتی و حس غم‌افزای تاریکی، من و تیم تشریفات به‌دنبال چراغ‌های ایستاده گشتیم. میز مذاکره با گل‌های محلی سفید و سبز - البته بدون عطر و بو با توجه به احتمال آلرژی یکی از میهمانان - تزئین شد. آن‌ها را وسط میز گذاشتیم تا ساده و مؤثر باشند. ساقه‌ها بریده شد تا مانع دید نشوند. گل‌ها باعث آرامش بیشتری می‌شوند و این چیزی بیش از یک ترفند تزئینی است. از جمله وظایف اصلی تشریفات این است که بازدیدکننده احساس کند که به خوبی مورد استقبال قرار گرفته است. بنابراین در حالی که می‌خواستیم رئیس‌جمهور پوتین، وزن جلسه را درک کند، مایل بودیم اتاق ملاقات نیز حالت زن^۱ - یعنی تعادل، آرامش و هارمونی - را منعکس کند، چون پیش‌بینی می‌شد که نشست طولانی و پرتنش باشد. علاوه بر این، شایع شده بود که رئیس‌جمهور پوتین تمایل دارد وزیر امور خارجه هیلاری کلینتون در این مراسم حاضر نشود... اما او شرکت کرد (و باید شرکت می‌کرد). هیلاری کلینتون از روند ناعادلانه انتخابات روسیه انتقاد کرده و پوتین هم او را متهم به تحریک خشونت در دوران انتخابات کرده بود. حضور هیلاری کلینتون ممکن بود پوتین را آزار دهد - دلیل دیگری برای ایجاد فضایی دلپذیرتر.

درخواست کرده بودم که تکه‌های کوچک از نان‌های محلی، کلوچه و غذاهایی که روی نان می‌مالند (مانند کره، مربا، عسل...) و آجیل آماده کنند. در سال اول کاری آموختم که یک دیپلمات گرسنه، دیپلمات خوشحالی نیست و دیگر این‌که، هرگز قدرتی که غذا بر حالت فرد و روابط دارد را دست کم نگیرم. صحنه به خوبی آماده شده بود.

تنها چیزی که کم داشتیم، حضور رؤسای جمهور بود.

روز بعد طبق عادت همزمان با طلوع خورشید از خواب بیدار شدم. چند حرکت سلام خورشید [یوگا] در بالکن انجام دادم. شوهر بسیار خوش اندام متخصص قلبم، با یک پخش‌کننده دی وی دی مسافرتی و یک حلقه دی وی دی پی اکس ۹۰ یوگا معتادم کرده است. بهترین روش برای گرم کردن ذهن و بدن برای چنین روزی، استفاده از یوگای قدرتی است که به من آرامش می‌دهد. بین حرکاتم، نگاه کوتاهی به رئیس‌جمهور اوباما انداختم که در ساحل قدم می‌زد، از آنجا که محیط اقیانوس امن بود، تیم حفاظت

خدمتکاران باید سر خود را پایین نگه دارند و به هیچ وجه با شرکت کنندگان صحبت نکنند. مانند کارکنان عالی رتبه نیروی دریایی که حضور درخشانی دارند، اما دیده یا شنیده نمی شوند. ما نیز نوشیدنی ها و خوراکی ها را برای دو رهبر گذاشتیم، سپس آنجا را ترک کردیم.

آیا این دیپلماسی عجولانه ما برای آماده سازی اتاق به خوبی پیش رفت؟ با دیدن زبان بدن شرکت کنندگان در پایان جلسه حدس زدم که نسبتاً خوب پیش رفته است. فضای منتهی به این جلسه خیلی سنگین بود و نمایندگان هر دو کشور با نگرانی بیرون اتاق منتظر رهبران شان بودند. درب ها برای نمایش لحظه خداحافظی رئیس جمهور و نخست وزیر باز شد، آن ها مستقیماً و با احترام زیادی به یکدیگر نگاه می کردند، دست دادن شان کمی بیشتر از همیشه طول کشید. این یکی از لحظاتی بود که به یاد می آورم، «دیپلماسی بسیار مهم است.» اگرچه امکان بازخوانش رسمی جلسه برای تیم من وجود نداشت، اما حدسیات من تأیید شد: گزارش های مطبوعاتی نشان می داد که رهبران به موضوعات پرتنش از جمله پاسخ بین المللی به برنامه هسته ای ایران پرداختند و این مذاکره که طولانی هم بود در نهایت منجر به ایجاد روابط مثبت تری گردید. بسیاری از کارشناسان توافق دارند که این نشست حاشیه ای دوجانبه گرچه در فضای ملتهب دوجانبه برگزار شد، اما ضروری بود و سرآغاز چندین سال روابط حسنه بین دو کشور شد. (در سال ۲۰۱۱، به نظر می رسد که رئیس جمهور به غیر از نخست وزیر دیوید کامرون،^۱ با نخست وزیر اردوغان بیش از سایر رهبران خارجی صحبت کرده باشد.) نفس راحتی کشیدم، اما باید بپذیریم که هر انسانی در موقعیت های سخت رشد می کند. در حالی که صحنه سازی لحظه های مورد توجه، بخشی از کار ما بود، اما اگر فرصت بیشتری به من داده می شد، می توانستم ابزارهای تنظیم صحنه بیشتری به کار بگیرم. آماده سازی یک اتاق برای تأثیرگذاری بر روحیه شرکت کنندگان و محتوای بحث ها، یکی از مهمترین جنبه های شغلی من بود. (در فصل یک، تأثیر مهمی که آماده سازی اتاق روی نشست دوجانبه ایالات متحده و روسیه داشت را بیاد بیاورید.) من در هنگام آماده سازی و چیدمان مناسب، متوجه تغییر حس و حال و رفتار شرکت کنندگان شده ام و هنگام مسافرت به خارج از کشور، اثرات آن (یا فقدان آن) را حس کرده ام، این که چگونه مرتب سازی یک اتاق یا جابجایی یک وسیله که هم تیان من انتخاب کرده اند، باعث تغییر فضا می شود.

1 . David Cameron

فصل سوم: زمان: خطی، انعطاف پذیر یا دایره‌ای؟

- ۸۶..... زمان خطی
- ۸۹..... زمان به عنوان پدیده‌ای انعطاف پذیر
- ۹۲..... زمان دایره‌ای
- ۹۶..... دستورالعمل‌ها: نگرش‌ها به زمان

فصل چهارم: قدرت: سلسله‌مراتبی یا دموکراتیک؟

- ۱۰۴..... فرهنگ‌های سلسله‌مراتبی
- ۱۰۸..... فرهنگ‌های دموکراتیک
- ۱۱۱..... نشانه‌ها و نمادهای قدرت
- ۱۱۷..... دستورالعمل‌ها: نگرش‌ها نسبت به قدرت

فصل پنجم: کاربرد زبان

- ۱۲۴..... انگلیسی: زبان عمل
- ۱۲۶..... زبان‌های چینی - تبتی: تفاوت زیاد
- ۱۲۹..... دستورالعمل‌ها: راهنمای استفاده از زبان

فصل ششم: نگارش

- ۱۳۹..... کانال‌های ترجیحی ارتباطی
- ۱۴۱..... صراحت
- ۱۴۴..... پاسخ فوری
- ۱۴۵..... وضوح و ایجاز
- ۱۴۷..... دستورالعمل‌ها: راهنمای نگارش در ارتباطات میان فرهنگی

فصل هفتم: ارتباط غیرکلامی

- ۱۵۵..... ارتباط چشمی
- ۱۶۰..... حالت چهره
- ۱۶۳..... حرکات دست
- ۱۶۷..... فضا و زمان

۱۴ < ارتباطات میان فرهنگی

اندازه کافی واقف نشده‌اند.^{۱۰} بنابراین، آگاهی و درک بین فرهنگی و استفاده از راهبرد هفت مرحله‌ای ارائه شده در این کتاب در موفقیت تجارت بینا فرهنگی نقش مهمی دارد. به عنوان مثال، در فرهنگ‌های آسیایی، سکوت بخشی از فرایند مذاکره و گفت‌وگو است. اما برای تجار ایالات متحده، برزیل یا فرانسه، سکوت، سیگنالی منفی محسوب می‌شود. در فرهنگ‌های فرانسه، آلمان و استرالیا، اختلاف‌نظرها در یک تعامل، به صورت مستقیم و صریح بیان می‌شود. اما در کشورهای برزیل یا تایلند، نحوه مخالفت با یک پیشنهاد، ملایم‌تر و با ظرافت بیشتری همراه است. در آمریکای شمالی، برقراری ارتباط چشمی پیوسته در حین معامله تجاری، نشان‌دهنده صداقت و تلاش برای ایجاد ارتباط است، اما ممکن است در برخی فرهنگی‌های شرقی و خاورمیانه نشانه عدم نزاکت باشد.^{۱۱} درک این نکات دقیق و حساس قبل از یک گفت‌وگو و یا تعامل اقتصادی، می‌تواند به موفقیت تجارت با مردمان فرهنگ‌های مختلف، کمک نماید. از این‌رو، بهترین راه برای برقراری ارتباط کارآمد، اعتمادسازی با شرکای تجاری است. این کار را می‌توان با تحقیق در مورد تفاوت در روش‌های ارتباطی و آگاهی از آن‌ها قبل از انجام ملاقات‌های اولیه انجام داد. دانستن بایدها و نبایدهای تعامل، باعث غلبه بر موانع بین فرهنگی در فرایند ارتباطات می‌شود. آگاهی و حساسیت فرهنگی در تجارت، شامل آماده‌سازی و یادگیری فرهنگ‌های مختلف طرف تعامل است. درک و آگاهی بین فرهنگی و پذیرش تفاوت‌ها و شباهت‌ها به افراد کمک می‌کند تا ارتباط کارآمدتر و روابط معناداری برقرار کنند. با این حال، نگرش یک سازمان یا کسب و کار نسبت به حساسیت فرهنگی باید از بالا شروع شود. بایستی مشوق‌های مثبت و منفی برای رعایت یا عدم رعایت حساسیت‌های فرهنگی تعیین شود تا کارمندان، اهمیت آن را درک کنند. به عنوان مثال اگر شرکت شما با افرادی از یک کشور خاص تجارت می‌کند، به کارمندان خود آموزش دهید تا بتوانند هنجارهای فرهنگی آن کشور را یاد گرفته و به آن احترام بگذارند. اگر بخش خدمات مشتری شرکت شما مرتباً با افرادی صحبت می‌کنند که زبان‌های بومی مختلف دارند، حداقل، چند عبارت اصلی در این زبان‌ها را به صورت گروهی یاد بگیرید. این به مشتریان شما نشان می‌دهد که چقدر برای تجارت با آن‌ها ارزش قائل هستید.

بخش دوم: نحوه‌ی برقراری ارتباط در فرهنگ‌های مختلف (فصل‌های ۵ تا ۸)

بخش دوم کتاب به شما کمک می‌کند آنچه را که درباره‌ی متقاعد کردن افراد در فرهنگ‌های مختلف آموخته‌اید - از نحوه‌ی شکل‌دهی اسناد مکتوب تا برقراری ارتباط به صورت شفاهی و توجه به عناصر غیرکلامی - به کار ببندید. فرهنگ‌هایی که دارای ویژگی ارتباطی، سلسله‌مراتبی و جمعی هستند، ممکن است کانال‌های ارتباطات شخصی و کلامی را ترجیح دهند. در مقابل، فرهنگ‌هایی که به زمان خطی اهمیت می‌دهند، اعتبار را براساس تخصص ارزیابی می‌کنند، توافقنامه‌ها و قراردادهای مشخص را الزامی می‌دانند و اسناد مکتوب و نوشتاری را ترجیح می‌دهند. این بخش هم‌چنین شامل اطلاعاتی درباره‌ی روش مذاکره و انتظار از ساختارهای قانونی در فرهنگ‌های مختلف می‌باشد.

۵. استفاده از زبان: حتی زمانی که تمامی افراد حاضر در ملاقات‌ها به زبان انگلیسی صحبت می‌کنند، تفاوت‌های معنایی، مفاهیم متفاوت، اصطلاحات مخصوص یک صنعت یا حرفه و عبارات عامیانه‌ی غیرقابل ترجمه، باعث ایجاد سوءتفاهم می‌شود. این فصل به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه گروه‌های عمده فرهنگی بین‌المللی به شیوه‌های متفاوت از زبان استفاده می‌کنند و چگونه این مغایرت‌ها بر درآمد شما تأثیرگذار خواهد بود.

۶. نوشتن: با توجه به این که سوءارتباط در یک سند مکتوب، تأثیرگذارتر و ماندگار خواهد بود، در این فصل دستورالعمل‌هایی برای بهبود مهارت‌های نوشتاری در روابط میان‌فرهنگی ارائه خواهیم کرد. در این فصل به مسائل چالش‌برانگیزی مانند چارجوب‌ها و لحن‌های قابل پذیرش در زمان استفاده از فناوری‌های روز خواهیم پرداخت.

۷. برقراری ارتباط غیرکلامی: فرهنگ‌های مختلف در جهان از روش‌های دیگری به جز زبان برای برقراری ارتباط استفاده می‌کنند. در برخی فرهنگ‌ها، ارتباط غیرکلامی بیش از ۸۵ درصد از کل ارتباطات را تشکیل می‌دهد. در این فصل، ارتباط چشمی مؤثر، زبان بدن، فضای شخصی و تفاوت در استفاد از سکوت در فرهنگ‌های مختلف، بررسی خواهد شد.

۸. مذاکره کردن: فرهنگ‌ها، تفاسیر متفاوتی از توافق‌ها و قراردادهای تجاری دارند.

۳. دستورالعمل‌ها: فردگرا یا جمع‌گرا؟

از دستورالعمل‌های زیر در این دو فرهنگ استفاده نمایید:

هنگامی که در فرهنگ‌های فردگرا، مشغول تجارت و کسب‌وکار هستید به یاد داشته باشید که...

- بر معامله تمرکز کنید: بر قرارداد یا توافق تأکید کرده و از داده‌ها به‌منظور حمایت از پیشنهاد خود و کسب سود کوتاه‌مدت، استفاده نمایید.
- از داده‌ها و منطق بهره ببرید: در رقابت، از فکت‌ها، اعداد، آمار، معیارها، بهترین شیوه‌ها و تحلیل‌های مقایسه‌ای استفاده کنید. استدلال خود را براساس منطق خطی و علت‌ومعلولی بنا نمایید.
- به‌طور مستقیم ارتباط برقرار کنید: پیام‌های مستقیم، روشن و صریح را در اولویت قرار دهید. به‌خاطر داشته‌اید که سکوت می‌تواند سبب اضطراب و تردید شود.
- برای زمان ارزش قائل شوید: از آنجا که زمان برای تجار (و کنشگران) فرهنگ‌های فردگرا، کالایی ارزشمند محسوب می‌شود، زمان مورد نیاز برای اتخاذ تصمیم یا انجام کار را تخمین بزنید، برای افزایش ظرفیت و دامنه مذاکره، تخمین خود را دو برابر کنید و تاریخ دقیقی را که در آن پاسخ دریافت می‌شود، مشخص نمایید.

هنگامی که در فرهنگ‌های جمع‌گرا مشغول تجارت و کسب‌وکار هستید، به یاد داشته‌اید که...

- برای برقراری ارتباط، وقت بگذارید: زمان زیادی را برای ایجاد رابطه در نظر بگیرید؛ به یاد داشته‌اید که اعتماد برای تجارت، ضروری است. بر همکاری، منافع مشترک و امکان رشد بلندمدت تأکید کنید.
- بر زمینه‌های روابط تجاری تمرکز کنید: توجه خاصی به شکل، پروتکل و آداب و رسوم داشته‌اید؛ این مساله برای حمایت از هویت و کرامت شخصی ضروری است. با اتخاذ یک رویکرد تاریخی، بر سابقه‌ی مشترک، تمرکز کنید که شریک تجاری شما در فرهنگ جمع‌گرا، متوجه این پیوند و ارتباط شود.