



BRANDAFARIN JOURNAL OF MANAGEMENT

Volume No.: 3, Issue No.: 50, May 2024

P-ISSN: 2717-0683 , E-ISSN: 2783-3801

Negotiation methods in times of crisis

Abstract:

A major part of our relationships in life, both personal life and business environment, are negotiations. The term negotiation includes a wide range of activities and relationships, from setting up an international business contract to the re-discussion of two relatives. In this research, it is tried to express the concept of education as one of the great challenges of life by expanding scientific and valid theories. . The purpose of this research is the negotiation methods during the crisis; Was. This The research was qualitative and library. Relevant materials were extracted and collected from authentic books and scientific articles; then the concepts of negotiation methods in crisis; Collected. Therefore, based on the results obtained from the present research, it can be said that every person with any profession should familiarize himself with the correct process of negotiation. There are different methods for successful negotiation that you can choose according to the subject and different conditions do. Anyone at any level can acquire negotiation skills and use them in a wide range of activities. Finally, you should know that negotiation is a special skill and provides many advantages to resolve any dispute.

Keywords: negotiation methods, time, crisis

روش های مذاکره در زمان بحران

مهسا ریسی^۱

چکیده:

بخش عمده‌ای از رابطه‌های ما در زندگی، چه زندگی شخصی و چه محیط کسب و کار، از جنس مذاکره هستند. اصطلاح مذاکره، محدوده گسترده‌ای از فعالیتها و رابطهها، از تنظیم یک قرارداد تجاری بین المللی تا گفتگوی مجدد دو خویشاوند را در برمی گیرد. در این پژوهش سعی می‌شود با بسط نظریه های علمی و معتبر، مفهوم تربیت را به‌عنوان یکی از چالشهای بزرگ زندگی بیان شود. هدف از انجام این تحقیق، روش های مذاکره در زمان بحران؛ بود. این تحقیق بصورت کیفی و کتابخانه ای صورت گرفت. مطالب مرتبط از کتب معتبر و مقالات علمی فیش برداری و جمع آوری شدند؛ سپس مفاهیم روشهای مذاکره در بحران؛ گرد آوری شده است. بنابراین بر اساس نتایج بدست آمده از تحقیق حاضر، می‌توان چنین بیان داشت که، هر فرد با هر حرفه‌ای باید خود را با روند صحیح مذاکره آشنا کند. روش‌های مختلفی برای انجام مذاکره موفق وجود دارد که می‌توانید با توجه به موضوع و شرایط مختلف انتخاب کنید. هر کسی در هر سطحی قادر است مهارت مذاکره را کسب کند و در طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها از آن بهره ببرد. در نهایت باید بدانید، مذاکره مهارت ویژه‌ای است و مزایای زیادی برای حل هرگونه اختلاف در اختیار افراد قرار می‌دهد.

کلیدواژه ها: روش های مذاکره، زمان، بحران.

مقدمه:

بحران، واقعیتی اجتناب ناپذیر در زندگی اجتماعی است. بحران‌ها در ذات خود بستر شکل‌گیری تهدیدها و فرصت‌هایی هستند که بر حسب نوع، شدت و گستره ی محیطی بحران، می‌تواند نظام سیاسی و مدیران حاکم را در شرایط دشوار و پر مخاطره ای قرار دهند. در شرایط بحران، فعالیت‌های خبری و اطلاع رسانی از چنان حساسیتی برخوردار است که همه چیز تعیین کننده می‌شود: زمان، تصویر، لحن، ادبیات و واژه. بنابراین آنچه که در این شرایط از حساسیت و اهمیت ممتاز برخوردار می‌شود، مدیریت شرایط بحرانی و مدیریت استراتژیک در مواقع بحرانی است. مدیریتی که بتوان با هنرمندی و هوشمندی استراتژیک، با بحران‌های موجود و تبعات ناشی از آن مقابله کرد و رویکرد پیش‌دستانه را به مرحله اجرا گذاشت. همچنین نوع رویکرد، استراتژی و جهت‌گیری استراتژیک رسانه نیز بر کارکرد رسانه در بحران‌ها تأثیر می‌گذارد. به عبارت دیگر، میزان اعتقاد به هر یک از رویکردها و استراتژی‌ها، نوع حرکت و جهت‌گیری رسانه‌ها در بحران را تعیین می‌کند و بدون شک، تولید و انتشار اخبار از نوع نگاه دست‌اندرکاران رسانه‌ها و راهبرد‌ها و رویکردشان به آن، تأثیر می‌پذیرد.

تعریف دقیق بحران چیست؟

بحران را معادل واژه انگلیسی Crisis در نظر می‌گیرند که ریشه یونانی آن krosis به معنی نقطه عطف در بیماری است. تحلیل معنایی واژه بحران، گستردگی معنای آن را می‌رساند. فرهنگ پیشرفته آریانپور واژه crisis را به معنای بحران، سرگشتگی، نقطه عطف، سختی و پریشان حالی معنا کرده است. بحران وضعیتی است که نظم سیستم اصلی یا قسمت‌هایی از آن سیستم‌های فرعی را مختل کرده و پایداری آن را بر هم می‌زند؛ به عبارت دیگر، بحران حادثه‌ای است که در اثر رخدادها و عملکردهای طبیعی و انسانی به طور ناگهانی به وجود می‌آید و سختی و خسارت را به یک مجموعه یا جامعه ی انسانی وارد می‌کند و بر طرف کردن آن نیاز به اقدامات و عملیات اضطراری و فوق‌العاده دارد.

¹ Email: Mahsa_reissi@yahoo.com

¹ - کارشناس ارشد علوم سیاسی.

مشخصات بحران :

خصوصیات دوازده گانه ای توسط واینرو کان بیان شده است که به شناخت بهتر بحران کمک می نماید:

بحران معمولا یک نقطه چرخش در سلسله ای از رویدادها و عملیات هاست؛

وضعیتی که در آن ضرورت تصمیم گیری و عمل در اندیشه طراحان و عوامل درگیر بسیار بالاست؛

بحران یک تهدید واقعی برای هدف ها و مقاصد عوامل در گیر است؛

بحران نتایج مهمی به دنبال دارد که عواقب آن، آینده روابط طرف های درگیر را معین می کند؛

بحران مولود تعاطلی تعدادی از وقایعی است که از ترکیب آنها شرایط جدیدی به وجود می آید؛

مرحله ای زمانی که در آن شکی درباره تخمین وضعیت و راهکارهای مهار آن افزایش می یابد؛

بحران یک مرحله زمانی با وضعیتی است که در آن کنترل رخدادها و تأثیر آنها کاهش می یابد؛

بحران یک وضعیت اضطراری است که در آن تشویش و نگرانی عوامل تصمیم گیرنده افزایش می یابد؛

در وضعیت بحرانی معمولا آگاهی و اطلاعات مورد نیاز تصمیم گیرندگان ناقص و ناکافی است؛

در وضعیت بحرانی عوامل زمان علیه عوامل درگیر عمل می کنند؛

در بحران، روابط بین عوامل دگرگون می شود؛

در وضعیت بحرانی تنش بین عوامل افزایش می یابد.

میلر و ایسکو آیز، خصوصیات بحرانها را براساس مطالعات روان شناسی و جامعه شناسی این چنین مطرح می کنند:

یک وضعیت بحرانی، کوتاه مدت و حاد است تا برهه ای طولانی، اگر چه طول مدت آن همواره نامشخص است.

بحران موجد رفتاری است که غالبا آسیب شناسانه می باشد، نظیر احساس بی کفایتی

بحران، اهداف طرف ها و سازمانهای درگیر در آن را با تهدید مواجه می سازد.

بحران، باعث ایجاد تنش فیزیکی و روانی به همراه اضطراب و نگرانی می شود.

بحران، امری نسبی است، آنچه که برای یک گروه یا یک شخص، بحران به حساب می آید، ممکن است برای طرف دیگر بحران نباشد.

بحران از جنبه های گوناگون دارای تعاریف متعددی است ولی به نظر بسیاری از کارشناسان بحران عبارت است از هر حادثه با وضعیتی که حالتی فوق العاده دارد و در هر کشوری که روی دهد، آن کشور را از حالت تعادل خارج می کند و برای برطرف کردن آن نیاز به اقدامات اضطراری، اساسی و فوق العاده است.

به طور کلی می توان نتیجه گرفت که بحران اختلالی است که از جهت سطح، کل سیستم و از جهت نوع فیزیکی یا نمادی، سیستم را تهدید می کند. بدین ترتیب بحران ممکن است به دو صورت در جامعه به وجود آید؛ یکی بحران در زمانی که کل سیستم از جهت مادی و فیزیکی تحت تأثیر قرار گرفته و حیات آن به مخاطره افتاده است و دوم آنکه سیستم از لحاظ مسائل اعتبار و حیثیت اجتماعی و بطور نمادین دچار بحران گردیده، و به ورطه سقوط کشانیده شده است. بحران، بقای جامعه و مشروعیت آن را متزلزل ساخته و موجب فروپاشی یا تغییرات بنیادی در آن می گردد. در حوزه های مختلف علوم سیاسی، مفهوم بحران با معانی گوناگونی چون پریشانی، وحشت، فاجعه، مصیبت، خشونت بالقوه و بالفعل و یا به عنوان نقطه عطفی در تصمیم گیری استفاده شده است.

تعریف مذاکره توسط روی جی لوییکی

مذاکره چهار ویژگی اصلی دارد:

1. حداقل دو طرف در آن درگیر هستند. این دو طرف ممکن است دو فرد، دو گروه یا دو سازمان باشند.
 2. بین خواسته ها و نیازهای این دو (یا چند طرف) تعارض وجود دارد.
 3. دو یا چند طرف درگیر در مذاکره، بر اساس انتخاب خود و نه به اجبار با یکدیگر مذاکره می کنند.
 4. کسانی که درگیر مذاکره می شوند برای "داد و ستد" که زیربنای مفهوم مذاکره است، آماده اند.
- مذاکره گفتگویی بین دو یا چند طرف برای دستیابی به نتیجه ای سودآور [یا مطلوب] برای طرف های درگیر است.

مذاکره فرایند تشخیص اولویت ها، اولویت بندی آنها، برنامه ریزی برای چانه زنی، بحث بر روی آنها و توافق بر سر آنهاست (شعبانعلی، 1396). مذاکره همواره با تبادل امتیازات همراه است. امتیازاتی که ممکن است بزرگ، کوچک، مادی، معنوی، مشهود یا نامشهود باشند.

انواع مدل های مذاکره

مذاکره برد برد

در مدل مذاکره برد برد، تمام افراد دخیل در فرایند مذاکره به پیروزی دست پیدا می کنند. هیچکس در این مدل بازنده نیست و هرکسی کم یا بیش از خروجی مذاکرات نفع می برد. این مورد پذیرش ترین و محبوب ترین مدل در میان انواع مذاکره به حساب می آید.

مذاکراتی که مرتبط با حقوق هستند و همچنین فروش های تجارت به تجارت می توانند معمولاً به عنوان مذاکرات برد - برد تلقی شوند.

مذاکره برد باخت

در این مدل، تنها یک طرف برنده است و طرف دیگر بازی را می بازد. در چنین مدلی، علی رغم پشت سر گذاشتن چند دور از گفتگوها و مذاکرات، یک طرف به سود دست می یابد و طرف دیگر حتی اگر نفعی نسبی از ماجرا برده باشد هم راضی از پای میزند نمی شود.

مدل مذاکره باخت باخت

همانطور که از نام این مدل در انواع مذاکره پیداست، گفتگوها عملاً هیچ نتیجه ای ندارد و هیچ یک از طرفین با توافقی که به دست آمده راضی نمی شوند. در واقع، مذاکرات باخت باخت شامل شرایطی می شود که در آن همه می بازند.

دسته بندی انواع مذاکرات

حال انواع مذاکره را می توان به روش های مختلفی انجام داد. با توجه به شرایط و نوع مذاکره، انواع مختلفی از مذاکرات معرفی می شوند که در ادامه معرفی می کنیم.

مذاکرات خصمانه

در این نوع مذاکرات رقابت بالایی وجود دارد و معمولاً یک طرف آن باخت است، مانند مذاکرات برد - باخت یا باخت - باخت. این که هیچ کدام از طرفین دوست ندارند شکست بخورند فضا را بسیار رقابتی می کند و باعث به وجود آمدن رفتارهای خصمانه می شود.

انواع مذاکرات دوستانه

تمام گفتگوها و مذاکراتی که با همکاری دو طرف و به صورت دوستانه انجام می‌شود، مذاکره دوستانه نامیده می‌شوند. در این نوع مذاکرات که معمولا بین دو شریک یا دوست و همکار اتفاق می‌کند، نتیجه به صورت برد - برد تمام می‌شود. مذاکرات را به شیوه‌های مختلف طبقه‌بندی می‌کنند. یکی از شیوه‌های طبقه‌بندی مذاکره بر این مبناست که تا چه حد می‌توان منافع و خواسته‌های طرفین را به صورت هم‌زمان تأمین کرد. مذاکرات تلفیقی، مذاکراتی هستند که منافع هر دو طرف در آن‌ها قابل تأمین است. در مقابل، در مذاکره توزیعی، یک مذاکره ثابت است و طرفین برای دریافت سهم بیشتری از کیک، با یکدیگر وارد چانه‌زنی می‌شوند.

مذاکره چند طرفه

یکی از روش‌های سخت و پیچیده در مذاکره، روش چند طرفه است. این روش که معمولا بین چند طرف با عقاید و نظرات مختلف انجام می‌شود، ممکن است چندین سال نیز طول بکشد. به عنوان مثال معاملات و تعهداتی که بین چند کشور مختلف انجام می‌شود در این دسته قرار می‌گیرد.

مذاکره توزیعی یا چانه زنی بر سر مواضع

انواع مذاکره توزیعی زمانی است که دو طرف بر سر یک محصول یا موضوع واحد، مانند قیمت، چانه زنی می‌کنند. این نوع مذاکره در دسته مذاکرات برد - باخت قرار می‌گیرد زیرا هر کدام از طرفین موضع شدیدی را اتخاذ کرده و با حیله و نیرنگ به دنبال رسیدن به اهداف خود هستند. به این صورت معمولا یک طرف مذاکره با باخت همراه می‌شود.

مذاکره یکپارچه یا منسجم

آیا می‌دانید وقتی نمایندگان یک اتحادیه کارمندان با مطالبات مدیریتی روبرو می‌شوند چه اتفاقی می‌افتد؟ بحث می‌کنند، تبادل نظر می‌کنند، نظرات خود را ارائه می‌دهند، مخالفت می‌کنند، یکدیگر را قانع می‌کنند و غیره. سپس، بر سر حقوق و سایر مزایا معامله می‌کنند. به این نوع گفتگو مذاکره یکپارچه گفته می‌شود.

مذاکره چند جانبه

فرآیند مذاکره چند جانبه شامل چند طرف است که استراتژی‌های مذاکره مختلفی را برای به دست آوردن اهداف خود انجام می‌دهند. وقتی چند دوست در حال تصمیم‌گیری محل برگزاری مهمانی هستند و در مورد مزایا و معایب آن بحث می‌کنند، می‌توان گفت که، نوع مذاکره چند جانبه است.

تاکتیک‌های متقاعد سازی :

تاکتیک‌های متقاعد سازی کاربردهای مختلفی دارند (مثلا: 1) متقاعد کردن طرف مقابل به پذیرفتن نیازهای منطقی، 2) متقاعد کردن طرف مقابل به عدم وجود اصول صحیح در نیازهای آن‌ها، 3) متقاعد کردن طرف مقابل به این که ترک مذاکرات با وجود صرف زمان و انرژی زیاد، نادرست است. تاکتیک‌های متقاعد سازی به چند دسته ی مختلف تقسیم می‌شوند. تاکتیک‌های نرم: 1) آشکار سازی اطلاعات: در میان گذاشتن مشکل با طرف دیگر مذاکره؛ 2) امتیاز انحصاری: اعطای امتیاز به طرف دیگر، حتی اگر امتیازی کوچک باشد، می‌تواند در حریف احساس مثبتی برای ادامه ی همکاری ایجاد کند. توصیه می‌شود که مذاکره را با بیان بیشترین تعداد نیازهای ممکن آغاز کنید تا از امکان دریافت امتیاز مطمئن شوید و کمترین امتیاز را در عین حال به طرف مقابل اعطا کنید. گروه‌های مذاکراتی می‌توانند از پیش برای خود محدوده ی مشخصی برای اعطای امتیازات تعیین کنند، اگرچه با این روش ممکن است با رسیدن سریع به خط قرمزهای تعیین شده، شرایط خطرناکی در روند مذاکره به وجود آید. 4) گوش دادن فعال: این روش اقتصادی ترین راه در بین تمام امتیازات ممکن است، بدین ترتیب که باید به صورت فعال به اظهارات طرف مقابل گوش داده شود. اصولا گروهی که قصد متقاعد کردن دیگری را دارد، بیشتر سخن می‌گوید. راه‌های مختلفی برای گوش دادن فعال وجود دارد، مثلا، درک و توجه به موقعیت طرف مقابل، پرسیدن سوال، برطرف کردن شک و تردیدها، برخورد غیر تحریک آمیز و بررسی میزان دریافت و درک مطالب ارائه شده با روش خلاصه برداری. 5) تعهدات و قول‌ها: این روش کاملاً برعکس روش تهدید آمیز است. در

شیوه ی تعهد دادن، گروهی وعده ی اعطای یک امتیاز یا انجام یک عمل را در آینده به دیگری می دهد. مواردی که بر انتخاب تاکتیک موثر هستند در ادامه ذکر خواهند شد. به منظور شناسایی و تشخیص تاکتیک های اتخاذی طرف مقابل، لازم است به خوبی هوشیار باشیم و به وقایع اطراف با دقت توجه نماییم. تنها در صورتی که بتوانیم تاکتیک طرف دیگر را تشخیص دهیم، خواهیم توانست پاسخ مناسبی را ارائه داریم که قادر باشد با تاکتیک گروه دیگر مواجه شده و اثر آن را خنثی سازد. به طور کلی در مدیریت، سه فاکتور اطلاعات، مکان و قدرت، از مهم ترین عوامل به شمار می روند، اما در مدیریت مذاکرات به طور اختصاصی اطلاعات نقش مهمی را ایفا می نماید. مذاکره فرایندی است که در جایگاه تردید و عدم قطعیت صورت می گیرد و با توجه تمایلات و ترجیحات گروه، انجام می شود. اگر اطلاعات ناقص (رایج ترین حالت ممکن)، و یا ناکافی باشد، و یا اصلا اطلاعاتی وجود نداشته باشد، در این حالت " جهل و ناآگاهی " تبدیل به رقیب اصلی مذاکره می شود و موجب می شود که حدس و گمان های نادرست و اشتباهات افزایش یابد. اگر اطلاعات جمع آوری شده به شکل نوآورانه، توصیفی و سرشار از احساس ارائه شود، معمولا در ذهن افراد بیشتر از اطلاعاتی که به روش مستقیم خبری و کسالت بار گفته می شود، باقی می ماند. مذاکرات: انواع و مدلها 1. مذاکرات یک مرتبه ای: وقوع یکبار و بی سابقه که حداکثر موفقیت را در حداقل زمان ایجاد کرده، نتیجه قابل پیش بینی می دهد که یکی از طرفین برنده شده و یا می بازد. هیچ انتظاری در زمینه پیامد روابط در آینده نبوده و کل توجه بر راه حل موفق مسئله مورد نظر متمرکز است. 2. مذاکرات پیوسته در چارچوب روابط اجرا می شوند همچون شرکا، عرضه کننده- مشتری و غیره. این نوع مذاکره تحت تاثیر تجربه و ماهیت روابط قبلی بین طرفین می باشد. بعلاوه، این نوع مذاکره انتظارات هر طرف از آینده را به همراه داشته و با مداخله عاطفی تکمیل می شود که طی سالیان جمع شده است و به رفتار توافقی هر دو طرف منجر می شود. حتی در موردی که هیچ توافقی حاصل نمی شود، راهکاری برای شانس در آینده وجود دارد، یعنی زمانیکه طرفین انگیزه کافی و عمیق دارند و آنها را به کسب راه حل رضایت بخش برای همه قادر می سازد. نتیجه گیری در موقعیت برنده/ برنده مطلوب است؛ در غیر اینصورت، طرف ناامید روشی برای نقض توافق یا بدترکردن آن، اقداماتی جهت آسیب به طرف دیگر خواهد یافت. 3. مذاکره مستقیم که براساس آن، رابطه مستقیم و شخصی دائمی بین طرفین دخیل وجود خواهد داشت. مزیت این مورد، عیب آن نیز محسوب می شود: عبارت دیگر، طرفین مستقیما با همدیگر ملاقات می کنند و رفتار همدیگر را می بینند. 4. مذاکره غیرمستقیم در حضور نماینده ها یا واسط ها روی می دهد. مشکل این مورد در منافع واسط ها می باشد که متفاوت از منافع مورد هدف طرفین می باشد. مشکل دیگر می تواند مشکلات ارتباطی بین واسط ها و طرفین باشد. دیدگاه های قابل قبول و متفاوتی نسبت به سبک مذاکره می تواند وجود داشته باشد. تفاوت های فرهنگی در سبک مذاکره منعکس می شود، برای مثال، سبک مستقیم، مسالمت آمیز، اقتدارگرا یا بی نظیر (لبارون، 2003). رویکرد بعد زمانی احتمالا در چنین جنبه هایی متفاوت باشد و به جدول زمانی و روش اجرای مذاکره بستگی داشته باشد. در اصل هیچ قانون ثابتی برای اجرای مذاکره یا دستیابی به پیامدهای موفق وجود ندارد چون هیچ مذاکره ای وجود ندارد که مشابه دیگری باشد. شهود یا تجربه کافی نیست، البته در زمینه هدایت مذاکرات به پیامد موفق تجربه مفید می باشد.

دوری از دامهای مذاکره در شرایط بحرانی

در حال حاضر در سراسر جهان، مذاکرات بی شماری در حال وقوع است، نتایج این مذاکرات روی مرگ و زندگی انسان ها اثر مستقیمی دارد. مدیران و مشاوران در بسیاری از مدارس، شهرداری ها، دانشگاه ها، هیئت مدیره ها، فرمانداری ها و کاخ های ریاست جمهوری درکمال ناامیدی، سیاست های مربوط به فاصله گذاری اجتماعی، کاهش تراکم جمعیت، تعیین محدودیت ها، اصول آرام سازی جو عمومی، دور کاری، تدریس آنلاین و ... را مورد بحث و بررسی قرار می دهند. این موارد در کنار دیگر مسائل، سرنوشت شیوع این بیماری همه گیر را تعیین می کند. بسیاری از تصمیم گیری ها در هنگام بحران از طریق مذاکره اتخاذ می شود. وقوع برخی از بحران ها نظیر سقوط بازارهای سهام، وقوع بلایای طبیعی و حتی جنگ ها را نیز می توان تا حدودی پیش بینی کرد و اقدامات لازم را در جهت مواجهه با این بحران ها نیز در نظر گرفت. اما بیماری همه گیر کرونا که با نام کووید ۱۹ شناخته می شود، از این دست بحران ها نیست. سرعت بالای شیوع و شدت خطرات بالقوه ناشی از این ویروس، عدم قطعیت الگوی انتشار ویروس و از همه مهمتر، نوظهور بودن آن، این بحران را از سایر بحران ها متمایز کرده است. فاکتورهایی از این دست ترس و وحشت را برای بسیاری از افراد در پی دارند. در این مذاکرات لزوم مشارکت مردم در مذاکرات و تصمیم گیری در راستای یافتن راهکارهای احتمالی نیز بیش از پیش تاکید شده است. در واقع در چنین شرایطی، خرد جمعی در مذاکرات و به کار گیری راهکارها باید به خوبی به کار گرفته شود. اگرچه هنگامی که با چنین بحران هایی روبرو می شویم، دست کم در معرض خطر دو مخمصه قرار داریم که چنین کاری را به مراتب دشوارتر و حتی در مواردی نامناسب می کند.

حرکت از محدوده قطعی به سوی محدوده احتمالی

گذر زمان در بحران‌ها کندتر و نابهنجار به نظر می‌رسد اما در هنگام ترس و وحشت، حتی گذر دقائق نیز به خوبی احساس می‌شوند. در این شرایط حتی اندیشیدن به چیزی جز ضرورت‌ها پیش‌پا افتاده به نظر می‌رسد. زمانی که متقاعد شویم این بحران روی داده است، تمام حواس خود را روی تأمین نیازهای ضروری متمرکز خواهیم کرد. حتی اگر این ضرورت، احتکار دستمال توالت باشد؛ چراکه ممکن است، فردایی در کار نباشد. این افکار چندان دور از انتظار نیست و همه آنها نیز غیرمنطقی نیستند. در واقع به موقع واکنش نشان دادن، بسیار اهمیت دارد؛ چراکه در هنگام مواجهه با بحرانی مانند کووید-19، رعایت جوانب احتیاط و معیارهای اولیه می‌تواند سرنوشت را به کلی متحول کند. با این حال، توصیه‌ها در خصوص برگزاری یک مذاکره استاندارد حاکی از آن است که مذاکره باید با در نظر گرفتن یک بازه زمانی طولانی مدت به انجام برسد. این مذاکرات چه تأثیراتی را در پی خواهند داشت؟ تأثیرات ناخواسته ای که از تصمیم‌گیری امروز من بر جای می‌ماند، چه خواهد بود؟ دانشمند علوم سیاسی، رابرت اکسلرود، این مفهوم را اینگونه نام گذاری کرده است: «سایه فردا.» البته! سر ظهر هیچ سایه‌ای در کار نیست. در لحظه‌های اضطراب و تشویش، فردا بسیار دورتر به نظر می‌رسد. در بحران‌هایی نظیر کووید-19، افرادی که درگیر این ماجرا هستند نسبت به زمان چشم‌اندازهای متفاوتی دارند. به عنوان مثال کارشناسان به واسطه مدارک و شواهد جدیدی که به دست آمده است؛ شهروندان به واسطه اعتیاد به رسانه؛ سیاستمداران به واسطه برگزاری دوره‌های انتخاباتی؛ کارمندان به واسطه تغییر مدل‌های کسب‌وکار و هیئت مدیره‌ها به واسطه نگرانی از میزان بدهی برداشت متفاوتی از زمان در دست دارند. با این وجود، بحران به اندازه‌ای وحشتناک است که نمی‌توان از عواقب دراز مدت آن چشم‌پوشی کرد. ویروس کرونا سرانجام و در کمال امیدواری به زودی از میان برداشته می‌شود و تصمیمات موقتی که پیامدهای کوتاه مدت و بلند مدت کرونا را نادیده می‌گیرند؛ منجر به عدم آمادگی مؤسسات و در برخی از موارد آسیب دیدگی آنها شوند. در این صورت آنها قادر نخواهند بود، پس از پایان بحران به وضعیت عادی بازگردند.

نتیجه‌گیری

مذاکره، روشی معمول برای رسیدن به حل و فصل اختلافات است که می‌تواند در دوره‌های کارشناسی و تحصیلات تکمیلی رشته حقوق برای آموزش شیوه‌ها و اصول اخلاقی شبیه‌سازی گردد. کاربست مذاکره به توسعه سطح عمیق تری از درک قانون واقعی موجود در منازعات انجامیده و دانشجویان را با مجموعه مهارت‌های زندگی آشنا می‌کند که در کسب و کارهای بی‌شمار و شرایط شخصی به کار می‌رود. این مقاله یک واحد آموزشی را برای رهبران و مدیران در درک فرآیند مذاکرات عرضه می‌دارد. این تحقیق به توصیف مذاکره موثر به صورت ادغام دو نیرو می‌پردازد. یک نیرو، بر سخت‌گیری منظم، اراده مصمم و مجموعه‌ای از مهارت‌ها متمرکز است که به مذاکره‌کننده اجازه ارزیابی وضعیت و تأمل درباره مخالف را می‌دهد. نیروی دیگر بر ارزش‌های ماندگار درستکاری، نزاکت، وفاداری، صداقت، و شفقت متمرکز است. این نیروها با هم کشمکش پویایی را نشان می‌دهند که بین نیروی اخلاقی تخصص‌گرایی و نیروی رقابتی طرز فکر مذاکره‌کننده وجود دارد. در زمان بحران، رهبران سازمان‌ها، کشورها و دولت‌ها باید با مهارت‌های مذاکره به عنوان «محاسبات راهبردی» (پوشکاش، ۲۰۱۰) به خصوص با ارتباطات باز و یک فرآیند رسمی برای جستجو بهترین راه حل برای کاهش اثرات بحران و دستیابی به یک راه حل موثر ارتباط داشته باشند.

منابع و مأخذ:

- آتش؛ حمید پور، (1394)؛ روان شناسی مذاکره: چگونه می توان یک مذاکره کننده حرفه ای بود، پنجم، چاپ: تهران. قطره تریسی برایان؛ مارک تامسون، (1994)؛ فوق کار و کسب ساخت العاده ترجمه، ژان بقوسیان، عطرساؤ بنفشه می (1395)، زرین انتشارات دوم، اپا آفتاب کلک.
- برایان تریسی، (1994)؛ شکست اصل ترجمه کار، و کسب و زندگی در موفقیت ناپذیر. اعتضادی منیرالدین (1394)؛ راشین: تهران ششم، چاپ.
- چالدینی، رابرت (2000)؛ روان شناسی د نمودن متقاعد هنر: نفوذ یگران روح ترجمه. الله حمیدی مطلق. محمد، صادقی، (1391). ایرانیان آبانگان: تهران مذاکره، طلایی فنون،
- فیشراجر، و بیست چاپ حیدری، مسعود دکتر ترجمه مذاکره، فنون و اصول. ویلیام یوری، صنعتی مدیریت سازمان: تهران دوم،
- راجر فیشر؛ ویلیام یوری، (1398)، روان شناسی؛ توافق: مذاکرها صوقراچه مهدی ترجمه لی، شباهنگ انتشارات داغی،
- جمال قمری، (1395)، متقاعد سازی 10: و 38 دیگران ترغیب و نفوذ برای سلاح متعدد تجربیات. لیوسا: تهران واقعی، دنیای از ی
- کارنگی دیل، سخنرانی، آیین؛ (1962)؛ ترجمه. علم معیار: تهران قیصری، کبری
- کوشکی جهرمی، علیرضا، مالکی مجتبی، سعید سعید پور،، مهران خدیو زاد؛ (1398)؛ اصول مذا. سپید برگ: تهران اول، چاپ کاربرد، تا مفهوم از موفق کره
- ری لویکی؛ دیگران و جی (1999) و نائجی محمد جواد ترجمه مذاکره، فنون و اصول، (آمه کتاب دوم، چاپ حسومیان، محمدرضا.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی