

## Керівництво з використання

### Карток для роботи з інтересами через емоції та потреби в медіації та переговорах

З картками можна працювати як за допомогою фахівця, так і самостійно.

Все різноманіття способів застосування Карток зводиться до єдиної мети - допомогти клієнту усвідомити свої та/або чужі інтереси в конфлікті, переговорах, в тому числі через роботу зі своїми та/або чужими емоціями і потребами. Часто в такій ситуації ми говоримо про "справжні інтереси", це означає, що вони не лежать на поверхні і можуть відрізнятись від позиції сторони.

**Позиція** - це те, що ми заявляємо як вимога, а інтерес - причина, по якій ми робимо таку заяву. Потреба знаходиться ще глибше, це необхідність, потреба, потреба в чому-небудь.

**Потреба** - наш мотиватор.

Розглянемо простий приклад: новий керівник вимагає від усіх співробітників щодня о 09:00 особисто розписуватися в журналі у секретаря. Це - позиція. Чому керівник її займає? Можливо він хоче (має інтерес):

- 1) поліпшити дисципліну,
- 2) отримати підстави для покарання тих, що спізнюються,
- 3) а може він просто хоче познайомитися зі співробітниками?

Кожен з цих інтересів є всього лише стратегією задоволення якоїсь більш глибокої потреби керівника. У першому випадку - це може бути потреба в порядку, контролі, стабільності і передбачуваності, в другому: потреба в прояві влади, значимості, повазі, а може це потреба у інформації про співробітників, їхні звички, емоційної стійкості і лояльності?

Якщо ми розуміємо потреби, які потребують задоволення, ми можемо підібрати варіанти рішення, які будуть прийнятні для всіх учасників ситуації.

Проблема в тому, що ми не завжди до кінця усвідомлюємо свої потреби і стратегії їх досягнення. Наприклад, проконтролювати час приходу на роботу можна за допомогою електронної системи, а емоційну стійкість співробітників - тестуванням, познайомитися з колективом можна на загальних зборах або в неформальній обстановці, а досягти поліпшення дисципліни через гнучкий графік роботи тощо.

У таких ситуаціях нам допоможуть "#needcards". Як? Розповімо далі.

**Спосіб 1.** Індивідуальна робота (за допомогою фахівця або самостійно) для розпізнавання і визначення пріоритетності власних потреб. Алгоритм:

1 крок - поставити собі/клієнту питання: *що для Вас важливо в цій ситуації?*

2 крок - переглянути картки "#needcards" і відібрати все, що викликали внутрішній відгук. На цьому етапі не слід піддавати свій вибір цензурі, просто викладати перед собою все, що відгукнулося.

3 крок - згрупувати відібрані картки за змістом, ознаками схожості задаючи собі/клієнту питання: *чому це важливо?*

4 крок - вибрати з кожної групи по 1-2 картки, що відображають Ваші найбільш значущі потреби в конкретній ситуації, відносинах. При необхідності повторіть крок 3, доки загальна кількість карток наблизиться до цифри 3 (не більше).

5 крок - пріоритезуйте відібрані картки, розкладіть їх перед собою, дайте собі/клієнту час подумати.

6 крок - задайте собі/клієнту питання: *як зробити так, щоб така-то потреба була задоволена?* Саме час для генерування варіантів (стратегій) задоволення цих потреб.

Повірте, ці варіанти будуть кардинально відрізнятись від тих, що можливо приходили вам в голову як перша реакція на позицію партнера.

Все те ж саме можна повторити щодо потреб Вашого партнера у формі припущень та гіпотез. Але Ви зможете їх перевірити в ході переговорів та/чи медіації.

\*\*\*

Часто в переговорах і медіації ми стикаємося з ситуацією, коли сторони не здатні розмовляти про суть проблем, оскільки ними охоплюють емоції. Важливо розуміти, що емоції - маркери потреб, вони сигналізують нам про те, наскільки останні задоволені. Немає поганих і хороших емоцій. Ви не можете їх не відчувати, але Ви можете їх розпізнати і пропрацювати. Коли потреби задоволені, ми відчуваємо позитивні емоції (радість, задоволення, розчулення тощо), а коли ні - негативні (злість, роздратування, розчарування тощо).

У таких ситуаціях варто почати з "#emocards", приєднавши потім "#needcards".

**Спосіб 2.** Індивідуальна робота (за допомогою фахівця або самостійно) для розпізнавання емоцій, як маркерів ступеня задоволення потреб. алгоритм:

1 крок - поставити собі/клієнту питання: *що Ви зараз відчуваєте (відчували в якійсь ситуації)?*

2 крок - переглянути картки "#emocards" і відібрати все, що викликали внутрішній відгук. На цьому етапі не слід піддавати свій вибір цензурі, просто викладати перед собою все, що відгукнулося.

3 крок - згрупувати картки за змістом, ознаками схожості, ідентичності. Уважно на них подивитися, прислухатися до своїх почуттів. У кожній групі прибрати картки, які здаються менш актуальними, схожими.

4 крок - розкласти перед собою решту картки з однієї групи. Задати собі/клієнту питання: *чому я / Ви відчуваєте цю емоцію? Яка моя потреба не була задоволена? Що для мене / Вас було важливо в цій ситуації?*

5 крок - переглянути картки "#needcards" і відібрати все, що викликали внутрішній відгук, в зв'язку з конкретною картою емоцій. Зіставити їх допоможе наступна конструкція: *"Схоже я відчуваю зараз / відчував в тій ситуації емоцію \_\_\_\_\_, оскільки для мене було важливо \_\_\_\_\_". Саме ця моя потреба вимагає задоволення.*

6 крок - піддайте себе ще одній перевірці і задайте собі питання: *це дійсно моя потреба (глибока необхідність) або просто бажання, каприз, без якого можна обійтись?* Якщо Ваша відповідь: *"Так, це - моя потреба"*, саме час для генерування варіантів (стратегій) її задоволення.

Все те ж саме можна повторити відносно емоцій і потреб Вашого партнера. Безумовно це будуть Ваші гіпотези. Ви зможете їх перевірити в ході переговорів (медіації). Така підготовка дозволить Вам проявити емпатію до партнера, запропонувати більш реалістичні і релевантні варіанти виходу зі складної ситуації.

**3 найкращими побажаннями, команда CMG**

<https://cmg.org.ua>

<https://www.facebook.com/Commercialmediationgroup>