

「人生の成功」とは何か。

過去、多くの人生論において、

この問いに対する様々な答えが語られてきました。

この問いに対する様々な思想が語られてきました。

それらの思想を振り返るならば、

そして、それらの思想の本質を見つめるならば、

世の中には、この「人生の成功」について

「三つの思想」が存在することに気がつきません。

そして、それら「三つの思想」は、

決して、相対立する思想ではありません。

それは、我々の心の中に、同時に存在している思想です。

そして、年月をかけて、成熟し、深化していく思想です。

それは、あなたも、

階段を、一段、一段と、深みに降りていくように、

我々が人生において、年齢と経験を重ねるにしたがって、

一つの思想から、もう一つの思想へと成熟し、

さらにもう一つの思想へと深化していくものです。

その「三つの思想」について、

そして、その成熟と深化について、

これから語りましょう。

なぜ、我々は

「勝者の思想」を抱いて歩み始めるのか

では、その「三つの思想」のうち、

我々が、人生の最初の時期に影響を受ける思想は、何か。

「勝者の思想」です。

この思想を特徴づけるのは、

「競争」という言葉。

この「勝者の思想」は、

人生を「競争」と考え、

その競争において「勝者」となることを

人生の成功と考える思想です。

特に、この「勝者の思想」は、我が国においては、

物心ついたときから、我々の心に刻みつけられています。

子供の頃から「受験教育」や「偏差値教育」という

厳しい競争の中に投げ込まれ、

その競争に勝つことが人生の成功につながると、教えられてきた。

そして、競争とは、

成績などの客観的な指標によって

人間の優劣をつけることであると、教えられてきた。

そのため、我々は、人生の最初の時期から、この「勝者の思想」に、最も深く影響を受けて育ってきました。

しかし、これは、決して、子供たちや若い世代だけが影響を受けている思想ではありません。これは、いま、世の中の多くの人々が影響を受けている思想、いま、世の中に溢れている思想でもある。

なぜなら、いま、社会全体が、

「競争社会」へと向かっているからです。

国全体の構造改革の推進。

社会への市場原理の導入。

企業での競争原理の徹底。

そうした大きな流れの中で、いま、

「競争が社会を良くする」との思想が

世の中に広く浸透しています。

これは、決して間違ったことではない。

たしかに、これまでの我が国においては、

受験教育などでは徹底的な競争を強いる一方で、

社会全体は、ある意味で「競争の無い社会」であり、そのため、

労働意欲の減退や生産性の低下、そして、企業倫理の欠如などが

深刻な問題となってきた。

そのことへの反省として、

社会の各分野で「競争原理」の重要性が強調され、

その導入が図られることには、それなりの必然性がある。

しかし、我々が、この「競争原理」を社会に導入するとき、そこに大きな落とし穴があることに気がついていなければならぬでしょう。それは、何か。

「人間観」の貧困です。

「人間観」とは、人間というものをどう見るかということ。

その「人間観」の貧困という落とし穴に陥ってしまうのです。なぜなら、「競争原理」を社会に導入するとき、

我々は、無意識に、寂しい人間観を抱いてしまうからです。

例えば、「人間はなぜ、一生懸命に働くのか」という問い。

この問いに対する答えは、一つの「人間観」を表明するものですが、「競争原理」を導入するとき、我々は、無意識に、寂しい人間観を抱いてしまいます。

「人間は、競争に駆り立てられなければ、一生懸命に努力しない」

その人間観を抱いてしまうのです。

そして、その結果、「競争原理」の導入とともに、この人間観が、社会全体に強い影響力を持つて広がり、もう一つの大切な人間観が、見失われてしまう。

それは、何か。

「人間は、素晴らしい夢を心に抱いたとき、一生懸命に努力する」

その人間観です。

人間が一生懸命に働くのは、

競争に駆り立てられるときだけではない。

素晴らしい夢を心に抱いたとき、

人間は、他から強制されなくとも、

自分自身の意志で、一生懸命に働き、

自分自身も驚くほどの、大きな力を発揮する。

我々は、いま、「競争原理」の導入という時代の流れの中で、

その豊かな人間観を、見失いつつある。

もし、我々が、この国の政治家や企業の経営者など、

社会のリーダーの立場にあるならば、

そのことに気がつかなければならぬ。

そして、もしそのことに気がつくならば、

社会の生産性の低下を憂い、企業の労働意欲の減退を嘆いて、

ただひたすらに「競争原理」の導入を図る前に、

もう一つの大切なことを、自らに問うべきでしょう。

政府の政策は、国民が将来への夢を描けるものになっているか。

企業の経営は、社員が未来への夢を抱けるものになっているか。

そのことを問うべきでしょう。

しかし、残念ながら、いま、世の中に溢れるのは、

「競争が社会を良くする」というメッセージだけであり、

国民が「生き甲斐」を感じ、社員が「働き甲斐」を感じる

希望に満ちたメッセージは、聞こえてこないのです。

そのことは、この「競争が社会を良くする」という言葉とともに、いま、世の中に溢れている「三つの言葉」が象徴しています。

「生き残り」

「勝ち残り」

「サバイバル」

例えば、テレビや新聞、雑誌や書籍を見ると、こうしたメッセージが溢れている。

「こんな会社は生き残れない」

「こんな組織は勝ち残れない」

「こんな社員はサバイバルできない」

これらのメッセージの奥から伝わってくるのは、

我々が一生懸命に働くのは、

競争社会で生き残るため、

勝ち残るため、

サバイバルするためという

寂しい思想です。

しかし、我々が一生懸命に働くのは、

決して、生き残るためではない、

勝ち残るためではない、

サバイバルするためではない。

もっと素晴らしい何かのために、

我々は、こうして一生懸命に働いているのでしよう。

そして、だからこそ、

仕事の世界には、

「夢」という言葉や「理念」という言葉、そして、

「志」という言葉や「使命」という言葉があるのでしよう。

しかし、「競争原理」の導入という大きな流れの中で、

我々は、こうした希望に満ちた言葉を、忘れてしまう。

そして、「競争原理」が徹底していく社会において、

我々の意識に刷り込まれていくのが、

「競争での勝者＝人生の成功者」という素朴な発想です。

この発想は、

その素朴さと分かりやすさゆえに、

多くの人々が影響を受け、

それゆえに、

我々の心の奥深くに入り込んでくる。

なぜなら、我々は「孤独」に耐えられないからです。

いかに、「あなた自身の個性を発見しなさい」、

そして、「あなた自身の成功を定義しなさい」と言われても、それは容易ではない。

そもそも、

「自分の個性」を発見するということが、

「自分らしさ」を見出すということが、難しい。

特に、「個性」を抑圧することを無意識に求められてきた我が国の社会風土の中では、難しい。

そして、かりに、「自分自身の個性」を発見し、

「自分自身の成功」を定義したとしても、

その「生き方」を貫くことが、難しい。

その「生き方」を貫くことは、

厳しい「孤独」との戦いを

強いられるからです。

そのことを教えてくれる、一つの寓話があります。

「二つ目国の悲劇」という寓話です。

紹介しましょう。

ある旅人が、旅の途中で道を見失い、
不思議な国に迷い込んでしまいました。

その国は、一つ目人間の国だったので。

その国の住人は、誰もが、目が一つしかない人々であり、
旅人のように目が二つある人間は、一人もいなかったのです。

その国に迷い込んだ当初、

旅人は、変わった風貌の住人を見て驚き、
そして、しばらくは、

彼らを不思議に思っただ眺めていました。

しかし、その国で何年も過ごすうちに、

旅人は、だんだん孤独になってきました。

自分だけが二つの目を持つことが

異常なことのように思われてきたのです。

そして、その孤独のあまり、

ついに、その旅人は、

自ら、片方の目をつぶし、一つ目になったのです。

この旅人の悲劇は、決して、
遠い彼方の国の物語ではありません。

なぜなら、

我々も、しばしば、

この旅人のように、

自ら、片方の目をつぶそうと考えてしまうからです。

自分自身であることの孤独。

そのことに、耐えられず、

自分自身であることを

やめようと考えてしまうのです。

そして、この寓話のごとく、

多くの人々が「競争の勝者」＝「人生の成功者」と考え、

「競争の勝者」になることが「人生の成功」であると考える社会において、

「自分自身の個性」を発見し、

「自分自身の成功」を定義して生きていくことは、

厳しい「孤独」との戦いを強いられるのです。

そこに、この「勝者の思想」の影響力の強さが、ある。

そして、その影響力の結果、いま、テレビや新聞、雑誌や書籍に溢れるのは、「いかにして勝者になるか」

「いかにして勝ち組になるか」というメッセージです。

では、ここで語られる「競争の勝者」とは、何か。

この「勝者」の定義もまた、

素朴な定義であり、分かりやすい定義です。

この「競争社会」において、「勝者」の定義は三つ。

第一は、「経済的勝者」とでも呼ぶべきものであり、

他人よりも高い給料や年収を得ること。

第二は、「地位的勝者」とでも呼ぶべきものであり、他人よりも高い役職や地位に就くこと。

第三は、「名声的勝者」とでも呼ぶべきものであり、他人よりも高い名声や名誉を得ること。

すなわち、これら三つの定義は、

古くから「金と地位と名声」と言われてきたものであり、誰にとっても素朴で分かりやすい定義です。

そして、この三つの定義における「勝者」となるために、いま、多くの人々が影響を受けている言葉がある。

「自分の商品価値を高める」

その言葉です。

この言葉は、すべてを「商品」としていく

資本主義社会においては、

あらが抗いがたい力をもって迫ってくる言葉です。

しかし、この言葉に駆り立てられ、

自分の「商品価値」を高めようと悪戦苦闘するある日、

ふと、我々は、当たり前前的事实に気がつきます。

人間は、商品ではない。

その事実気がつくのです。

しかし、いまも、多くの人々が、

この「競争社会」において「勝者」となることをめざし、

自分の「商品価値」を高めるために、専門知識を身につけ、

スキルを磨き、仕事の実績を挙げ、

誰よりも早く「キャリア・アップ」することをめざしている。

「勝者の思想」は、いま、

それほどに強い影響力を持っているのです。