

## КАК СИ?

ТЕКСТ РАДОСЛАВА ГАНОЗОВА  
ФОТОГРАФ ТОНИ ТОНЧЕВ

Когато започнем искрено да питаме и да се вълнуваме от отговора на този въпрос, независимо дали го задаваме на нашата аудитория, или на нашите приятели, шансът да стигнем до тях и да ги разберем се увеличава многократно

Познавай и разбирай своята аудитория“ е едно от златните правила в комуникацията. Когато познаваме аудиторията си, знаем точно какво и как да кажем. И това важи в пълна степен както за бизнес комуникациите, така и за личните контакти. За мен най-добрата комуникация би била да накараме хората да се чувстват така,

## СЯКАШ ЧЕТЕМ МИСЛИТЕ ИМ

Можем да посочим техните болезнени точки, предизвикателства, цели и желания толкова ясно, сякаш сме в умовете им.

Представете си за секунда, че имате проблем. Може би искате да отслабнете или ремонтът на жилището ви не върви. Сега си представете, че човекът, към когото се обръщате за помощ, формулира точно вашия проблем. Той разбира вашите вярвания, ценности и отношение към ситуацията. Усещате, че има кой да ви помогне. Вероятно ще се доверите на този човек, нали? Примерът ясно показва, че познаването на нашата аудитория ни помага да разберем какво съдържание и какви послания я интересуват, ориентира ни за подходящия тон и глас, които да използваме. Позволява ни да сме в пълен резонанс с нея, разбирайки по-добре нейните действия и нужди, дава ни необходимата представа, за да намерим решение на нейния проблем. Преди да започнем да говорим на хората, трябва много активно да сме ги слушали. За мен това е в основата на ефективната комуникация, насърчава откритостта, честността и успеха. Когато обръщаме внимание на партньора си в разговора, ние му показваме, че е чул, че думите му имат значение за нас, като по този начин изграждаме доверие. Активното слушане намалява грешките в

общуването, улеснява разрешаването на конфликти и на проблеми и създава по-положителна атмосфера за споделяне.

Повечето пъти, когато чуваме нещо, ние сме ангажирани с пасивно слушане – очакваме мозъкът ни да улови основните точки и да ги занемни за по-късно. Активното слушане обаче е важно умение, когато става въпрос за добра комуникация.

## ДА СТАНЕМ ПО-ДОБРИ СЛУШАТЕЛИ

изисква практика, тя ще подобри способността ни да се свързваме с други хора и да запазваме информация. За мен от изключително значение е как слушаме събеседниците ни – дали следим невербалната комуникация; дали слушаме, без да осъждаме или правим предварителни изводи; дали не налагаме своето виждане и заключения; дали гледаме в очите другия човек по време на разговора; дали задаваме въпроси, което доказва, че следим партньора си внимателно.

Живеем в несигурен, непредсказуем свят и това неминуемо рефлектира върху нашите емоции и комуникационни способности. Един огромен планетарен стрес беше пандемията от COVID-19. Тя предизвика 25% увеличение на разпространението на тревожност и депресия в световен мащаб според доклад на Световната здравна организация. Едно от основните обяснения за увеличението на безпрецедентния стрес е социалната изолация, ограниченията при работата, при придвижване, намалената подкрепа от близките. И още самотата, страхът от инфекция, страданията, скръбта след тежка загуба и финансовите притеснения... Хората станаха други. Извън официалната статистика монте лични наблюдения са, че след пандемията сме по-затворени,

## ДИГИТАЛНИТЕ НИ КОНТАКТИ СА ПОВЕЧЕ ОТ ЛИЧНИТЕ

Сякаш сме много по-чувствителни и същевременно несигурни, повечето от нещата приемаме прекалено лично. По-затворени сме в нашия личен свят и сякаш по-често реагираме с доза агресия и неразбиране, за да се защитим. Как трябва да се адаптира комуникацията към този емоционално променен свят?

Едно от решенията за мен е емпатията – способността да разбираме емоционално какво чувстват другите хора, да виждаме нещата от тяхна гледна точка и да си представяме себе си на тяхно място. Тя води до нашето подкрепящо поведение, дава възможност да „влезем в обувките“ на хората около нас; да разберем какво изпитват. Да проявиш емпатия, е колкото просто, толкова и сложно, защото зависи от мотивацията и емоционалната интелигентност на всеки от нас. Моите наблюдения са, че емпатията и грижата заемат все по-важно място и в бизнес комуникациите. Хората вече не виждат компаниите само като машини за печелене на пари, а като част от общността и имат големи очаквания за тяхното поведение като бранд и вътрешнофирмена култура. Да не се вслушвате и да не предприемате действия спрямо опасенията на служителите, отговорни за успеха на вашата компания, е рецепта за финансова и репутационна катастрофа. Един от начините за подобряване на отношенията работодател – служител и бизнес клиент е изграждане на състрадателно работно място и използването на емпатична комуникация.

Общуването без съпричастност може да доведе до спорове, прибързани решения и загуба на доверие. В проучване на Workplace Empathy от Businessolver 59% от служителите казват, че се страхуват да говорят с



## **РАДОСЛАВА ГАНОЗОВА**

ИМА НАД 25-ГОДИШЕН ОПИТ В КОРПОРАТИВНИТЕ КОМУНИКАЦИИ.

Започва кариерата си в „Мото-Пфое“ като специалист „Маркетингови комуникации Форд“. През 2006 г. се присъединява към екипа на „Актавис“, ръководи цялостните корпоративни комуникации и брандинг на компанията. След придобиването на „Актавис“ от „Тева Фармасютикълс“ през 2016 г. ръководи корпоративните комуникации, брандинг, връзки с институции, политика по КСО на обединената компания. Има висше образование по международен туризъм. Завършила е програмите „Професионален мениджмънт“ към Open University London и НЛП. Завършва магистърска програма по „Организационна психология“ към НБУ. Основател е на представителството на Европейската асоциация на комуникационните мениджъри (EACD) в България и е първият регионален координатор на асоциацията у нас.

мениджър или HR за проблеми с психичното здраве, защото това може да повлияе негативно на сигурността на работата им. 77% от главните изпълнителни директори се притесняват, че от прекаленото съчувствие може да загубят уважение. В рамките на това проучване 70% от служителите и професионалистите по човешки ресурси казват, че съпричастната организация може да повиши мотивацията и

## ЧУВСТВОТО НА ПРИНАДЛЕЖНОСТ

в служителите, защото имат мениджъри, които се грижат за техните нужди. Според резултатите от проучването грижата в компаниите повишава уважението и сътрудничеството между екипите; повлиява положително в посока по-висока производителност и ангажираност, тъй като служителите се чувстват подкрепени и ценени. И не на последно място – намалява текучеството.

Като обобщение – има лесен и труден начин за ефективна бизнес комуникация. Лесният е обвинението. Трудният е възпитанието на емпатична, съпричастна комуникация.

Имала съм етапи в моята кариера, в които си мислех, че съм добър комуникатор, хората ме разбират и това е достатъчно. Дали е така? От дистанцията на опита си мога да кажа, че успешна е комуникацията с грижа, в която търпението и разбирането са ключовете. И за да „имаме правилните ключове“, трябва да работим върху това. Често си мислим, че комуникацията е просто говорене и слушане, но за мен е много повече. Това е умение и като всяко друго изисква практика и усилия, за да станете по-добри в него.

В основата си комуникацията е об-

мен на идеи, чувства и информация. Ние общуваме по много различни начини, вербални и невербални. Независимо дали става въпрос за писане на имейл, говорене по телефона, представяне пред група, или участие в разговор, всичко това изисква комуникационни умения. Ефективната комуникация изисква работа. Необходима е практика, за да станете по-добри в комуникацията.

## МОЖЕМ БЪРЗО ДА НИЖЕЖ ДУМИ

и да ги кажем или изпратим, но това не означава, че комуникацията е била ефективна. Ето защо трябва да се „погрижим“ за правилната комуникация. Трябва да вземем предвид тона, посоката на комуникацията и думите, които избираме. Трябва да „имаме грижа“ да сме търпеливи и да отделим време, за да разберем какво се опитва да ни съобщи другият човек. Трябва да бъдем учтиви дори ако не сме съгласни с посланието, което предаваме. Комуникацията не е просто предаване на нашите мисли, но и разбиране на мислите на другите. Аудиторията има нужда от нашата комуникационна грижа.

И от компетентност и точни послания. Да вземем например всеобщата тенденция пациентите все по-често да търсят здравна информация и подробности за определени симптоми онлайн. Това, от една страна, разширява знанията им, като им помага да бъдат по-ангажирани за здравето си. Освен това интернет може да предостави съвети и успокоение чрез блогове и чат стаи. От друга страна, здравната информация в интернет може да развие тревожност у хората поради объркващи или неточни данни. Не пропускам факта, четърсенето

на здравна информация онлайн може да доведе до самодиагностика. Това е опасна практика, тъй като пациентите нямат клиничен опит, за да синтезират правилно и да разбират информацията, за да формулират вярна диагноза. Пациентите, които сами си поставят диагнозата и се лекуват въз основа на информация от социални медии или интернет, също са проблем. Ето защо сътрудническата връзка и комуникация на пациента със своя лекуващ лекар е от изключително значение.

Този проблем е само щрих от общата картина, в която светът стана друг. Комуникацията към нас и между нас е друга. Дигиталната революция очевидно ни донесе безброй устройства, които правят живота ни по-лесен, по-ефективен и по-удобен. Но по отношение на човешките взаимоотношения и разговори дигитализацията също така наложи някои много високи бариери, които никога преди не са съществували. Живеем в

## ПАРАДОКСАЛЕН СВАТ

въпреки че сме по-свързани от всякога, влизането в офис, почукване на нечия врата без предупреждение или дори необявено телефонно обаждане често може да се счита за натрапване или проява на неуважение.

Outlook, Gmail, Skype, Slack, Zoom, Teams, WhatsApp и Instagram ни носят безспорни предимства. Но за мен техният бум ни накара също така да наложим набор от граници, които ни отделят от пълното преживяване и от резултатите, които могат да бъдат постигнати чрез директен разговор с друг човек. Искрено се надявам, че когато някой ме попита „Как си?“, ще го прави не от куртоазия или лицемерие. А наистина ще иска да знае и чуе моя отговор. **B**



Има лесен и труден начин за ефективна бизнес комуникация. Лесният е обвинението. Трудният е възпитанието на емпатична, съпричастна комуникация.