

ファシリテーション 技法【応用編】

ファシリテーターの在り方としての Non Violence Communication

1. 場作りにおける問いの設定

ファシリテーション講座の初級編において取り扱う技術（アイスブレイク、チェックイン、グラドルール、ブレスト、KJ法などのテクニカルなもの）は、場の運営（当日の進行等）において効果を発するが、場を開く前の設計段階（どのような意図のもと、どのような問いをたてて場を持つのか）における貢献は大きくない。

そもそも、多様な人の集まる場においては、設計段階で場の目的となる「意図」および対話の出発点となる「問い」が何よりも重要となる（むしろ、意図と問いが明確でない場合は、羅針盤を持たず、出港地も目的港も定めずに航海に出るようなものである）。

また、適正な意図と問いの設定は参加者に対して当事者意識を高める効果を持ち、これこそがスキルとしてのファシリテーションよりも大きく場の価値を左右する。

意図と問いの設計にあたって、意図は主催者の目的意識によるものが大きく、問いは参加者全体で共有可能な問いかけであることが望ましい。意図に主催者の目的意識があることで、場のオーナーシップが明確となり、参加者の認識は揃いやすくなる。問いが参加者一人一人にとって共感可能なものであることで、一人一人にとって自分ごととしての場になる。

2. 在り方としての NVC

問いの設定にあたっては、参加者一人一人のニーズに寄り添ったものであることが求められる。ここで、ニーズを深く把握するための考え方の参考として NVC（Non Violence Communication）を紹介したい。

【NVC とは】

NVC（Nonviolent Communication＝非暴力コミュニケーション）とは、コミュニケーションにおいて相手とのつながりを持ち続けながら、お互いのニーズが満たされるまで話し合いを続けていくという、共感を持って臨むコミュニケーションの方法です。カール・ロジャース博士の弟子のマーシャル・B・ローゼンバーグ博士によって体系付けられました。頭（思考）で判断・批判・分析・取引などするかわりに、自分自身と相手の心（ハート）の声に耳を傾けて、今の感情（Feeling）・ニーズ（Needs）を明確にしていくことで、お互いの誤解や偏見からではなく、心からつながりながら共感を伴ってコミュニケーションをすることを主眼にします。

（Non Violence Communication Japan ホームページより <http://nvc-japan.net/nvc/> ）

【NVC アプローチ】

人の行動は、観察可能な行動・思考の背景に感情・気持ちがあり、その背景にはニーズが存在している。感情、さらにニーズを明確にしていくことで、利害の対立している複数当事者が共通のよりどころとして対話可能な出発点が見えてくる。

- ① 思考・行動 …どう動き、どう話、どう評価・分析しているか
- ② 感情・気持ち…どのように感じているか。心がどう変化しているか
- ③ ニーズ …どのようなものを欲しているか

「意図：小学校の生徒数減少に対する地域としての対応策を皆で考えたい」という場合に、下記の2つの問いの立て方がある。

- i) 行動・評価・思考アプローチ … 小学校を廃校すべしという思考・判断ありきの問い
「問い：小学校の廃校をスムーズに進めるために必要なことは何か」
- ii) ニーズアプローチ：子供たちの学習環境を良いものにしたいというニーズからの問い
「問い：この地域の子供たちの学びの環境を整えるために我々に出来ることは何か」

上記の2つの問いに対するアプローチがある場合、i) はすでに廃校ありきの出発点となっており、廃校に反対する人たちにとっては議論の出発点自体が共感できないものになっている。

NVCにおいては、他者のニーズを把握することと同じように、自分のニーズを把握することも大切であり、ファシリテーターとして場の意図、および問いを設定する場合には、自分の（または参加者の）ニーズを丁寧に捉えていく必要がある。

3. ファシリテーターと NVC

ファシリテーターにとって、NVC 的アプローチが必要なのは場の設計段階だけではない。場の運営中においても、参加者一人一人の表情の変化や声のトーンなどから、「今どのような感情で、その背景にどのようなニーズがあるのか」を常に把握したい。また併せて、自分自身の気持ちや感情、およびその背景にあるニーズに対しても敏感になることで、場に対する問いかけの精度を高めていくことが求められる。

【自己のニーズに対する自覚の有無が問いかけに対して与える影響】

- i) 行動・評価・思考アプローチ：

「●●さんは話が長いのもう少し短く話してください。」

- ii) ニーズアプローチ：

「●●さんの話も大切だが、他の皆さんの意見を聞くことも大切にしたいという思いがあるので、少し短くまとめて発言してもらえると私は嬉しく思います。」