

メ夕思考中級編

clubjepence201908

クラブジュパンセが やっていること

「人を動かすセールス術」を理解・習得することで
仕事、ビジネス、お金、恋愛・結婚・健康、子育て、老後など
あらゆる問題を自力で解決し、かつ、それぞれの構造における「自由」を得て
人生をイージーモードにするための方法をお話、実践しています。

**これらは現代哲学をベースとした考え方を具体的に落としただけのもので
お金と時間の自由を得ている人
情報層の高いところにいる人（富裕層など）
が無自覚に、日常的にやっていることでもあり、
思考弱者・情報弱者が知らされていない知識でもあります。**

どの環境、どの立場にいる人にも関係することなのでそのつもりで聞いてください

予備知識

世界は「言葉」でできている

世界は「層」に分かれている

世界は「層」によって使われている言葉とその意味が違う

「層」が上がれば上がるほどあらゆる「自由度」が上がる

自由を得たければ「上層」を目指すこと

思考や価値観や価値は「構造」が決めている、個人ではない

「私」が考えているものはない、構造にそう考えさせられている

先月のおさらい

「問題」はそれが問題となるべく構造が必ずある
「悩み」も同様

構造を即座に捉えることができ、

そこから抜け出すか別構造を主体とできれば

問題は問題としての価値を失う

悩みは悩みとして成立しなくなる

問題・悩みが認識されたら、その構造を探りにいけ
(会社、人間関係、恋愛など)

先月のおさらい

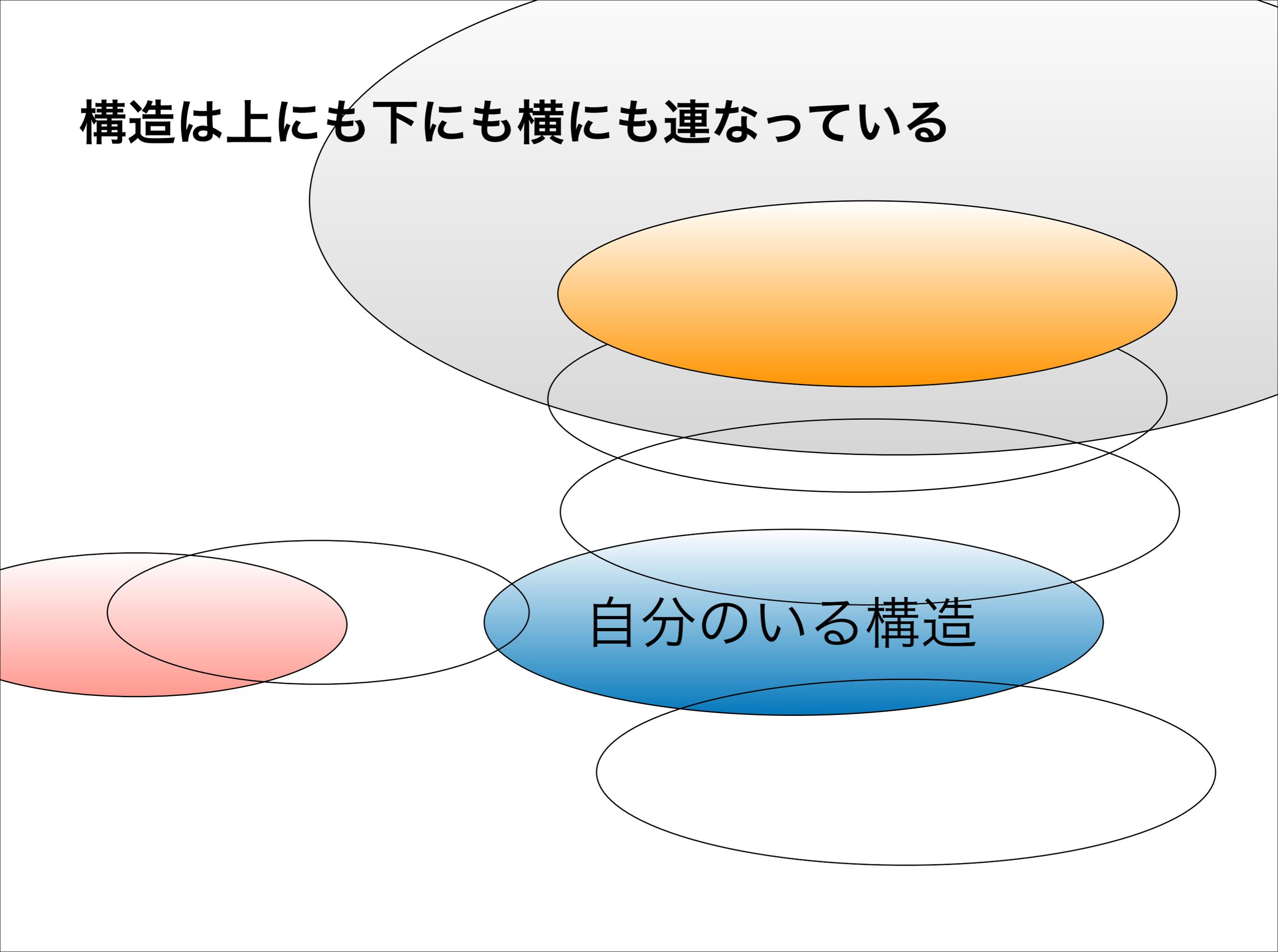
悩みや問題にさいなまれる

**ほとんどの悩みや問題の存在は
メタ思考できていないことに端を欲している**

的確なメタ思考を自在に持つことによって
悩みや問題の存在自体を消すことが可能になる

構造は上にも下にも横にも連なっている

自分のいる構造



構造を讀んで上に行く

これが先月やったこと、構造の外に出て問題を消滅させる

どちらかという自身が相対的に見て立場が弱い、リーダー的立場ではない時の話

中級編の今回は場の支配者側、もしくはそこに行くための話、ビジネスをしている、販売・セールスをやっている、コーチング・カウンセリングなど相談系の仕事、会社などで部下がいるとか、親や保護者など向け

構造を読んで下を動かす

結論から言うと **「新たな問題の創出」** がテーマ

構造主義的観点から言えば自らを含め人は皆、構造の奴隷である、それを利用する

相手の構造を把握することで、相手が問題視するであろうことを先回りして掴んだ上で、別の構造を見せるとか、別の構造に移せば、相手は疑似的に作り上げたこちらの問題に思考を動かすようになる

要は、人を動かすことができるということ

ちなみに思潮塾Y先生のやり方はコレですw

前提：人は問題を欲しが

「資本主義社会」「人間の社会構造」を俯瞰して言えば

人は思考する生き物であるがゆえに

人は問題がないと生きて行けない

という側面がある

問題を排除したいくせに、

問題がないと問題を探したり作ったりし始める、

という習性がある

前提：人は問題を欲しがる

問題がないと生きて行けない具体例

全てのビジネスは「問題の解決」が出口になっている

飲食業⇒空腹という問題を解決

ファッション⇒身なりをきちんとしなければいけないという問題

遊園地など⇒退屈、ストレス発散などの問題を解決

(動物的、生物的観点から見たら不必要である)

自ら問題を創出し、自ら消費することを繰り返すのが

人間の本能に組み込まれつつある

前提：人は問題を欲しが

栄養や血圧を気にする、なども

医療や関連機器が発達したから気になるように

なったのであって、元々生物としての人間は
体調の異変は本能的な感覚で察知できていたし、

「死」も自然に受け入れていた

問題を自ら作っては文明を進化させて

「死」などの概念自体も進化させることによって

本来の人間にはない「問題」を感じることに

資本主義社会やお金のシステムが発展してきたと言える

問題を感知する感覚を育ててきたようなもの

人は問題に惹かれる

人は無意識的に問題に惹かれるところがある

表向き「何不自由なく」を最上とする割に
常識や固定点、規律などを設けて自ら首を絞め
問題を作ろうとするのもまた人間のやること

最初に意識すべきは

「自分は問題を欲する人間であり、問題に惹かれる本能がある」

と自覚すること

人はなぜ問題に惹かれるのか？

人間は問題を認識し、自己同一化するとか

臨場感を得ることで自他の区別をつけるとか

自分という存在やアイデンティティの確認をする傾向がある

(感情的に悪いとかマイナスとかは扱うカテゴリが違う

イヤでも抵抗感あってもそういう習性を持つもの

感情は構造が規定する側面が大きいのので考慮から除外)

問題を抱えることにプライドを感じるのもまた人間

**この辺りの「人の習性」を利用して
自分より下の構造にいる者を動かすことが可能になる**

問題好きな人間を俯瞰する

リーダー、コーチ、カウンセラー、親、上司、セールスマン

これら「下の構造、立場の者がいる」人間であるならば

「下の構造、立場」の抱く問題を牽引する側という

自覚を持つことで、相手を動かすことが可能になる

下の構造特有の問題を把握した上で

問題のすり替えを行うことで、信頼度を上げるとか

USPを高める、主導権を握る、などが可能になってくる

「問題好きな人間」を俯瞰する

禁断の人心把握術

同じ構造にいる、という認識を捨てること

相手には告げず

違う構造からものを捉えよ

情報低層で言われがちなこと

思いやり、相手の気持ちになって
相手に寄り添って、相手の身になって
嘘は悪いこと、裏表があることは悪いこと

これらは情報低層を操作するために使われる
マーケティングの一種

これらを信じ込ませ、罪悪感を抱かせたり
自己重要感を煽ることで構造の中に閉じ込めることができる

実際、今コレを聞いて嫌悪感を感じる人が多いはず

マーケティングに洗脳されている証拠

(構造が違う前提であればこれらは正しい)

禁断の人心掌握術

- 1、相手の構造のコード（常識）を見破る
- 2、相手の構造のコード（常識）をあえて語る
- 3、新しいコードを与える（デコード）

流れとしては、その構造なりの問題を把握し、

問題を認識させ、無価値化させ、

新しい問題領域に引き入れる、という感じ

表面上「寄り添い」に見えるところがポイント

禁断の人心掌握術・具体例

クレーム、不満を呈する顧客に対して

- 1、顧客の状況を判断（問題が立ち上がる構造）
 - 2、その構造だから問題なんだ、と指摘
 - 3、本来別のケースが大きな問題となる、と解説

2が「理解、寄り添い」に見えるため問題が融解する

3で新たな領域を見せて顧客の特別感や優越感を演出

禁断の人心掌握術・具体例

親子関係で問題がある時（相手が親）

- 1、親の状況を判断（問題が立ち上がる構造）
- 2、構造ゆえの問題を指摘（時代背景、環境など）
- 3、本来別のケースが大きな問題となる、と解説

2が「理解、寄り添い」に見えるため問題が融解する

3で新たな領域を見せて親の特別感を演出、

表向き自己重要感を満たすことを狙う

禁断の人心掌握術・具体例

会社の部下

- 1、状況を判断（問題が立ち上がる構造）
- 2、構造ゆえの問題を指摘（職務内容、環境など）
- 3、上層部の狙いなどに問題を置き換える

2が「理解、寄り添い」に見えるため問題が融解する

3で新たな領域を見せて部下の自己重要感を上げる

禁断の人心掌握術・具体例

カウンセラー、コーチング、セラピスト等

1、状況を判断（問題が立ち上がる構造）

2、構造ゆえの問題を指摘

（悩み、問題のメカニズムを見せる）

3、カウンセラー側の構造に問題を置き換える

2が「理解、寄り添い」に見えるため問題が融解する

3で新たな領域を見せて抱える

問題の軽量化と新しい世界を提示

ポイント

全ての構造において

メタポジを取る者、あるいはそこにあるべき立場の者とは
相手の持つ問題の質や論点を牛耳れるという意味でもある

(悪意など一切関係なし)

相手を本当に思うがゆえに、相手に新たな問題を与えることで

「場」を活性化するとか

「場」を発展させることができる、ということを

覚えておくこと、超重要です

(活性化しない、発展しない「場」はコレができてない)