

2.6.1 Informacja zwrotna

Użyteczne informacje zwrotne wymagają stwarzania warunków pozwalających na stałe zachowanie poczucia bezpieczeństwa u nadawców i odbiorców. Mogą one mieć wydźwięk pozytywny (pochwała), ale także negatywny (krytyka). Trzeba je zatem umiejętnie formułować oraz przekazywać w odpowiednim momencie tak, aby odbiorca nie odrzucił ich, bądź nie poczuł się urażony i zniechęcony treścią komunikatu.

Siedem przykazań udzielania ustnej informacji zwrotnej:

1. Zaczynaj od informacji pozytywnych. Często pojawia się tendencja do rozpoczynania od informacji krytycznych, co na ogół wzmacnia postawy obronne u odbiorców, do których są skierowane te informacje oraz utrudnia ich przyjmowanie.
2. Przekazuj konkretne informacje. Informacja zwrotna powinna zawierać nasze odczucia związane z konkretnym zachowaniem (zdarzeniem); odbiorca nie będzie w stanie skorzystać z informacji zbyt ogólnej (np. „fatalnie współpracował”; „nie podobało mi się Twoje zachowanie”); wskazanie na to, co się nam konkretnie nie podobało (np.: „kiedy relacjonowałeś w grupie swoją część pracy, mówiłeś zbyt szybko, nie zwracając uwagi, czy inni cię rozumieją”) lub podobało („uważam, że dobrym pomysłem było zakończenie twojego wystąpienia w grupie trafnie dobraną anegdotą”) pozwala odbiorcy zorientować się, co naszym zdaniem robi dobrze, a co mógłby zmienić.
3. Mów o tym, co odbiorca może zmienić. Informacja powinna dotyczyć tych rzeczy, na które nasz odbiorca ma wpływ, które może zmienić (np. tempa pracy, postawy czy gestykulacji, ale już nie: wyglądu, wzrostu itp.).
4. Mów o tym, co się zdarzyło „tu i teraz”.
5. Unikaj ocen i interpretacji na rzecz opisu. Informacja zwrotna powinna skupiać się na opisywaniu naszych odczuć i sądów na temat konkretnych zachowań danej osoby, a nie na ocenie tej osoby lub interpretacji jej zachowań (np. „zbyt dużo czasu przeznaczyłeś na wstęp kosztem wniosków” zamiast „nie potrafisz dobrze skonstruować wypowiedzi”).
6. Pozostawiaj wybór odbiorcy. Jeśli umowa dotycząca informacji zwrotnej obejmuje także przekazywanie rad i pomysłów dotyczących poprawy jakiegoś działania; odbiorca powinien sam zdecydować, czy chce z nich skorzystać.
7. Skupiaj się na potrzebach odbiorcy. Informacja zwrotna powinna przynieść korzyść partnerowi, a nie być sposobem na „wyrzucenie” z siebie nagromadzonych emocji.

Cztery elementy informacji zwrotnej:

- 1. Mocne strony** (co zostało zrobione dobrze).
- 2. Obszar do rozwoju** (co można poprawić).
- 3. Wskazówki, jak to poprawić.**
- 4. Wskazówki, jak pracować dalej.**

Zasady zawierania umowy w kwestii przekazania ustnej informacji zwrotnej

Zasada	Uzasadnienie
1. Zachowanie czy działanie poddane obserwacji zostanie uprzednio jednoznacznie wskazane, udzielający informacji zwrotnej zna także standardy jego dotyczące i odnosi się do nich.	Tylko tam, gdzie istnieją uzgodnione standardy zachowań i działań, a także obustronna komunikacja na temat tego, co poszło dobrze, a co źle, może pojawić się informacja zwrotna, którą określimy jako konstruktywną.
2. Umowa jest dobrowolna.	Wymuszona informacja zwrotna może zostać zniekształcona przez chęć manipulowania odbiorcą (np. pragnienie zdobycia jego sympatii lub świadomą czy podświadomą potrzebę skonfrontowania się z nią).
3. Nadawca zna i akceptuje zasady konstruowania informacji zwrotnej.	W przeciwnym razie informacja może okazać się bezużyteczna, nie zostanie zrozumiana bądź przyjęta przez odbiorcę.

Źródło:

http://www.ceo.org.pl/sites/default/files/EWP/davBinary/3._zalacznik_nr_5._informacja_zwrotna_i_zasady_jej_udzielania.pdf