

出口汪著 Hiroshi Deguchi

出口汪の使える論理力

Forest
2545
Shinsyo

はじめに



「論理力」を鍛えなければ、あなたの悩みは解決できない

「誰とでも苦痛を感じることなく話せるようになりたい」

「仕事でもプライベートでも良い人間関係が作れるようになりたい」

「相手を傷つけずに自分の主張を通したい」

「上司や部下に的確に情報を伝えられるようになりたい」

「メールなどのビジネス文書を短時間で書けるようになりたい」

「プレゼンやセールスで相手を説得できるようになりたい」

……などと、社会生活のあらゆる場面において、あなたは悩みを抱えているのではない

でしょうか。

でも、どんな本を読んでも、これらの悩みは絶対に解決できません。

どんなに「話し方のテクニク」や「とってつけたような例文」を学んでも、「コミュニケーションの問題は解決できないのです」。

なぜでしょうか？

コミュニケーションには相手がいるからです。そこにはあなたではない「他人」がいるのです。だから、全員に対して有効な「テクニク」や「常套句」じょうとうく「例文」があるわけないのです。まして、そんな「テクニク」や「常套句」「例文」は相手に何も伝わらないどころか、逆に不快感を与える可能性さえあるのです。

そこで、本書では、**【他者意識】** ↓ **【論理力】** ↓ **【メタ意識】** の順で、どんな場面にも、どんな相手にも通じる論理的なコミュニケーションを学んでいただきたいと思えます。この方法は、「仕事」でも「プライベート」でもどんどん使える方法です。



「論理力」↓「メタ意識」という考え方

「コミュニケーションには相手がいる。でも、多くの人が主観や感情だけで人間関係を作ろうとしている」というのが現状でしょう。たとえあなたが客観的な人だとしても、相手が主観的な人間ならどうにもなりません。そこで「メタ」という考え方が有効になるのです。

では、「メタ」とは、何でしょうか。

おかげさまで拙著『奇跡の記憶術』（フォレスト出版）はベストセラーになりました。この本で私は初めて「メタ記憶」について紹介しました。脳科学と論理力の統合こそ最強の勉強法であることを提案した一冊です。

メタとは「超」という意味。「超自我」とか「メタ認知」といった言葉がすでに学問の世界では大手を振っています。私はその「メタ」という言葉をあなたの人生を変えるキーワードとして活用したいと考え、多くの人が悩む「コミュニケーション」について本書で書くことにしたのです。

コミュニケーションで大切なのは、この「メタ意識」なのです。

あなたはメタ意識を身につけることで、「どんな場面でも、どんな相手にも通用するコミュニケーション術」を手に入れることができます。

たとえば、（後で詳しく説明しますが）「メタ意識」では、思考を「クローズアップ」させたり、「フェイドアウト」させたりすることでコミュニケーションをスムーズにすることができますようになります。

その他にも多くの「すぐに使えるテクニック」を紹介していきます。さらに、【例題】と【トレーニング】も盛り込むことで、この一冊だけで確実に「最強のコミュニケーション術」が身につくようにしました。

つまり、

「人間関係に悩まない人生」

を手に入れることができるのです。

第一章では、なぜ、多くの日本人がコミュニケーションがうまくいかずに悩んでいるのかを説明していきます。

第二章では、**メタ意識の一番のコア**となる「**他者意識**」を紹介します。まずは、自分中心の考え方から、相手中心の考え方に変える方法をお教えします。

第三章では、いよいよ**メタ意識**を身につけ、「**論理力**」を鍛える方法を紹介します。

第四章では、**メタ意識**を使った「**論理力を鍛える話し方**」15の法則を紹介します（法則ごとに具体例があるので分かりやすくなっています）。

第五章では、**メタ意識**を使った「**論理力を鍛える書き方**」15の法則を紹介します（法則ごとに具体例があるので分かりやすくなっています）。

第六章では、習得した**論理力**を実践する、**私のオリジナルなトレーニング問題**です。（何よりも重要なのは自分で「考える」ことです）。

本書を読み、**メタ意識**から**論理力**をアップして、誰からも好かれる「**話し方**」「**書き方**」「**コミュニケーション術**」を身につけ、あなたの人生をよりよいものにしてください。さ

あ、ページをめくってください。

あなたの人生が今から変わります。

出口
汪

出口汪の使える論理力●目次

はじめに

「論理力」を鍛えなければ、あなたの悩みは解決できない / 3

「論理力」↓「メタ意識」という考え方 / 5

第一章 なぜ多くの人が、自分の主張をうまく伝えられないのか？

「論理力をアップする「メタ意識」の重要性」

人は同じ風景を一つとして同じように見ていない / 18

人は自分の考えが絶対に正しいと信じる動物である / 20

様々な事象を疑ってみることで再発見をする / 22

優秀な人でも面接試験で落とされてしまう理由 / 24

面接官の目を通して、自分の面接シーンを見る / 26

企画書が書けないのは論理力の欠如 / 28

企画書は自分の意見ではなく、論理的なデータと分析が必要 / 30

人は言葉によって秩序ある世界を生み出した / 31

「論理力」は他者がいることで鍛えられる / 33

他者意識で相手を捉え直してみる / 35

男性は女性に、女性は男性に視点を切り替えてみると…… / 36

コミュニケーションのいらぬ社会は存在しない / 38

ビジネス社会こそ、メタ意識が必要 / 40

第一章のまとめ / 42

第二章 論理力も恋愛も学校では教えてくれない!?

↳ 論理力の土台となる「三つの規則」

論理の前提としての「他者意識」／ 44

「他者意識」の芽生えが論理を生む／ 46

初恋は論理の登竜門／ 47

学校では論理力を教わらない／ 50

「論理力」を鍛えるために必要な三つの規則／ 52

具体↓一般という抽象——イコールの関係／ 53

ニュートンの「リンゴが木から落ちる」も「イコールの関係」／ 55

混沌から言葉が誕生した——対立関係／ 57

原因↓結果という論理の一本道——因果関係／ 59

論理力は誰でも獲得できる／ 62

第二章のまとめ／ 65

第三章 論理力を鍛えるための思考法

～あなたの思考を様々な視点で見直すと……～

自分を客観的に捉えた世阿弥の教え／68

離れたところから自分を見る目を養う／70

自分の視線を自在にコントロールする遠近法／71

自分の視点を動かす思考訓練「クローズアップ」と「フェイドアウト」／74

「クローズアップ」と「フェイドアウト」を切り替えてみる／76

対立する物事も解決してしまう視点の捉え方／78

自分の視点を捨てれば感情もコントロールできる／80

小説を読めば、視点の切り替えが鍛えられる／82

レトリックを使って「コインは丸い」という常識を外す／84

第三章のまとめ／87

第四章 論理力を鍛える話し方15の法則

世界の見え方を変える30の方法／90

法則1 「他者意識」を持つ／92

法則2 話題を提示する／95

法則3 相手の立場を気遣う／98

法則4 言葉は決して共通ではない／101

法則5 自分の声を意識する／104

法則6 相手の趣旨をつかむ／107

法則7 要点は明確にする／110

法則8 「イコールの関係」を利用する／112

法則9 相手が語った「常識」や「前提」を疑う／115

法則10 話の腰を折らない／118

法則11 論点のすり替えに注意する／121

第五章 論理力を鍛える書き方15の法則

- 法則12 文脈をつかまえる / 124
- 法則13 第一声で聞き手をのみ込む / 126
- 法則14 「問」を大切にする / 129
- 法則15 前置きを長くしない / 132
- 話すのとは違い、文章は書いたら訂正できない / 136
- 法則16 「話し言葉」と「書き言葉」は違う / 137
- 法則17 「書き言葉」は視覚に訴える / 140
- 法則18 書いた文章だけで意見を完結させる / 143
- 法則19 自分の主張は最後に書く / 146
- 法則20 言葉に「キレ」と「重み」を持たせる / 149

法則 21	「主語と述語」を押さえる	152
法則 22	「接続語」を意識する	155
法則 23	読み手の意識を予想する	158
法則 24	三つの論理的関係がキモ	161
法則 25	書き手の主張は一つにする	164
法則 26	各段落を論理で関係づける	167
法則 27	設計図を作って全体を俯瞰してみる	170
法則 28	文章の骨組に理想的な肉付けをしていく	173
法則 29	視点を変えたレトリックを駆使する	176
法則 30	「書くという行為」こそ、思考の始まり	179

第六章 論理力を使えるものにするためのトレーニング

〈問題と解答を読むだけで理解度アップ〉

メタ意識を理解できれば論理力はアップする / 184

使える論理力にするためのトレーニング問題の目的 / 185

問題1 あなたは脳死判定をどう考える? / 186

問題2 援助交際を正当化している女子高生に、援助交際をやめさせるには? / 190

問題3 マンションの公園で対立する、お母さんたちの言い分は? / 195

問題4 先生の本当の思いが分かるか? / 200

問題5 新聞記事を両方の立場から考えると? / 207

明治以降からこれまでの日本に、論理力は必要なかった / 210

ネット時代に必要な「論理力」というリテラシー / 212

第一章

なぜ多くの人が、自分の主張を うまく伝えられないのか？

～論理力をアップする
「メタ意識」の重要性～



人は同じ風景を一つとして同じように見えない

私たちは主観でしかものを見ることができません。そのことを意識することが、あなたの「考え方」、さらにはあなたの「話し方」「書き方」を劇的に変えるための不可欠の条件です。

言い換えれば、

「私たちはそれぞれ異なった風景を見ている」

のです。では、いったい「見る」とはどういうことでしょうか？

私たちは網膜に映った映像を知覚しています。知覚するということは、「目で見て、それを脳で認識している」わけです。脳を経過させるということは、私たちはみな、同じ風景を同じようには見ていないということなのです。

たとえば、浜辺での夕焼けでも、恋人と二人で見ると、失恋して一人で見るとでは、

ずいぶん異なつて見えることでしょう。

それだけではありません。

あなたがある人に初対面で会ったとしましょう。おそらく最初はぎこちなく接していたのが、だんだんリラックスするにつれ、相手に対してほんの少し好意を抱くいだようになるでしょう。

そして、再びその人と会った時、当然初対面の時とは印象が違って見えるはず。なぜなら、あなたは最初に会った時の相手の印象に重ね合わせるように、二回目はその人の容姿を見たはずだからです。

そうやって、過去の風景に現在の風景を重ねて、繰り返し今の風景を作っているのです。だから、好きな人はより一層好きになるかもしれないし、嫌だと思つた相手とは、嫌な思いをした過去の風景を重ねて今の相手を見るから、ますます悪印象を抱いたりするわけです。

つまり、誰もが同じ風景を、同じようには見ていないのです。

映画やテレビドラマの主演に対して、最初はそれほど魅力的とは思えない役者でも、場

面を重ねるに従って次第にだんだん魅力的に思えてくるものです。これも同じ原理が働いています。たとえば、不細工なコメディアンがバラエティ番組にしばしば登場するうちに人気者になるのも同じことでしょう。

誰もが同じ対象に対して異なった風景を見ているということは、誰一人客観的にものを見ることができない人間などいないということを意味します。

その自覚こそが、「メタ意識の第一歩」なのです。

自分が客観的にものを見て、客観的にものを考えていると信じて疑わない人こそ、実はもつとも真実が見えていない人と言えるのです。



人は自分の考えが絶対に正しいと信じる動物である

人は主観的にしかものを見ない、このことの自覚からスタートしましょう。もう少し厳密に言うと、人は自分の視点でしかものを見ることがないと言ってもいいでしょう。

たとえば、私たちが信じていた権威ある情報、正しいと思っていた情報でさえも、実は主観的で恣意的なものではありません。しかも、今や激動の時代、私たちは大変困難な

時代を生き抜かなければなりません。権威ある情報をただ鵜呑みにしているわけにはいかなくなりました。

それぞれの情報がいったいどんな立場からのものなのか、それを一つひとつ検証して、その中で総合的に正しい情報突き止めていかなければなりません。

それゆえに、あなたは真に賢くならなければならないのです。

そのための方法が「メタ意識」なのです。

今、世界中を緊張状態に陥れているのは、自由主義対共産主義のイデオロギー的な対立ではなく、宗教に根ざした対立です。

パレスチナ問題、インドとパキスタンとの紛争、アメリカとイラクとの戦争、アメリカの9・11テロ事件、そしてノルウェーのテロ事件と、すべてがキリスト教、ユダヤ教と、イスラム教徒の戦いです。

そして、これらの宗教はすべての根っ子は同じで、しかも一神教です。

一神教では自分たちの神しか認めません。自分たちの神は絶対で、相手の神は悪魔、自分たちの行為は正義で、相手の行為は悪なのです。だからこそ、際限なく戦いは続きます。

たとえば、自爆テロ。自分が死ぬことで、何の罪もない多くの人たちを巻き添えにする自爆テロは、到底私たちには理解することができません。

ところが、このような理不尽な自爆テロも、一神教的な価値観からすると、彼らの中ではそれなりに説得力のある論理となります。ですから、事態はそれほど容易ではありません。

彼らはこう信じているのです。自分たちは正義であって、アメリカは巨大な悪である。そして、武力ではどうしても太刀打ちできない時、自爆テロによって相手に打撃を与え得ることは聖戦であり、神の意志に沿う行為だ、と。



様々な事象を疑ってみることで再発見をする

自爆テロで命を落としても、その魂は瞬時に神によって救われ、天国に行くことができると信じているからこそ、アメリカが武力によって圧倒すればするほど、自爆テロはなくなるどころか、ますます盛んやっかいになっていくのです。

死を恐れない人々ほど、厄介やっかいなものはありません。

何も、私は特定の宗教を批判しているわけではありません。こうした一神教的な硬直した世界観が、いまだに世界中を覆い尽くしているといった事実を指摘しています。

自分たちだけが正義で、相手が悪ならば、その争いは永遠に終わることはありません。そして、ほとんどの戦争は正義という名の大義名分によります。

メタ意識こそ、こうした硬直した世界観を打破します。

実は、一神教的な世界観を「コロンブスの卵」のように覆す思想が、古来の日本の思想の中にあつたのです。

日本には昔から「八百万やおよろずの神」という考え方があります。一神教的な世界観から見るとこれは多神教で、それゆえより原始的なものとされてきました。

ところが、「八百万の神」は何も多神教ではなく、そこには「一神即多神」といったダイナミックな発想の転換があつたのです。

つまり、宇宙を創造した根源的な神は一人（一神）だけど、その神は時と場所にに応じて、様々な姿で現れる（多神）といった発想です。

これは後で述べる「レトリックの発想」とも近いのです。

確かに、宇宙を創造したほどの神ですから、人間の目に見えるはずがありません。その神を語る時、人は時と場所に応じて様々なレトリックを駆使して表現したわけです。

イエスも、マホメットも、釈迦しやくかも、もしかすると同じ神を語っているわけで、そのレトリックを絶対と信じ、殺し合いをしてきた人間の歴史ほど愚かなものはありません。

大切なことは、自分の神、思想、価値観を一度は疑ってみることです。そして、相手の神、思想、価値観で、今度は自分自身を見つめ直してみる（対象化する）ことです。

その時、メタ意識が動き出します。今度はより高い「天の目」で、もう一度真の自己を発見するのです。メタ意識こそ、世の中を抜本的に捉え直とらすために必要なのです。



優秀な人でも面接試験で落とされてしまう理由

私の周りにも、書類選考、筆記試験と何千倍もの難関を潜り抜けながら、いつも最終選考である面接で落とされる学生がいます。

一次試験、二次試験に合格したわけですから、成績が優秀なことは明白です。おそらく一流大学の学生でしょう。

それなのに、面接試験となると必ず落とされる。それが繰り返されると、何だか自分の人格まで否定されているようで、これから社会に対してどう対処していいのか分からず、自信喪失に陥ってしまいます。

第一、何のために今まで苦勞して一流大学に合格し、ひたすらまじめに授業に取り組み、好成績を維持してきたのか、すべてが無意味に思えてくるようです。

ですがやはり面接試験に落とされるには、それなりの理由があると考えなければなりません。その理由を突き止めないと、また次の面接でも同じ過ちを繰り返すことになります。果たして何が悪かったのでしょうか？

私自身も、就職試験の面接をした経験がありますし、私の知人には大企業の面接をする人たちがたくさんいます。そうした人たちに聞くと、面白いように同じ答えが返ってきます。

面接の際、あなたの選考基準は何ですか？ と聞くと、彼らは決まってこう答えます。

「一緒に仕事をしたいと思うかどうか、それだけです」

「同感。同感」と、私も思わず答えてしまいます。

面接を受ける学生は、なぜこんな単純なことが分からないのでしょうか。

それは自分の視点からのみで、物事を考えているからなのです。

多くの学生は面接の場で、自分がいかに優秀かをアピールしがちです。その結果、どうしても過度に自己主張してしまいます。そんな時は一度、立ち止まってメタ意識という高い次元で面接で落とされた原因を考えてみる必要があるのです。

面接官の目を通して、自分の面接シーンを見る

面接官はあなたが就職しようとしている、将来の会社の上司です。当然、自分の部下として使いたい学生を採用するのではないのでしょうか。

仕事は入社してから教え込むのですから、自分の命令を素直に聞いてくれる、しかも、職場環境に順応しやすく、他の社員とも協調できる部下を持ちたいと思っっているはずだ。

次に、面接を受けに来ている自分を含めて、より高い地点から物事を捉え直してください。

い。面接官に向かって、自分の優秀さをペラペラと述べ立てる自分の姿を、面接官の立場から想像してみるのです。

自分の優秀さをいくら口にしたところで、面接官がそれを鵜呑みにするはずがありません。第一、短い時間で学生の能力など判定しようがありません。

そのために、一次、二次試験で学力試験を課してきたわけで、大学の成績を見ればある程度、客観的に判断ができるのです。

面接試験を課するのは、学生の能力ではなく、果たしてどんな人間なのか、自分の目で見て判断したいからです。

面接官の多くは、採用か不採用かを瞬時に決めると言います。その時の判断基準が、「こいつと一緒に仕事をしたいか。こいつを自分の部下にしてもいいのか」であり、彼らはそれを直感的に判断するのです。そして、後は確認作業に過ぎません。

面接会場で、面接官たちとその前に座らされている自分、それら全体の情景を空から眺めるようにメタ意識を使えば、自分がどんな言動をすべきなのかが分かるし、緊張してあがったり感情的にならず、冷静に判断することができますようになります。



企画書を書けないのは論理力の欠如

最近の若いビジネスパーソンはまともな企画書を書けないと、多くの起業家たちが私の前で口をそろえて言います。

企画書を書けない根本原因は、「論理力の欠如」です。自分が思いつくままに文章を書いたところで、相手は自分と別の人間であって、そう簡単に自分の考えを理解してくれるはずがありません。

企画書こそ、あなたの論理力が問われます。

ただ、問題は論理力だけではなさそうです。というのは、企画書は複数の視点から一つの物事を捉えなければなりません。

当然、そこで要求されるのは、メタ意識です。

私は出版社を経営していますので、たとえば「ダイエット本」の企画を例に挙げてみましょう。

まず「ダイエット」といったテーマ自体がどれほどのマーケットがあるかの調査、分析

が必要です。その際、大切なのは正確なデータと、その分析。

「ダイエット本」は年間何冊くらい刊行され、全体でどれだけ売れているのか、もったも売れている本は何で、発行部数はどれくらいか？ 購買層の男女比は？ 年齢層は？

そういったデータを提示した上で、それをどう分析したのか、ここそがあなたの能力が問われるところです。

おそらくダイエット本は同じ人間が繰り返し買っているはずで、買わない人間は一冊も買わないはずです。

では、いったいどれほどの人間がダイエット本を買うのか、一人平均何冊くらい買っているのか、もちろんこれらは正確に分かるはずはなく、何らかのデータをもとに推測するしかありません。

次に、ベストセラーになった「ダイエット本」を取り上げ、なぜ売れたのか、他のダイエット本とどこが違うのか、主な購買層は何かなど、分析していきます。それに対して、まったく売れなかった「ダイエット本」との比較を提示しても面白いと思います。



企画書は自分の意見ではなく、論理的なデータと分析が必要

そういった現状の調査、分析をもとに今度の新しい企画を提案するのです。

今度の企画は既存のベストセラーと比べて、どこが新しいのか？

売れなかったダイエツト本の轍つとを踏んでいないか？

購買層はどこに焦点を当て、販売戦略はどうするのか？

価格と発行部数、販売時期は？　そして、その根拠は？

大型書店二十店に配本するのか、都市中心の販売か、地方かなど、広告も含めて緻密ちみつな

販売戦略を立てなければなりません。

企画書が書けないビジネスパーソンは、ただひたすら自分の意見を書くだけなのです。

その意見がどんなに素晴らしいものでも、それは主観であり、何の客観的な裏付けもないものです。

自分がそう思っても、人がそう思うとは限らないということ。

そういった他者意識を持てば、それを誰もが納得できるように論証しなければならぬ

ことが分かります。

その時、いったんは自分の主観から離れて、より高い「天の目」のごとく物事全体を俯瞰かんします。それこそがメタ意識です。

一つの意見を提示するには、それを裏付ける客観的なデータと、それに対する分析が必要であり、それに基づいて初めて自分の意見が主張できるのです。

そして、全体と部分が論理的に関係付けられているかどうか。

たとえば、市場全体の現状分析と、自分の企画のコンセプトが符合しているかどうか。

企画書は多くの人たちの目に触れるものです。そして、多くの人たちからあなたの能力が評価されます。

自分の企画が採用されるか否かはともかく、企画書はあなたの論理力、そしてメタ意識がたった数枚の紙で露あらわになる、実は、非常に怖いものなのです。



人は言葉によって秩序ある世界を生み出した

メタ意識の有無は、その人の言語の中に如実に表れます。どんな言語を、どのように

使っているかで、その人の世界の捉え方がすぐに分かってしまいます。

言葉には、感情語と論理語と二種類あります。そして、この二つの言語は、似て非なるものと言えるでしょう。

感情語は先天的なもので、そこには他者意識はありません。それに対して、論理語は後天的なもので、他者意識が前提となっています。

感情語は生まれながらに肉体にこもった言葉です。犬や猫が鳴くのも自分の感情や意志を表現するためで、感情語と言えるでしょう。たとえば、犬や猫はその言語を学習によって習得したわけではありません。ワン、ニャーなど種特有のそれぞれの言語の使い方は生まれながらのものなのです。

肉体にこもった種特有の音を発するのが感情語と言えるでしょう。

人間だって例外ではありません。赤ちゃんが泣くのは何も悲しいからではなく、お腹がすいたとか、だっこして欲しいとか、それは立派な言語なのです。

感情語には他者意識はありません。

赤ちゃんは泣けば、誰かが自分の不満を察して解決してくれると思っています。誰も何

もしてくれなければ、むずかるか泣き寝入りをするしかありません。

ところが、人間は社会的動物ですから、赤ちゃんもやがては大人たちの言葉の使い方を真似まねし始めます。ミルクをもらえるまで泣き続けるよりも、「まんま」と言った方がはるかに楽ですから、そういった成功体験を積み重ねるうちに、子供はだんだん泣かなくなっていくます。

でも、やはりそれは感情語であることには変わりはありません。

それに対して、**論理語は後天的で、学習・教育によって習得すべきものです。**

論理語が存在しない時は、人間にとって世界は混沌カオスでした。ところが、人間は言語によって、混沌から秩序ある世界へと、見事に変換したのです。



「論理力」は他者がいることで鍛えられる

人は「空と大地」「空と海」「男と女」「動物と植物」「神と悪魔」といった具合に、世界を「イコールの関係」「対立関係」で整理し、その秩序の中で暮らし始めました。

そうした秩序ある論理語は、他者意識が前提です。自分の思いや意志、考えをどうやっ

て自分以外の他者に向かつて説明し分かってもらうか、そこから論理が生み出されます。そして、人間の論理的思考は、そのまま言語によって表されます。論理語を使いこなせない人間は、やはり論理的ではないのです。

さて、私たちの言語の使い方はどうでしょうか？

たとえば「ムカツク」は、もともと肉体にこもった言葉です。自分が不快ならば「ムカツク」わけで、そこでは何が真実なのか、何が正義なのかは、一切問題とされません。

自分の不快な気持ちを相手に説明しようといったベクトルさえ見られず、誰かが自分の不快を察して、それを解消してくれることを無意識のうちに期待しているのです。

まさに赤ちゃんが泣くのと同じことです。

誰もそれを解消してくれなければ、突然キレるか引きこもるしかありません。

「ウザイ」「ビミョウ」など、感情語でしか話せない若者たち。それはすべてを主観的世界で捉えていることに他なりません。



他者意識で相手を捉え直してみる

人は主観的にしかものを捉えることはできません。同じ対象に対しても、それぞれの主観を通して、異なった風景として捉えているのです。

先にも述べましたが、私たちはそのことを自覚して出発しなければなりません。

男性は男の主観で世界を捉えているし、女性は女の主観で世界を捉えているのです。そして、自分の捉え方が正しいと、何の根拠もなく信じ込んでいます。

それが「頑固」の正体です。柔軟な思考にとって頑固はもつとも厄介な状態です。なぜなら、それは思考停止状態を意味するからです。

上司が安酒場で「近ごろの若者は——」と愚痴を言う。

こんな光景をよく見ますが、若者は上司のことが理解できず、上司は若者のことが理解できないのは、いつの時代でも変わらない光景です。

成功を夢見ながら、平凡な人生しか送れない人は、自分の視点から世界を見ることを変えようとはしません。そして、いつでも自分は正しいと思い込み、自分が理解できない若

者を見て、「近ごろの若者は——」と嘆くのです。

その人にとっては、世の中は平凡で、退屈に見えるのでしよう。ほんの少し角度を変えてものを眺めると、世界は絶えず瑞々みずみずしく蘇よみがってくるのに、そんなことには気づきもしません。

そして、実際に平凡で退屈な人生を送るのです。

上司は部下の、部下は上司の視点で、ものを捉え直してみましよう。

自分が正しいと信じていたことも、自分の主観的な価値観だったことに気づくはずです。常識だって、視点を変えれば、いつだって非常識に早変わりです。

そして、もう一度自分の視点に戻ってきた時、自分の視点と、それと正反対の視点を超え、全体を俯瞰する「天の目」を獲得するのです。

その時、あなたの中にメタ意識が芽生えます。



男性は女性に、女性は男性に視点を切り替えてみると……

人は主観的にしかものを捉えることはできないと考えると、男性は女性を理解できない

し、女性は男性を理解できません。

でも、本当にそうでしょうか？

男性はいつだって男性の視点でしかものを見ず、女性はいつだって女性の視点でしかものを見ていないから、お互いに理解できないと決めつけているのかもしれない。

第一、日本はずっと男性社会でした。いや、男性社会と意識しないほど、誰もが（女性も含めて）男性の視点で物事を捉えていた社会だったのです。

私は何も男性が女性よりも上位にあったと、権利の問題を取り上げているわけではありません。

現代社会の価値観が、いつだって男性の視点で捉えられていたと言いたいだけです。

もし、そうであれば、男性が思いきって女性の視点で世界を捉えた時、今までなかった新鮮なアイデアが浮かんだり、新しい発想が生まれたりしてくるかもしれません。

大人が子供の視点でこの世界を捉え直してみる、これは文学の世界では昔から作品化されてきたことですが、そうすることで、私たちが忘れてしまったことを思い出したり、世界をもう一度子供の目で瑞々しく蘇らせたりすることができます。

そして、こうした視点の切り替えが、メタ意識を獲得するためにはどうしても必要なのです。



コミュニケーションのいらない社会は存在しない

人間は社会的動物であって、一人で生きていくことは不可能です。孤独が好きな人間でも、誰かが作った食料を、誰かの料理で食べるわけですし、第一、その住居も、衣服もすべては誰かが作ったものであって、自分一人で生きていくことなど到底不可能なのです。

私たちはそうした社会の中で、お互いに理解できない人間たちと、うまくコミュニケーションをしながら生きていくしかありません。

人間はすべて主観的な動物です。そうした主観的な人間同士が、お互いにコミュニケーションをしながら、共同社会を形成していくのですから、生きていくのが大変な試練であることは疑う余地もありません。

会社という狭い箱の中で、決められた席について、隣の人と毎日毎日仲良くやっつけていかなければならない、それは考えると実に大変なことなのです。

たとえば、今、あなたは会社の中で、誰の隣の席に座っていますか？

おそらくあなたと性別も年齢も立場も、好みも価値観も異なる人と、毎日朝から晩までうまくやっていかなければならないのでしょうか。

あなたはあなたの主観でその人を捉えているし、相手も相手の主観であなたのことを見ているのです。

そして、自分の主観的な捉え方から転換できないと、相手の存在自体を受けつけられなくなる場合があります。あなたは相手の嫌いな理由を頭の中でいくつも数え上げるかもしれませんが。

でも、それは後からの理由付けに過ぎません。

相手はあなたをどのように見ているのか、相手の主観から捉え直してみると、自分が受け入れられないと思った相手の言動もなるほどと思えてくるものなのです。

人間は理由もなしに、何かをすることなど、そうあることはありません。あなたが嫌だと思った言動も、相手の立場になれば、必ずそれなりの理由はあります。



ビジネス社会こそ、メタ意識が必要

仕事の際、私たちは様々な情報を入力し、場合によってはそれを取引先に提示したり、会議で発表したりします。

私も一応は小さな会社の代表取締役なので、部下が発表した情報を聞きながら、思わずイライラしてしまうことがあります。

なぜなら、彼らが提示した情報と、私が求めている情報が異なるからです。

それは彼らが自分の価値観から判断しているからで、こちらの視点に立つてものを捉えることができないからに他なりません。

さらには、「時間」の感覚が異なる時、代表取締役としての私は思わずイライラしてしまうのです。

打ち合わせや会議の時間は、その場にいる人たちの共有の時間ではありません。その場にいる人たちの時間を合計した時間を、今発言している人が消費しているのです。

そうした感覚は管理職に就いた人にはあるけど、そうでない人にはなかなか理解しては

もらえません。

特に、私にとっては「時は金なり」で、自分の時間は無駄には使いたくありません。ところが、人の時間を浪費させるのに無神経な人たちがあまりに多いのには愕然がくぜんとします。

そんな時、私は思わず語調がきつくなりがちなのですが、そこで考え直して、一生懸命発言している人の視点からものを捉え直すようにしています。今、私がイライラした様子を見せれば、彼らは思わず萎縮いしゆくしてしまい、次から発言することをためらってしまうだろうと。

その一方で、人の時間を浪費することに無神経な人が、私のイライラに気がつかずにいることに、やはりやりきれない気持ちになってしまいます。

あなたが生きていくビジネス社会。そこには、まさにメタ意識が必要なのです。

第一章のまとめ

- 人間は「主観」でしかものを見られない
- 客観的にもものを見られる人間は誰一人いない
- メタ意識とはより高い「天の目」で俯瞰して物事を見る視点である
- 世の中の価値観を一度は疑ってみよう
- ビジネスにおいても「メタ意識」は重要
- 常識も視点を変えたら新しい発見がある
- 人間はお互いに理解できない同士でコミュニケーションをしなければならぬ