**Техники вербализации эмоций и чувств**

Лариса Григорьевна Титoвa, кандидат философских наук, профессор Всероссийского заочного финансово-экономического института.

Обмениваясь коммуникативными сигналами, деловые партнеры передают информацию и о своих внутренних психических состояниях: эмоциях, чувствах, переживаниях. Эмоции и чувства служат важнейшими регуляторами их межличностной коммуникации. Вместе с тем эмоциональное напряжение деловых партнеров, их взволнованность, импульсивность, нервозность, нетерпение могут искажать смысловое поле информации, создавая своеобразный «эмоциональный шум», в связи с чем возникает необходимость в оптимизации эмоционального фона межличностной коммуникации деловых партнеров. Это достигается с помощью техник регуляции эмоционального напряжения. Поэтому важным звеном технологической цепочки информационно-коммуникативных технологий является вербализация эмоций и чувств.

Техники вербализации эмоций и чувств включают:

непосредственную вербализацию собственных эмоциональных состояний партнера;

косвенную (опосредованную) вербализацию эмоций и чувств партнера;

метафорическую вербализацию эмоциональных состояний партнера;

вербализацию общности с партнером;

вербализацию значимости партнера.

Техника непосредственной вербализации эмоций и чувств состоит в прямом информировании партнера о собственном эмоциональном состоянии («Меня взволновало...», «Меня тревожит...», «Меня беспокоит...», «Меня радует...») или вербализации переживаемых партнером эмоций и чувств («Вас беспокоит...», «Вас тревожит...», «Вас удивляет...»). Непосредственная вербализация позволяет несколько снизить напряженный психоэмоциональный фон межличностной коммуникации деловых партнеров.

Косвенная (опосредованная) вербализация эмоций является более эффективной для локализации негативных эмоций партнера, когда их непосредственная вербализация не только неуместна, но и неприемлема (например, в сложных конфликтных ситуациях, когда прямая (непосредственная) вербализация негативного эмоционального состояния партнера лишь провоцирует его усиление).

Косвенная вербализация чаще всего реализуется в таких формулировках, как: «Я понимаю, что это беспокоит вас», «Я чувствую, что вы чем-то расстроены». Использование позитивных высказываний при вербализации негативных эмоций способствует снижению эмоциональной напряженности межличностной коммуникации партнеров.

Метафорическая вербализация более приемлема для локализации амбивалентных, противоречивых, эмоциональных состояний деловых партнеров, которые связаны с их двойственным отношением друг к другу, с одновременным принятием и отвержением каких-либо свойств друг друга. Например, нетерпение партнера в межличностной коммуникации может быть связано с тревожным ожиданием бурной эмоциональной реакции на его деловое предложение или с предчувствием быстрого разрешения деловой проблемы.Метафорическая вербализация, использующая аналогии, сходства, сравнения, которые понижают психическое напряжение, способствует позитивной коррекции дискомфортного эмоционального состояния делового партнера.

Техники вербализации общности с партнером. Регуляция эмоционального напряжения в межличностной коммуникации деловых партнеров может осуществляться и с помощью техник вербализации общности с партнером. Подчеркивание общности с партнером должно быть релевантным (уместным), относящимся к деловой, профессиональной или личностной, персонифицированной зоне партнера.Если подчеркивание общности с партнером связано с выделением личностных черт, то эти черты должны восприниматься как его достоинства. Примером вербализации общности с партнером может служить высказывание: «Нам с вами, как творческим людям, присущи изобретательность и поиск нестандартных решений деловой проблемы».

Техники вербализации значимости партнера. Оптимизировать эмоциональное состояние делового партнера можно также с помощью техник вербализации его значимости в решении деловой проблемы.Поскольку «эмоциональный язык» деловых партнеров в межличностной коммуникации нередко является неконгруэнтным, для получения правдивой обратной информации важно подчеркнуть ценность вклада партнера в нахождение оптимального варианта решения деловой проблемы. Такое подчеркивание значимости партнера способствует смягчению напряженного эмоционального фона деловой коммуникации. Необходимое условие вербализации значимости партнера — эмоциональный оттенок формулировки высказывания, его убедительность и искренность. Примером вербализации значимости партнера может служить формулировка: «Ваша способность к быстрому нахождению решений в сложных экономических ситуациях вызывает восхищение».

**Техники активного слушания**

Добиться взаимопонимания с партнером в деловой коммуникации помогают и техники активного слушания. Основными компонентами этих техник являются три ступени рациональной вербализации высказываний партнера: А, Б, В (разработка этих ступеней и их практическое применение впервые было осуществлено Карлом Роджерсом, основателем гуманистического направления в психологии.

Вербализация на ступени А включает повторение сказанного партнером с цитированием его отдельных фраз. Такая вербализация позволяет выделить в высказывании партнера главную мысль и «возвратить» ее партнеру в наиболее приемлемой, мягкой форме. Например, партнер-коммуникатор: «Я считаю, что коммерческий успех невозможен без создания привлекательного имиджа фирмы»; партнер-реципиент: «Вы считаете, что достижение коммерческого успеха невозможно без создания привлекательного имиджа фирмы!».

Вербализация на ступени Б. Если цитирование партнера является нежелательным или нерелевантным «смысловому полю» диалога, то необходимо перейти ко второй ступени вербализации — ступени Б. Она состоит в перефразировании — вербализации высказывания партнера посредством иной формулировки. При перефразировании важно соблюдать два условия: перефразирование должно быть лаконичным и релевантным, соответствующим главному смысловому содержанию высказывания партнера. Ключевые фразы начала перефразирования могут быть следующими: «Если я правильно понимаю Вас, то...», «Другими словами, вы считаете, что...»

В российской деловой культуре, отличающейся высокой контекстностью и полиактивностью, ориентированной больше на поддержание хороших личных отношений с партнером, чем на конечный результат, применение ступени Б получило наибольшее распространение.

Вербализация на ступени В. Наиболее продуцируемая ступень вербализации в российской деловой культуре — ступень В. Она состоит в интерпретации — формулировании высказывания, в котором присутствует предположение об истинном значении вербализованного суждения партнера или причинах его употребления в деловом разговоре.В техниках К. Роджерса интерпретации используются крайне редко, поскольку, по его мнению, они могут быть неточными, искажающими смысловое поле высказывания партнера или лишающими партнера его защитной маски. «Встреча с самим собой» в присутствии других не всегда приятна. Однако в российской деловой культуре межличностной коммуникации использование ступени В более привычно и приемлемо.

**Техники постановки вопросов**

Важное значение при этом приобретают техники постановки вопросов. Они играют большую роль в выявлении смыслового поля информации, получаемой от партнера. Алгоритм этих техник включает в себя формулировку открытых, закрытых и альтернативных вопросов.

Техники постановки открытых вопросов предполагают развернутый ответ делового партнера и получение от него дополнительной информации. Формулировки этих вопросов рекомендуется начинать со слов: «Что?», «Как?», «Каким образом?», «Почему?», «При каких условиях?» (например: «При каких условиях Вы хотите достигнуть изменения сложившейся ситуации?»).

Вопрос « Почему?» в деловой коммуникации может мобилизовать защитные реакции партнера, вызвать его раздражение. Поэтому к его постановке рекомендуется прибегать как можно реже.

К открытым также можно отнести:

информационные вопросы, задаваемые с целью получения информации о каких-либо объектах, включенных в деловую ситуацию;

ознакомительные вопросы, предполагающие выявление мнения партнера по какому-либо конкретному вопросу;

зеркальные вопросы, повторяющие те слова партнера, которые акцентируют смысловой оттенок высказывания.

Все перечисленные виды вопросов расширяют информационные рамки деловой коммуникации и создают благоприятные возможности для поддержания непрерывного диалога с партнером.

При применении техник постановки открытых вопросов необходимо использовать такие формулировки, которые приемлемы для партнера и не вызывают у него психического отторжения. Поэтому вопросы, содержащие скрытые обвинения, упреки, домыслы, из деловой коммуникации должны быть исключены.

Техники постановки закрытых вопросов предполагают однозначный ответ делового партнера. По существу, закрытые вопросы связаны с однозначными ответами «да» или «нет». Кроме того, они могут предполагать и такие краткие ответы, которые сообщают дату или название какого-либо события, количественные параметры какого-либо объекта, включенного в деловую ситуацию. Но поскольку закрытые вопросы не способствуют деловой коммуникации, то их применение желательно ограничить.