



بخشی از ترجمه مقاله

عنوان فارسی مقاله :

تعدد فرهنگی در ارتباطات مردم آسیا: تاثیر فرهنگ بر رسوم روابط عمومی
در شهر سنگاپور

عنوان انگلیسی مقاله :

Asian multiculturalism in communication: Impact of culture
in the practice of public relations in Singapore



توجه !

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل
با فرمت ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.



بخشی از ترجمه مقاله

6. Conclusion

This study examines how multiculturalism is operationalized in a multicultural city in Asia, i.e. Singapore, and to uncover how cultural values are reflected in communication practice. It is critical for PR practitioners operating in today's multicultural environments to understand how organizations should manage diversity with internal and external stakeholders. This is because the issues facing multicultural publics can have an impact on an organization's business and its reputation. If practitioners are not cultural competent, their solutions to communicate problems will not be creative or effective. When managing stakeholders, the ability to recognize and be acquainted with audiences with multicultural minds or who belong to multicultural groups, i.e. race, ethnicity, religion all at the same time, will equip practitioners to better identify other dimensions of diversity, which has become a very significant part of PR practice if organizations hope to succeed in the globalizing era of multiculturalism.

6. نتیجه گیری

این مطالعه به نحوه برقراری تعدد فرهنگی در شهر چند فرهنگی آسیا یعنی سنگاپور پرداخت و نحوه بروز ارزش های فرهنگی در روش های ارتباط را مشخص نمود. متخصصین روابط عمومی فعال در محیط های چند فرهنگی امروزه می بایست آگاه شوند سازمان ها چگونه باید گوناگونی در مخاطبین داخلی و خارجی را مدیریت کنند. این بدان خاطر است که مسائل پیش روی ملل چند فرهنگی می توانند بر کسب و کار سازمان و اعتبار آن تأثیر گذار باشند. در صورتی که متخصصین از نظر فرهنگی کارآمد نباشند، راه حل های آنان برای مشکلات ارتباطات خلاقانه یا کارآمد نخواهد بود. هنگام مدیریت مخاطبین، توانایی در تشخیص و آشنایی با مخاطبین چند فرهنگی یا افراد متعلق به گروه های چند فرهنگی یعنی نژاد، قومیت، مذهب، همگی به شکل همزمان به متخصصین کمک می کنند ابعاد دیگر گوناگونی را تشخیص دهند که اگر سازمان ها بخواهند در عرصه جهانی سازی تعدد فرهنگی، این ابعاد به بخش بسیار مهمی از روش روابط عمومی تبدیل می شود.



توجه!

این فایل تنها قسمتی از ترجمه میباشد. برای تهیه مقاله ترجمه شده کامل با فرمت

ورد (قابل ویرایش) همراه با نسخه انگلیسی مقاله، [اینجا](#) کلیک نمایید.

برای جستجوی جدیدترین مقالات ترجمه شده، [اینجا](#) کلیک نمایید.