

[12]『コミュニケーション』とは、知覚であり、期待であり、要求であり、情報ではない。コミュニケーションと情報は相反する。しかし、両者は依存関係にある。

①誤解される上司の言動

上司の言動、些細な言葉じり、癖や習慣までもが、計算され意図された意味あるものと受け取られる。

②コミュニケーション成立の条件

コミュニケーションを成立させるのは受け手である。内容を発する者、つまりコミュニケーターではない。彼は発するだけである。聞く者がいなければ、コミュニケーションは成立しない。

③受け手の言葉を使う

ソクラテスは「大工と話すときは、大工の言葉を使え」と説いた。コミュニケーションは、受け手の言葉を使わなければ成立しない。受け手の経験に基づいた言葉を使わなければならぬ。

④受け手の期待を知る

受け手が期待しているものを知ることなく、コミュニケーションを行うことはできない。期待を知って、初めてその期待を利用できる。あるいは、受け手の期待を破壊し、予期せぬことが起こりつつあることを強引に認めさせるためのショックの必要を知る。

⑤受け手の気持ちに合わせる

コミュニケーションは、受け手に何かを要求する。受け手が何かになること、何かをすること、何かを信じることを要求する。何かをしたいという受け手の気持ちに訴える。コミュニケーションは、受け手の価値観、欲求、目的に合致するとき強力となる。合致しないとき、まったく受け付けられないか、抵抗される。

⑥コミュニケーションは組織のあり方そのもの

コミュニケーションは、私からあなたへ伝達するものではない。それは、我々の中の一人から、我々の中のもう一人へ伝達するものである。組織において、コミュニケーションは手段ではない。組織のあり方そのものである。

⑦目標管理とコミュニケーション

目標管理こそ、組織内のコミュニケーションの前提である。目標管理においては「企業もしくは自らの部門に対し、いかなる貢献を行うつもりか」を明らかにしなければならない。