

苦い薬は二重に包む

2005年10月12日

薬を飲むときは粉状よりカプセル状のものの方が、こぼしてしまう恐れもなく、苦さを感じなく済む。他人を注意するときも、指摘を何かに包むことで、相手に受け入れ易くできないだろうか。

フィードバック・サンドイッチ

そんな発想から生まれたのが、フィードバック・サンドイッチという概念である。フィードバック・サンドイッチは、注意や指摘を優しい言葉や褒め言葉で「包む」ことによって、相手に受け入れ易くするコミュニケーション技術である。

具体的には、褒め言葉-->注意-->褒め言葉という3段階で、相手側に対するコメントを伝えるというものである。ここで例をひとつ挙げてみる。

部下：今日のプレゼン、気に入っていただけましたか？

上司：相手の反応も良かったし、やはり君が自信持って質問に対応していたのは好印象だったんじゃないかな。

部下：ありがとうございます！

上司：更に良くするためには、メモを見る回数を減らして視線を合わず回数を増やせるといいかもしれないね。総合的に見ると、非常に良い出来だったと思うよ。

部下：はい、これからもがんばります！

根拠

なぜひとつのことを言うのに3段階も踏まなくてはいけないのか？ 指示する相手がコンピュータだったとしたら、こんな非効率なことは考えられない。しかし、今回の相手は人間である。そこで、人間の特徴を考慮したうえで行動する必要があるのは言うまでもない。

根拠のひとつとして、まず「第一印象」の強さが挙げられる。第一印象は、一般的には誰かに初めて会うときのことを言うが、毎日会っている人に対しても「その日の第一印象」という概念が存在する。「あ、部長、今日機嫌悪そうだなあ。」などと思ったことはないだろうか。これも、一種の第一印象である。

その第一印象が、「機嫌悪そうだ」だったら、その人の注意は「多分機嫌悪いから怒ってるんだ」と思われ、内容には深入りしてくれない。そこで、相手の心を開かせるためにも、まずはポジティブな内容から始めると効果的である。

第二段階の「注意」であるが、これは叱り付けるのではなく、上記の例のように「更に良くする為には」と、ポジティブな言葉を使う必要がある。これで、「げ、叱られた」ではなく、「あ、期待されてる」と思わせることができる。

そして、コミュニケーションをする上で第一印象の次に大事なのが、最後の印象。心理実験で10の数字を覚えさせようとしたら最後の数字の記憶力が一番高い、などという話は聞いたことがあるのではないだろうか。これが「Recency Effect」というものである。

コミュニケーションが終わるのは会話の終わりのときではない。相手の頭の中で、記憶が続く限りそれはコミュニケーション＝意思疎通の継続である。従って、最後に「ちえっ、何だよ今日の部長・・・」と思われたら人間関係が悪化するだけでなく、そんな人から言われた注意を無視する可能性が高くなる。やはり人間を相手にする以上、相手の気持ちも考慮するとより良い結果が生まれるのではないだろうか。