

心と脳の構造 ～自分を理解することは他人を理解すること～

メタ・プログラム

【自分の性質を知る】

メタ・プログラムとは、最も無意識的な知覚、思考パターンの傾向である。完全に無意識レベルのものであるにも関わらず、メタ・プログラムは個人の性質を決定付ける要因となる。それはまさに、人それぞれの脳の使い方の癖のようなものである。

メタプログラムは、心理学者カール・ユングの分析心理学の一部である「性格類型」を応用し、開発された。

- ・メタ・プログラムによって「何に」「どのように」注意と関心を向けるかが決定される。
- ・ストレスケアや良好な人間関係を構築するためには、まず初めに自分がどんなメタ・プログラムを使っているのかを知る必要がある。
- ・当てはまるものにチェックをし、自分を客観的に知ることが出来る。

性質判定

1. 外部への関わり : 内向的、外向的

- ・気持ちの好み、心構えや振るまいの基になるもの。

●当てはまる「3」 どちらかといえばそうだ「2」 あまりそう思わない「1」 そう思わない「0」

①内向的（自分に向き合う）

疲れている時は、1人になりたいと思う		
人との付き合いよりも、自分の時間が大切だ		
少数の人と、深い人間関係を持つ傾向がある		
自分の言動が、周囲に影響を与えがちだと思う		
1つの事に集中して、周りが見えなくなることがある		計

②外交的（人と交流する）

落ち込んだときは、親しい人と一緒にいたい		
人が集まっているような社交的な場が好きだ		
自分の活動や仕事が、どのように人々に影響するか関心がある		
人間関係は、広く浅い方だ		
何かが起こった時は、状況や因果関係が気になる		計

●当てはまる「3」 どちらかといえばそう「2」 あまりそう思わない「1」 そう思わない「0」

2. 内的なプロセスの仕方 : 詳細、概略

- ・私たちの注目のレベルと、どこに焦点を当てているかに関わるもの。
- ・チャンク（抽象性）の大きさを基にしている。

③詳細（具体性を重視）

現実的な事を大切にする		
数値や実数が知りたい		
理想よりも、小さな一歩が大切だ		
事実に基づいて考え、素早い判断を行うことができる		
明確な目標をたてるのが好きだ		計

④概略（全体像を重視）

おおざっぱな全体図を見ただけで、要点をつかめる		
未来や自分の可能性に関心があり、夢や目標に向かって進む		
現実を把握できない時がある		
変化のある生活が好き		
細かい指示よりも、大まかに指示をされる方が得意だ		計

3. 内的な状態 : 理論的、感情的

- ・物事を理論的に捉えるか、感情的に捉えるか。

⑤理論的（理論や理屈を重視）

物事を理論的に考えるほうだ		
判断や決定をする時には、データを集める		
計算や分析することが好き		
金銭感覚が鋭い		
何か問題が起こっても、冷静に対処する		計

●当てはまる「3」 どちらかといえばそうだ「2」 あまりそう思わない「1」 そう思わない「0」

⑥感情的（内面の感情を重視）

判断や決定をする時に、まず皆がどう思うかを考える		
理屈よりも、感覚を優先する		
ドラマや映画などに、のめり込むほうだ		
世話好きで面倒見が良い		
昔の事を思い出し、思い出に浸る事が多い		計

4. 順応の仕方 : 計画的、直感的

・私たちの環境への適応の仕方を決めるもの。

⑦計画的（計画的に行動）

仕事は、マニュアルに従ってするのが得意		
予定外の事が起こると混乱する		
リストを作ったり、計画を立てることを好む		
原則、ルール、取り決めに大切にする		
機械的なものや作業に適している		計

⑧直感的（臨機応変に行動）

物事を決める時は、直感を信じる		
何かが起こっても、柔軟に順応する		
縛られたり、ルール通りにするのが苦手		
物事に対して、様々なアイデアが浮かぶ		
新しいことや、斬新なことが好きだ		計

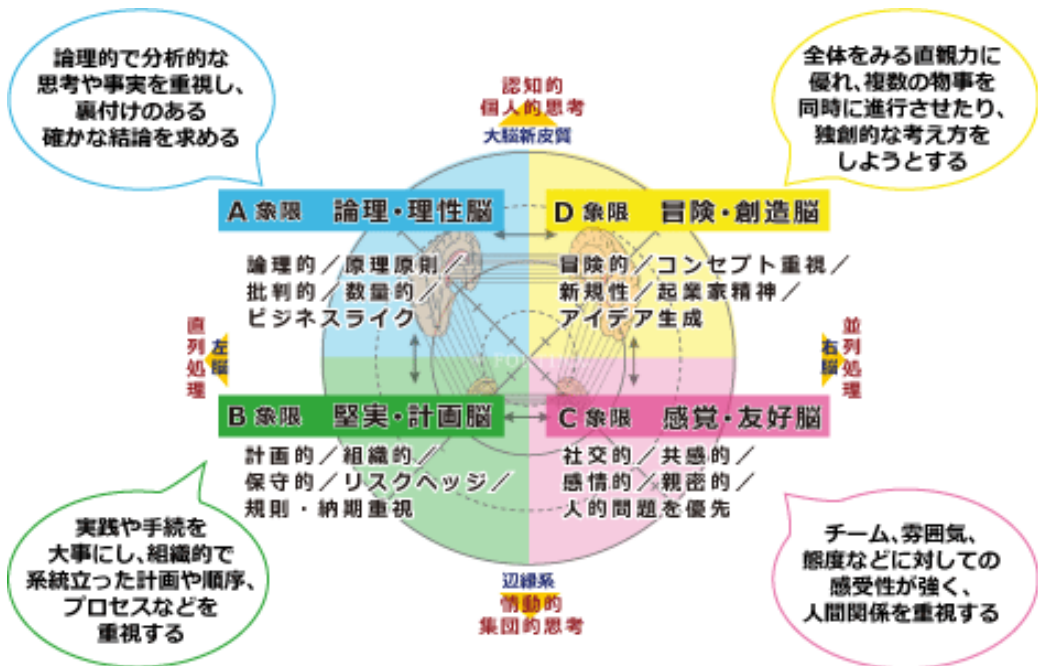
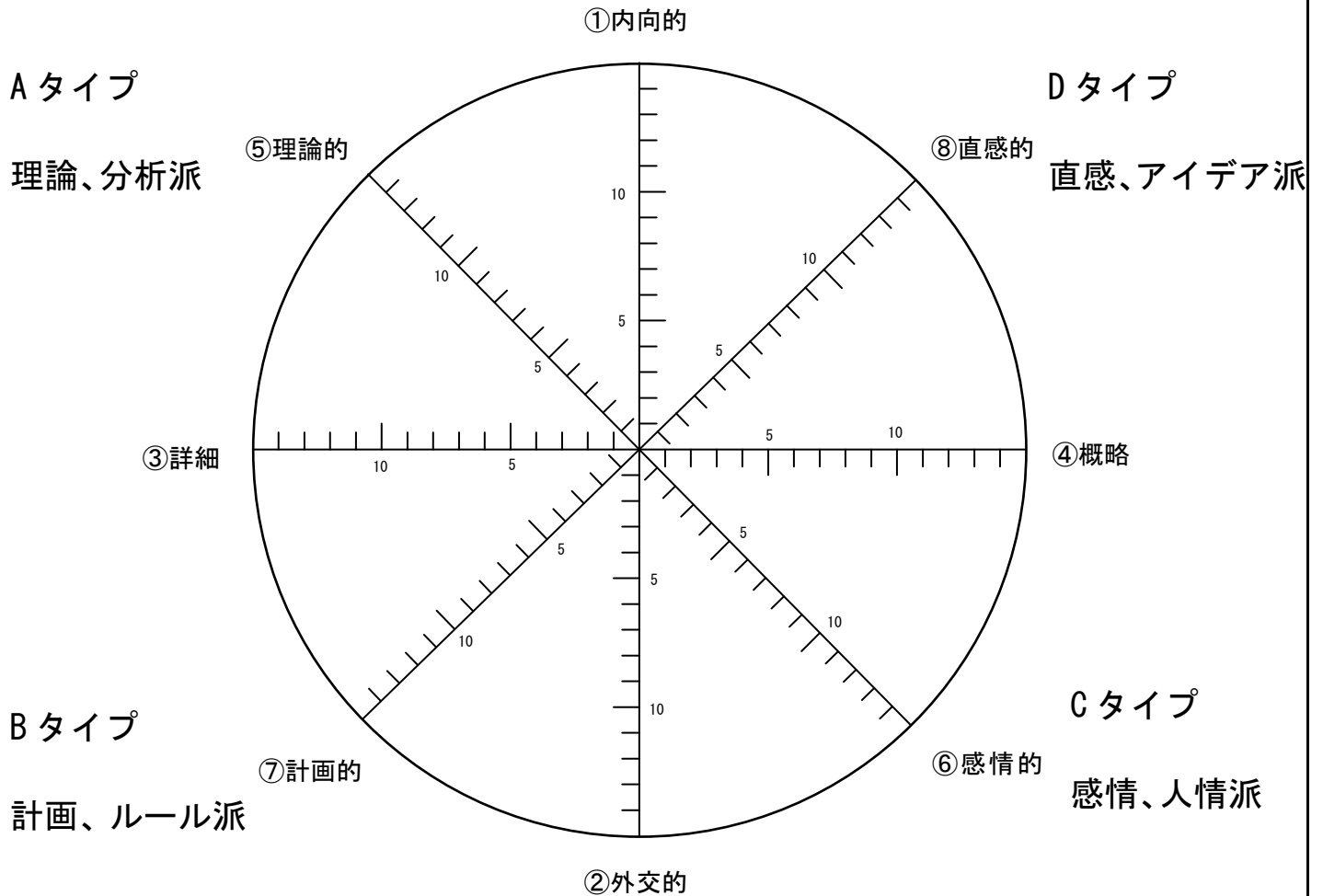
メタプログラム・チェックシート

左脳の

(論理、計算、理性、顕在意識)

右脳の

(感覚、イメージ、直感、潜在意識)



ハーマンモデル象限図

ハーマン・モデル

■脳の優位性「利き脳」をパターン化したものが、ハーマンモデル

ハーマンモデルとは、ノーベル賞受賞科学者の大脳生理学論に基づく「脳」の研究をベースに、米国GE（ゼネラル・エレクトリック社：世界最大最強のメーカー）の脳力開発責任者ネットハーマン博士が開発し、IBM・Intel・コカコーラ・キャノン・資生堂等全世界に既に200万人以上に採用され効果が実証されており、自己認識・相互認識・創造的チーム開発に活用されています。

学術分野においても、全米で50以上の博士論文により、その有効性が支持されています。

この理論は、ロジャー・スペリーの「右脳・左脳モデル」と、ポール・マクリーンの「三位一体型脳モデル」という2つのモデルを統合し、構築されました。

左脳は言語脳とも言われ、論理的、理性、部分的、直列処理をつかさどることが一般的に知られています。それに対する右脳は、イメージ脳とも言われ、直観的、感性、全体的、並列処理をつかさどっています。これが、ロジャー・スペリーの「右脳・左脳モデル」です。

一方、ポール・マクリーンの「三位一体型脳モデル」は、人間の脳は、歴史的な発達の過程から「爬虫類の脳」「辺縁系」「大脳新皮質」の3層から構成され一体となって働くというものです。

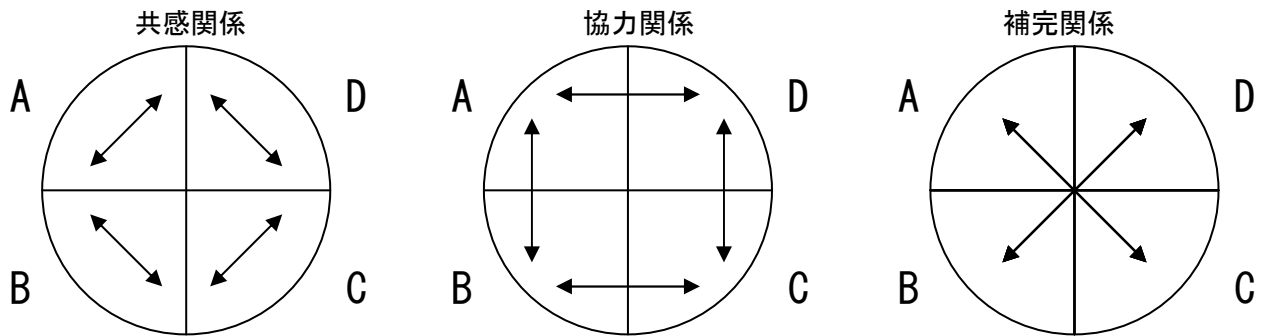
ホールブレインモデル（全脳モデル）

人間がものを考えるのは、脳の4つの場所しかありません。「右脳の大脳新皮質・辺縁皮質」「左脳の大脳新皮質・辺縁皮質」に分け、脳の機能を4つに分けて説明したものです。

各タイプの特徴

Aタイプ 理論、分析派	問題解決能力が高い（大脳新皮質、左脳）
理論や論理的で数字を意識して現実的に分析して物事を考える左脳の人	
主な特徴 将来の夢的な計画よりも現実可能なのか、予算はどうなのかなど、クールで冷静だが批判的な面もある。	
主な職業 エンジニア、科学者、コンサルタント、SEなど。	
Bタイプ 計画、ルール派	管理能力が高い（辺縁皮質、左脳）
時間やプロセスを意識し人を管理するマネジメント能力が高い左脳の人	
主な特徴 時間や結果を重視し、物や人を管理し計画性があるがリスクを嫌がり保守的な面もある。	
主な職業 経理 管理職 製造ライン管理者 公務員など。	
Cタイプ 感情、人情派	チームワーク力が高い（辺縁皮質、右脳）
人との調和や人間関係を重視することを好む右脳の人	
主な特徴 人の輪や人間関係を一番に考え感情に敏感であるがゆえに人の輪などに批判的な意見の人とはうまくいかないことが多い。	
主な職業 看護師 カウンセラー 教師など。	
Dタイプ 直感、アイデア派	企画創造力が高い（大脳新皮質、右脳）
ひらめきや直感を働かせ、リスクを恐れず長期的なビジョンを考える右脳の人	
主な特徴 将来のビジョンや夢を考えるのが得意でアイデアが豊富であるがリスクをあまり考えない面もあり現実的な人と対立することもある。	
主な職業 起業家 画家 企画責任者 ミュージシャンなど。	

各タイプの相性



- ABCD 同じタイプのコミュニケーションは、波長が合って分かり合えるが、井の中の蛙の可能性もある
- A-B、C-D、A-D、B-C 同側タイプ同士のコミュニケーションは、お互いに支えあい協力し合える関係だが、理解の仕方を間違えるとライバル視して挑戦的になることもある
- A-C、B-D 対角タイプのコミュニケーションは、偏りを補い合える関係だが、対立もあり、誤解やミスコミュニケーションも起こる

コミュニケーションへの適用

タイプの違いを対立と考えず、むしろ、不一致する点が理解できれば、お互いに気を配り、補い合うことができる。

お互いのタイプを理解してコミュニケーションすれば、お互いの妥協点や建設的な対話が可能になる。視点の違うもの同士の交流は、逆に画期的なものを作り出し、組織の成果を上げることができる。

各タイプの間がどのような言葉をよく使うか。
そして、他人から否定されたときに言われる表現

良く使う言葉

<p>Aタイプ 分析すると つまり、〇〇だから カタカナ語（クリアー、データ） 要点をまとめる 最終的な結論は など</p>	<p>Dタイプ ざっくり 新しい アイデア 将来的に 大きなイメージで など</p>
<p>Bタイプ 計画的に 習慣的に 安全に 順番がある いつもこうだ など</p>	<p>Cタイプ 人として みんな 成長する チームワーク 愛情、友情 など</p>

否定されて言われる表現

<p>Aタイプ 冷たい 計算高い 権力的 面倒見が悪い 感情がない</p>	<p>Dタイプ 世間知らず 夢ばかり見てる 常識はずれ 向こう見ず 非現実的</p>
<p>Bタイプ 言われたことしかしない 同じことばかり 好き嫌いが激しい こだわりすぎ 想像力がない</p>	<p>Cタイプ すぐに流される 口先ばかり 気分屋 暑苦しい おせっかい</p>

まず、自分がどのタイプかを理解し、周囲の人が自分とは違うタイプだということを理解し、その人が求めることも理解し、それに合わせることで、コミュニケーションを円滑にすることが出来る。

各タイプとコミュニケーションするときのチェックポイント

コミュニケーションスタイルのチェックリスト

<p>Aタイプ 事実に基づいているか？ 数値化されているか？ 明晰な分析がなされたか？ 要点を付いているか？ 論理的であるか？</p>	<p>Dタイプ 大きなイメージで、全体像を見ているか？ 視覚に訴え、色彩に富むか？ 比喩を使っているか？ 将来を見据えているか？ 概念的に健全・明確であるか？</p>
<p>Bタイプ 細かい点もそろっているか？ 順を追って説明したか？ きちんとまとまっているか？ 再現性があるか？ 見て分かるような形式を使っているか？</p>	<p>Cタイプ 相手に伝わる経験談であるか？ 感情的な点も考慮しているか？ 友好的であるか？ 人助け・顧客満足志向であるか？ 感覚に訴えるものか？</p>

お互いを理解することは、人間関係の改善にダイレクトに繋がり、信頼関係の向上、それが組織内だけでなく、顧客に対しても大きな影響を及ぼし、結果的に組織としてのパフォーマンスを向上させる。