

※この論文は2012年11月のもので、今読み返すと「直感像」(残像とは明らかに区別している)の捕らえ方がまだ曖昧になっているが、当時脳を機能(ファンクション)として懸命に学習していた熱意に免じて参考までに載せてみました。

タイス・パフォーマンス・エンハンスメント・コーチング卒論

「クライアントのビジュアライゼーションの技術を向上させるにはどのようにしたらよいか」

東京都杉並区

2012年度生 藤井 利久

提出 2012年11月12日和文版

クライアントにゴール達成のためのアファメーション効果を発揮させるためには、ビジュアライゼーション(視覚化・可視化・映像化)の技術を向上させる必要がある。クライアントが自分で表現した内容が、あたかも目の前で起こっているかのような臨場感をもたせてはじめてゴール達成に効果をあげることができるからだ。

とはいっても、リラックスして小説を読むのとは違い、なかなか自力で視覚化することは、一般的に難しく感じるケースが多い。頭の中で思い描く画像が断片的になり、定着しないからだ。そこで視覚化するためのいくつかのテクニックをここで提示することにより、コーチは、その中から効果があると思われる方法を選択し、誘導することにより、段階的にクライアントの視覚化技術が向上していくことになる。

ここで、コーチングにおけるビジュアライゼーションの定義をすると次のとおりである。「脳の中で新たに創り出した映像や、音声等を、臨場感をもって記憶の中で再生できる技術」。もっと簡単に言えば、仮想空間のなかで、まるでその現場にあなたが存在し、あらゆる情報をあなたの五感で感じている状態である。

ここでの問題点は一般の人は自然にまるで夢を見ているように映像を脳裏に映し出すことは誘導なしには難しいという事実である。夢のような臨場感溢れる映像を意図的に創り出したいのだが、残念ながら夢は意図的に見ることはできない。なぜなら海馬から側頭葉への記憶の移行作業のなかで、視覚野の傍を経由するので、その刺激が誤って映像化されてしまい認識されるのが夢の生理学的解釈であるからだ。レム睡眠時における情報転送の誤操作が、実は夢の実態なのだ。

考えてみると人はあまり意図的に想像の中で映像化することはしないのではないだろうか？人の顔を一瞬思い出す場合、昔の思い出の景色を懐かしむ場合、試験問題を解くときに、参考書にあった図を思い出す場合など、限られている。普段の生活の中で意図的に映像を創り出す作業は、こうした例を除いては特に必要としないからだ。

では特殊な人の場合はどうか。「共感覚者」といわれる人がいる。ある共感覚者の場合は、耳から入る言葉や音のそれぞれを一母国語であるか、理解できない言葉であるかにかかわらず一あざやかに視覚化できた。記憶されるものごとは自動的に、何ら努力もなく、視覚イメージに転換された。そのイメージは永続的で、最初の遭遇から何年もあとで思い出せた。彼の能力は特異的で、同じ刺激をあたえると、まったく同一の共感覚反応を示した。（「共感覚者の驚くべき日常」より）

共感覚とはある刺激に対して通常感覚だけではなく異なる種類の感覚をも生じさせる特殊な知覚現象をいう。共感覚者は文字に色を感じたり、音に色を感じたり、形に味を感じたりする。五感で感じる、感じ方が同時に別系統でもリアルに感じられる人である。例えば肌で感じた感触を、映像の色で認識できたり、舌で味わった感覚を、色や音で認識できたりする。こうした人は生まれながらこうした特殊感覚を持っている場合だが、共感覚を持たない一般の人も、こうした脳が持つ特殊な機能を知ること、より自信をもってビジュアライゼーションの訓練に取り組むことができる。

高齢者の場合、この視覚化が思うようにできずストレスを感じさせてしまう場合がある。この原因は日常の生活習慣にある。行動範囲が狭く、気持ちが躍動するような臨場感経験が乏しいためリアルな映像の記憶が少ないためであることもその一因であろう。一方で視覚化が思うようにできなくとも、言葉そのものに対する臨場感は、人生経験が豊富であることから十分にあるので、言語によるアフメーションだけでも、効果は出てくるので、けして焦らせずに一歩一歩視覚化を進めることが肝要である。

コーチの適切な質問はクライアントがビジュアル化を作り出す大きな助けになることは言うまでもない。「場所は？ 色は？ 味は？ 匂いは？ 誰と？ 景色は？ まわりの音は？」コーチの発する言葉に反応して映像化を促す適切な質問はクライアントの臨場感を上げることになり映像化を自然に促すことになる。この過程は、まるで部分、部分のコマ割を貼り付けて一枚の画像を作っていく感じである。

ビジュアライゼーション習得へのステップとして、そのためのコーチの誘導が必要であ

ることは既に述べたが、その誘導には視覚以外の感覚を想起させることも視覚化を促す方法としては効果的である。まとめてみると次の通りである。

- ① 言語による視覚化の誘導(これは通常の方法)
- ② 音楽による視覚化の誘導(テーマソングから映像を想起する例)
- ③ 臭覚による視覚化の誘導(香水の臭覚から特定の女性を想起する例)
- ④ 触覚による視覚化の誘導(手触りからペットの犬を想起する例)
- ⑤ 味覚による視覚化の誘導(梅干し味覚から青い梅干しを想起する例)

初歩的トレーニング

単語を思い浮かべる練習である。リンゴ、椅子、居間、ホテル、顔、こうした単語をコーチの言語誘導によって、クライアントはすぐさま脳裏に映像をカラーで思い浮かべさせる。そして次の段階では、赤いリンゴから青いリンゴに変化させてみる。顔であれば、家族の顔、友人の顔、芸能人の顔等を順次思い出してみる。同じ人の顔でも怒った顔、うれしい顔、泣き顔に変化させてみる。椅子であれば、硬い木製の椅子からソファまで変化させてみる。やってみるとわかるが、画像がなかなか鮮明で細部もはっきり認識できる描き方、想起のされかたにはならない。但し、毎日続けていると次第に形を成してくるのがわかる。最初の例のリンゴも自由に4等分にスライスし、青リンゴの酸っぱい匂いが想起されればしめたものである。

まず「時間」を自在に調節してみる。

例えばアフターメーションが「私はとても健康で、精力的に問題解決にあたります」であったとする。この場合、イメージするのは自分が一番健康であったと思う時に遡ってその状態を視覚化するということである。

25歳の時に徹夜で頑張って問題解決に懸命に取り組み、みんなで残業夜食を食べたとすれば、その時の自分の思い出を引き出せばよい。もしその時の写真が残っていれば、最初はその写真を見ながらアフターメーションを行なう。運動会で入賞した経験があれば、そのときの映像を引っ張り出してもよい。

要はクライアントが実感して健康であると自信を持って言える自分の過去の状態が生々しく視覚野に映し出されればよいということだ。今に囚われることなく、5歳前、10歳前、20歳前と遡り一番強烈な印象の残っている映像を使うことに躊躇する必要はない。脳はデジタル的映像であるので記憶の映像がアナログのように古くなることはないが、記憶が鮮明でなくなると映像も薄れてくることはある。記憶の鮮度を維持するために、実際の写真を見て臨場感を上げることが必要になるわけである。

次に「近傍」を自在に調節してみる。

空間は数学用語では「近傍」という。これは写真でいえば、近接して撮るか、望遠で撮るか、中距離で撮るかといった要領を視覚化に取り入れるということである。例えばゴールを達成し、社員の前で堂々とスピーチをしているシーンを視覚化する場合、前列に立っている女性社員の顔をズームアップしてみる。大会議室の真上から整列した社員を見てみる。

テーブルに置かれたミネラルウォーターとコップに目を移してみる。ミネラルウォーターのボトルの汗を観察してみる。例えば研修している教室の窓から見える風景までもリアルに思い出す。

空間を移動させて、癒しのバリ島の休日を思い出すことは、クライアントが緊張感を解いて、リラックスすること(自律神経の副交感神経優位状態)により、アフメーションの効果を上げることができる。交感神経が優位でアドレナリンが出ている、いわゆる緊張状態にあるときは、まず映像化はできない。身体は危機対処に総動員しているときなのでそんな余裕はないのである。

色彩を自由に描く。

最初はオレンジをイメージしてみる。オレンジ色は瞼の裏側の色なので比較的楽にオレンジ色が出しやすいので初歩段階にはお勧めな色である。目をつぶってオレンジが出てくるようになったら、段階的に青、赤、黄色と単色で色を変えていく訓練を重ねていく。次第に景色等を思い浮かべる時でもカラーで映像化ができるようになる。

色紙を用意しておいて、最初は目を閉じて、次に目を開けた瞬間に数秒赤の色紙を両眼でしっかり凝視して、すぐ目を閉じる。この時に赤色の残像が暫く瞼の裏側にあるはずである。このやり方で、他の色、黒とか青とかをやる。次第に色紙がなくとも思った色を映し出すことができるようになるはずである。

最後は「マテリアル」。

アフメーションの主語は言うまでもなく常に「わたし」である。クライアント自身の未来の存在状態を表現することがアフメーションの目的である。細部に渡り明瞭に言語化できると、臨場感が上がり映像化しやすくなるので、できるだけ丁寧なつくりかたを心掛けます。その時の自分の服装はどうであるのか。背広にネクタイであるなら、その背広は普段自分が一番大事にしている紺色のダブルで、ネクタイは少し赤がはい

ったストライプ柄のもの、靴は本革のつま先の長いもので、光沢がしっかりある茶色。

こうした細部のイメージを普段の服装のなかから選びだせばよい。マテリアルとは材質、材料であるので手触りの感覚を引き出すわけである。ここでいう、明瞭な言語化は比較的やさしいはずである。我々は言葉の中で生きているので、意識さえすれば、ドンドン詳細な表現に降りていくことが出来るはずである。

補足ですが環境づくりも大切

ビジュアライゼーションを実際に行うときの舞台ともいべき「環境づくり」も映像化を成功させる二次的要素だが重要である。スピリチュアル系のCDをBGMで小さく流すことやアロマオイルやお香で臭覚をやさしく刺激して緊張を解いていって、次第に集中とリラクゼーションの世界にクライアントを誘導していくテクニックも視覚化への効果がある。日常の意識から離れると一時的に変性意識状態に入り、映像化への集中力が上がる。

変性意識状態への誘導は催眠誘導に似ているが、違いは変性意識の誘導にはコーチの意図はまったく存在せず、あくまでクライアント自身の映像化を助ける事が主な目的となるが、催眠誘導の場合は環境づくりは同じでも、術者の誘導はクライアントの自らの意思ではなく、術者がクライアントを誘導した上で術者の思考を強制してしまうことにある。コーチングはあくまでのクライアントを支援していく立場であるので、この違いは明確に区別しておかなければならない。

以上の「時間」「近傍」「色彩」「マテリアル」「環境」の組み合わせ及びコーチの適切な質問により、クライアントは次第に映像が脳内で描きやすくなっていく。さらに臨場感を上げるためには、視覚以外の五感を感じ取るトレーニングを併用していくことで目標とするビジュアライゼーションに更に近づいて行けるはずである。

ここで実際にテキストのユニット17「セルフ・エスティームを高めるワーク」でルー・タイスの貴重なアフメーションが紹介されているので、これまで述べた映像化へのテクニックを使ってビジュアライゼーションに挑戦してみる。いわゆる、これまでの実践版である。

- ①「私は、私の大切な人にとって尊敬に値する重要で価値の人間である」
- ②「私が話しをすると皆が耳を傾けてくる、それが私が人々と共有することのできる計り知れない価値をもっているからである」(以上原文のまま引用)

この2つの文章は原文の直訳となっているので、日本語の文章としては、こなれていない。固い感じがするので少し書き換えてみる。

- ①「私はとても重要で価値のある人間なので、私のクライアントは自然に私を尊敬します」
- ②「私の話す内容は、いつもクライアントにとって計り知れない価値でいっぱいです。だから私のクライアントは思わず話に引き込まれます」

以下はトレーニングの具体的方法である。

①は「尊敬」がキーワードです。まず時間を遡って、過去何か一つでも公に表彰されたことがあれば、その中からひとつだけ選び出します。選び出したら記憶を蘇らせます。その表彰式の前日の夜はどうゆう気持ちだったでしょうか。ワクワクしてなかなか寝付けなかったとしたら、そのワクワク感ドキドキ感を思い出してください。

そしていよいよ表彰日の当日です。その日の天気は朝から快晴です。表彰席に緊張して座っていると、なんと最初にあなたの名前が呼ばれました。聴衆に一礼して、前に進み表彰状の読みあげをしっかりと聞き取ります。大きな賞状を両手でゆっくり受け取り一礼して、席に戻ります。観衆からは割れんばかりの拍手の渦です。

聴衆を見渡すと最前列にあなたの親戚の面々が、にこやかな表情であなたにエール送っているのがわかります。表彰式が終わり、友人が祝賀会にあなたを招待してくれました。あなたが沢山の友人の前でお礼のスピーチをして、さあ、おいしいビールで乾杯です。一気に飲みでおもわず、口からビールがこぼれてしまいました。友人からはとても暖かい拍手が贈られました。あなたたくさんの人たちから尊敬されていることを強く感じています。

映像化、可視化を助けるのは、記憶とその記憶を具体的に表現する「ことば」である。「情報空間のことばがリアルに物理空間に投影される」という情報場仮説を活用するためにも、できるだけ克明に「重要」「価値」「尊敬」を実際の記憶から呼び起こし、視覚野に臨場感をもって映し出さなければならない。

数回この記憶の呼び出しに成功したら、次は「アンカー」「トリガー」の技術を使います。アンカーは視覚野につくり出した臨場感をもった映像であり、トリガーは、その映像を引っ張り出すための引き金である。引き金は何でも良いが、この場合「尊敬」という単語でも良い。自分で「価値」と発音した瞬間に、一発でストーリーを立ち上げらせ、その感覚が一瞬で感じられるようにしておく。断っておくが何回も繰り返しアンカー

とトリガーを使うと「感じる」のはほんの一瞬となり、その一瞬に臨場感として凝縮されてしまう。

②に行きます。ここのキーワードは「価値」です。あなたがこれまで経験した事、読書に費やした膨大な時間、セミナー等自己実現プログラムに要した費用を記憶の早回しで思い出してください。読了した本をイメージで積み上げてください。かかった費用の総額をおおまかに試算してみてください。あなたが感動したシーンを再現してください。万一、こうした経験が自分は十分ではないなど感じたら、遠慮なく、想像上で構いませんので経験したかのように映像を作り直してください。以上が準備です。

今あなたが話そうとしている内容は、どういう切り口であれ、すべてこうした膨大な知識、見識の一部が現れてくるに過ぎません。氷山の一角なのです。クライアントは、その貴重な情報に触れることができるのです。これは大変な価値だと思いませんか？

③ 臨場感を更にもたせるには、すでに記録された写真を使うと自分の不安感が払拭され、より自信を持ってコーチングに臨むことができるようになります。もし以前のクライアントがコーチに対して書いた感想文のファイルがあれば、それも自信を付ける一助になります。

以上が映像化への応用例だ。

次に私が効果を上げている音声ファイル自分で使う特殊な方法を最後に紹介する。これを使うと脳内にこれまで作り上げた映像を強制的に脳に刷り込む(ビジュアライゼーションを起こさせる)効果があるので是非併用して活用されることを勧めたい。

スマートフォンのアプリに「棒読み」という名称のソフトがあるので、まずインストール。

(無料)このソフトの機能は自分が入力した文章を正確に読み上げることにある。一文章ごとにファイルを作ることができるので、適当な長さになるようにテーマを分けて作っておくと、そのテーマだけを繰り返し読上げてくれる。速度と声質は自由に調整、選択ができる。

最初は聞いては調整、聞いてはまた調整を繰り返していくと、しっかりと相性がいい、あなただけの「聴いて楽しいバージョン」がオリジナルで出来上がる。

実際に上記の例で使った「ルー・タイスのアファメーション①②」を入力し、好きな声と好きな速度で聞き流してみる。リピート機能があるので、作り上げた映像を音声と共に何度も繰り返し、耳タコになるくらい毎日聞き続けて頂きたい。

そうすると「ことば」としての脳への入力と、ことばの意味を実現するための脳内回路が自然に構築される。また、同時にイメージが記憶から何度も引き出されてくるので効果は見事に現れるようになる。これは新しい方法だが、是非ビジュアライゼーションの技術のひとつとして装備されておくと良い。

ビジュアライゼーションとは視覚野の中であなたが創り上げた映像のことをいうが、脳はこれが創り出されたものか、実際に見ている画像化の判別はできない。だから臨場感を上げると、脳にとっては現実のものとしての認識になる。脳にとってのゲシュタルトは複数では存在できずに同時にひとつである。

目標であるゴール達成は、今あなたを閉じ込めているコンフォートゾーンからの脱出である。脱出するために必要なエネルギーは既にわれわれの身体維持の自動化装置として機能している体温調整、血圧調整、心拍調整等のホメオスタシス(恒常性維持機能)を情報空間の中に立ち上げてしまうことなのである。未来のゴールの映像と現実の映像との落差を脳が認識すると、何れか一方を採用することで矛盾を解消し整合性をとるように機能して行く。繰り返されるゴールの映像を脳がしっかり認識すれば、あとは無意識が本来あるべき姿の実現に向かって自動的に働き始めるということである。この過程が他人からは必至の努力と映ることもあるが、本人にしてみれば、やりたいから熱中しているだけという自覚でしかないはずである。

以上