

ツール6：アプリシエイティブ・ストーリー・テリング

このツールの目的

組織におけるグッドプラクティスを記録し、ステークホルダー同士のポジティブな情報共有や一体感、プライドを高める。

このツールを使うタイミング

関係構築フェーズ。MSPのもっと後のフェーズで用いることもできる。

アプリシエイティブ・ストーリー・テリングとは

アプリシエイティブ・ストーリー・テリングは、問題にフォーカスするのではなく、うまくいったことを再確認・再構築することにより、参加者がポジティブに物事を考えられるようにするためのツールだ。CDIでは、MSPのさまざまなフェーズでこのツールを用いているが、主に、MSPにどのような形で貢献しているかについて、ステークホルダー同士にインタビューをしてもらう関係構築フェーズにおいて使用されている。

ツールとしてのアプリシエイティブ・ストーリー・テリングは、1980年代中盤にケース・ウェスタン・リザーブ大学（Case Western Reserve University）のDavid Cooperriderにより提唱された問題解決法である「アプリシエイティブ・インクワイアリー」の手法の1つだ。アプリシエイティブ・インクワイアリーは、明確な目的を目指した変革のための戦略であり、「あり得る姿」についての夢や可能性を追求するために「現在の姿」の最もよい点を特定するものである。



なぜアプリシエイティブ・ストーリー・テリングを行うのか

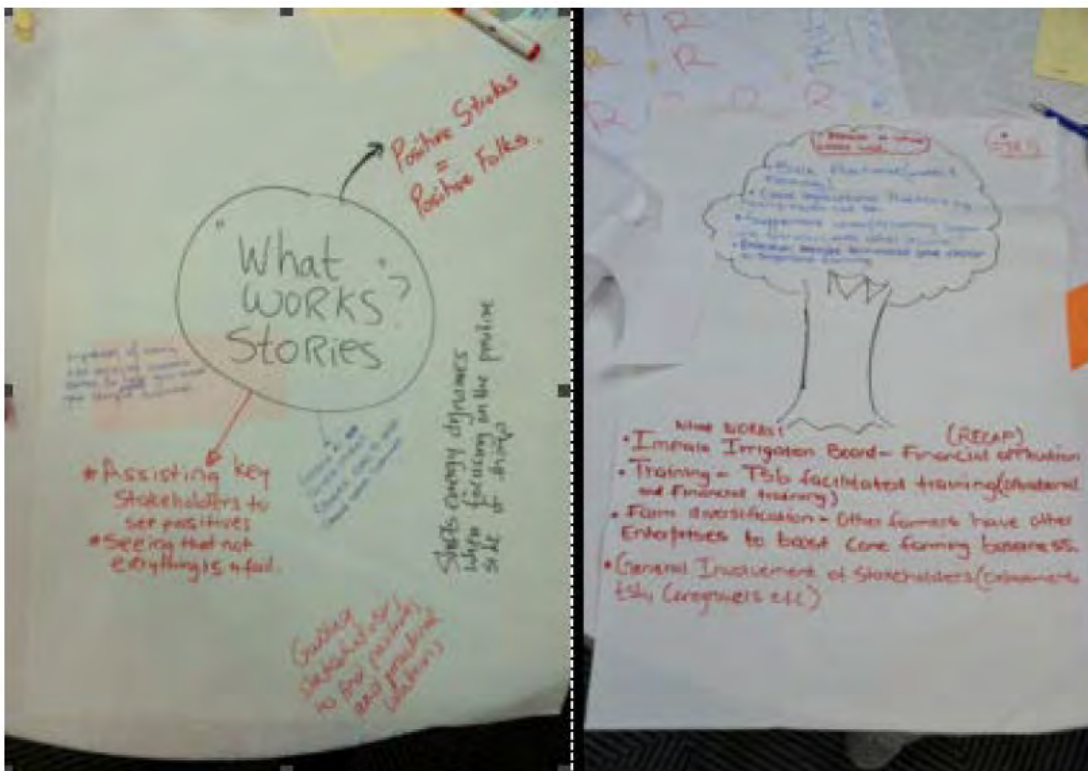
アプリシエイティブ・アプローチは、協働して問いかけを行うものだ。アプリシエイティブ・ストーリー・テリングを行う際は、新たなよい話を収集し、それを皆で賞賛するためにインタビューや相手を認める形で質問が行われる。背景となる考えとは、それぞれのステークホルダーは、他人の誰よりも自らのストーリーを知っている、というものだ。ファシリテーターの役割とは、認識されている問題に対するソリューションを見出すために必要な理解を醸成するための質問を行うことにある。事実や指示をベースにした議論は、反対意見や抵抗を生む場合がある。一方、ストーリーは、非敵対的な対話のきっかけとなると同時に、参加者が身構えたり、傷ついたりすることなく、存在する対立や矛盾の原因を浮かび上がらせてくれる。

アプリシエイティブ・ストーリー・テリング – ステップ・バイ・ステップ

参加者に、MSPに関連する特定のテーマについてのポジティブなストーリーを集約するためお互いにインタビューするように伝える。このツールを使うためには、ストーリーを引き出すために、インタビュースキルが必要になる。インタビューを行う者は「そこにある最高のもの」を把握するため、傾聴する必要がある。ステークホルダーが自らのストーリーを語るができるようにし、それを相手がしっかり聞くことが重要だ。だが、同様に重要なのは、そこで出てきたストーリーの意味についてグループ全員で考え、それらのストーリーを記録に残すことである。

アプリシエイティブ・クエスチョンの例：

- XXXの時の最高の経験は。
- あなた自身やあなたの仕事や組織について、あなたが大切に思っていることは。
- あなたの組織に生命力を吹き込む要素や価値とは – それがなければ、あなたの組織が今とは全く違ったものになってしまうようなものについて教えてほしい。
- この組織のために3つの願い事があるとすれば、どのような願い事か。



アプリシエイティブ・ストーリー・テリングのプレゼンテーション例。Canegrowers/CDIワークショップより（2015/南アフリカ）

さらに知りたい方は：

Appreciative Inquiry Commons, hosted by Case Western Reserve University:

<https://appreciativeinquiry.case.edu/>

ストーリーテリングを評価とデータ収集の手法として利用する場合は、以下が役立つ： ‘Most Significant Change’ by Rick Davies: <http://www.mande.co.uk/docs/MSCGuide.pdf>

以下の付録では、アプリシエイティブ・ストーリー・テリングを用いたLani Peterson による2日間のリーダーシップセミナーの例を紹介する。

付 録

アプリシエイティブ・ストーリー・テリングの例 - 病院スタッフのための2日間のリーダーシップセミナー

フェーズ1：現在について語る

最高の状態のとき、私たちはどのように見えるのだろうか。

アクティビティの例：

1. アイデンティティのストーリー：自分は何者かについてのストーリー

参加者に、それまで知らなかった人をパートナーに選び、自分の名前と家族が代々受け継いでいるものについて話すよう促す。

2. 構築のストーリー：今の自分や今の立場になるに至ったストーリー

部門が違うもの同士でペアになり、参加者に、何故、そしてどういう経緯でこの病院で働くことになったかを話すよう指示する。

3. 定義のストーリー：自分たちを唯一の存在にしてくれ、成功に導いてくれた要素は何かについてのストーリー

4人グループを作り、各メンバーに次のように指示する：

個人やグループがそれまで以上の努力を行った、あるいは対立をポジティブな形で解決したり、この病院がビジョンやミッションを達成できるよう価値ある貢献を行った時のことを話すように。

従業員は、その日聞いたストーリーを通して把握した、確立・実践されている価値観の証しのリストを作成する。

インタラクティブ・フォーラム- 患者、医師、従業員のストーリーについてそれぞれ計3回開催する45分の同じグループに属する人のセッション

フェーズ2：未来について語る

最高の状態のとき、私たちはどのようにになりたいのだろうか。

アクティビティの例：

4. ビジョンのストーリー：将来的にどうなりたいかについてのストーリー

フェーズ1で集められたアプリシエイティブ・ストーリーから得られた価値観を出発点として、異なる部門の8名でグループとなり、参加者は、将来の「理想」の組織像について創造力溢れるプレゼンテーションを作成する。医師、看護師、事務スタッフ、理事会メンバーがチームワークを発揮することが最重要となる。これに続いて、詩や歌、寸劇、観客も巻き込んだゲームを含めたドラマ仕立てのプレゼンテーションで、課題を示し、同時に楽しく実りある結果についても紹介する。

5. リーダーシップのストーリー：自分たちの組織が理想の目的を果たせるようにするための効果的方法についてのストーリー

原則や慣行のリストを書いた印刷用紙をすべての壁に貼った後、参加者に、自分にとって最も優先度合いの高い5つにマークするように言う。自分にとって最も重要なものに各人が公の場でマークしていくことにより、明らかなパターンが浮かび上がってくる。リーダーのチームと部門別グループは、この新たな情報をどうすればすぐに統合していけるか、そしてその場で生まれたグループとしてのビジョンを達成するための長期的な取り組みをどうすれば開始できるかについて議論する。

まとめ：

その後数週間内に、すべての参加者に結果を送付する。2つのフェーズからのデータは、9つの主要原則にまとめられ、参加者が決めた優先度の高さ順に並べられている（優先度が高いと考える原則の横にマークを付けるよう参加者は言われたのは、セミナーの間に優先順位を付けるためだ）。各主要原則は、一連の具体的目標とその原則を効果的なものとするための一般的能力により、さらに詳細化される。

例：

原則1：常に患者様が第一。

具体的目標：

- 病院内外の顧客の期待と要求に応えることにより、全スタッフにとっての優先事項として確立させる。
- 治療やサービスの改善のため、顧客から直接情報を得る。
- 患者様との効果的な関係を構築・維持し、患者様からの信頼と尊敬を獲得する。
- 一般的能力：
 - 傾聴、思いやり、共感
 - オーナーシップ、個人としての説明責任
 - プロセスを評価し改善するスキル

出典：Lani Peterson (2008) Integrating Appreciative Inquiry with storytelling: fostering leadership in a healthcare setting. AI Practitioner February 2008.

www.arnzengroup.com/wpcontent/uploads/2012/09/appreciative-inquiry-storytelling1.pdf