

第11回：自動書記と憑依を使ったライティング

今日は書く時のコツ。喋る時も同じ。

簡単にいうと、

「会話するように書く」こと。

例えば、会話してる時って言葉が出てくる。

いざ書くと、出てこない人が多い。

なぜ、会話すると言葉が出てくるか？

会話しているときは、エネルギーが回転しているイメージ。

エネルギーは回転すると、増幅する。

家族で言えば、

両親が回転させて増幅していく、

結果、余った分が子供に提供される。

誰かと回転させると、増幅して、

それがコンテンツに変換されていく。

自力で書こうとすると、

莫大なエネルギーをアイデアに変換されるから、

どっと疲れる。

逆に、誰かと会話していると、疲れしない。

コンサルしていて、質問されると、

説明してると、これって前から知っていたっけ？ってなる。普通に喋れてる。

暗黙知的に蓄積されたい情報、

エネルギーを回転させる事で、結晶化されていく。

体系化されているということ。

エネルギーを回転させることで、知識が出てくる。

セミナーでもリアクションが良いと（盛り上がりがいい）、

空間にエネルギーが蓄積されてるイメージ。

空間からアイデアをもらうイメージ。

誰かとエネルギーを回転させると、

新しい知識が出てくる。

さも前もって準備していたかのように、知識が出てくる。

回転させないと、新しい知識は出てこない。

質問力がある人と会話すると、空間にエネルギーがたまり、それがアイデアに変換される。

相手を想定して、会話してるように書く。

こういうリアクションするならって考えて、書く。

アイデアを出したかったら、この人と喋ったら、エネルギーが回転するな、って人を作っていく。

アイデアが詰まったら、そういう人をまず作る。

アイデアコミュニティのメンバーはそんな感じ。

もし、新田さんがビジネスをゼロから始めるなら何からするか？

例えば、人脈が残っていいの？っていうなら、それで紹介して貰って、リストを取って、終了。

仮に能力はそのまま、なるべく最短で結果を出すなら、人脈がなかったら、成功してる人に何かしらのオファーを出す。

この人と仲良くなろうってことをゴールにする。

まるで、セールスレターを書くかのようにメールを出す。3種の神器を使って書く。

会いたいなと思ってもらえるようにして、書く。

当然、仲良くなろうと思ったら、まずお客さんになる。礼儀として買っておく。

誰よりも実践して、成果報告を出す。

こういう結果が出ましたーってやつ。

その上で、オファーを出す。

オファーっていうのは、

「こういうことが出来るから、手伝わせてください。」ってこと。

このオファーに関しては、

なるべく具体的にする。

「なにかあれば、なんでも手伝うから、なんでもやらして下さい」

ってのはやっちゃいけないオファー。

向こうも逆に扱いづらい。

何かをやることは相手が考えないとイケない。

何をやるか考えるのはめんどくさいから、代わりに考えてください、

ってオファーをしてるのと同じ。

「いま〇〇さんの文章を読んで、すごいいいなって思うし、理想に共感もしたし、どうしてもこの部分が伝わってない人がいると思う。そこを手伝えるかなと思って、お金とかも要らないから、手伝わせてください。実際僕書くんて、いまいちだなと思ったら、使わなくていいし、もし書いてよかったなと思うなら、使ってください。名前とかも出さなくていい、一人でも多くの人が人生変わるような流れが作れたらいいと思って、ぜひ手伝わせてください」

ってオファーを出す。

成功してる人、お金持ち層にオファーを出す。

いかにいいオファーにして送れるか？この意識が重要。

一番考えた方がいいのが、

どうやったら、お金持ち層が響くオファーが出来るか？を考える。

お金持ちは全員、自己投資したいと思っている。

もっているお金を使って、効率よく成長できる投資はないだろうかって感じ。

お金持ちはコスパより、

エネルギーパフォーマンスを重視する。

つまり、完全オーダーメイドを望んでいる。

例えば、お金持ちの人が英語を習いたいと思うなら、

月額数千円の英会話教室より、100万円でも完全に教えてくれる方を選ぶ。

そこにコスパは考えない、
いかに効率よくちゃんと最短で学べるか。

オープンコミュニティとコアコミュニティも同じ。

オープンとは低コストハイクオリティ、コスパが高い。
コアは高額でもいいから、エネルギーパフォーマンスを高い。

という意識で作る、
全然、オープンとコアの商品の作り方が違う。

そういう商品を作ろうと思った時に、
お金持ちと何人かと仲良くなる。

最短で成長する人は、気に入られる傾向がある。

誰々くん呼ぼうよとか。

勝手にマインドが引き上げられていく。

特に最初はオファーを出せるようになる。

例えば、英語のサービスを持っていて、
この英語のノウハウを使って、お金持ちと繋がれるかを考える。

考えてメールを送るだけで、意外とうまくいく。

その人を成功させることができれば、
莫大な徳を積める。

いかに成功者の人と関係を作れるか、オファーを出せるかが重要だったりする。

1回会って、終わったら意味がない。
そこからどれだけ気に入られるか。

1回あった後も重要、
関係を築けることに重きをおく。

関係を築ける7つのコツ

1. 盛り上げ上手

リアクションが良い、いるだけで雰囲気明るくなる。

いるだけで明るくなるから、
いるだけで盛り上げられることが出来るから、
懇親会とか、セミナーの満足度あげます！

って、ある人にオファーを出した。

セミナーに呼ばれて、
本当に盛り上げて、雰囲気が良くなった。

そうすると、毎回呼ばれて、
タダでセミナーが受けれて、勝手に引きあがられた。

そういうことがあった、
能力的なスキルじゃなくても良い。

リアクションがよくなると、セミナー空間にエネルギーが補填される。
そういうのだけでもいい。

2. たて上手

例えば、仲良くなって、対等になると、関係が崩れる。
「自分がうまくいったのは、誰々さんのおかげです」
相手をちゃんと立てる。

コミュニティでみんなに評価されても、
「行為の果実を受け取らない」
つねに、この人のおかげでうまくいってます、と。

あとは、筋を通す。
セミナーとかで自分にお客さんが集まってきて、
勝手にお客さんを取ったみたいになるとあれだから、
「ちゃんと確認してください」「この人にお世話になってるので、確認してください」とか、
これがすごい大事。

3. 褒め上手

こういうとこすごいですねって、褒める。

4. 報告上手

言われたことを即実践して、

ちょっとでもいいから結果を出して、報告する。

「前言われて、早速やってみて、こうなって、ありがとうございます」
っていうと、

もっと情報をもらえる。
やったあげようかなってなる。

こういうのやったほうがいいよとか。

5. 気配り上手

疲れてるなと思ったから、これよかったら使ってくださいとか、
気は心。

物にいかにかにエネルギーが載っているかが重要。
値段とかは関係ない。

自分のために気を遣ってくれてるな、ってなるから、
可愛がられる。

6. 質問上手

求道心があるということ。

成長欲求があることで、貢献したいと思っていること。
質問が上手。

質問されるのは嬉しい。
質問されることでアイデアが出てくるから。

エネルギーが回転するから。

質問上手な人を近くに置いておくだけで、アイデアがどんどん出てくる。

ステージが高い人は、
もっとステージを上げたい！って人を応援する。

そういう人を応援することで、自分もステージを上げられるから。

7. 喜び上手（貰い上手）

もらったら全てもらうようにする。

素直によ転ぶ。

遠慮しないほうがいい。

エネルギーを注いでもらってる時は、全部もらったほうがいい。

イメージとしては、
いくらでもエネルギーを投資してくれて、
何百倍にして返すからというマインドでいい。

そうすると、断らなくなる。

貰い上手はどんどんもらえる。
あげたくなる。

とりあえず、オファーを出して、
気に入った後の行動の7つ。

上級者向けだったら、
手柄を全部放棄する。

誰かすごい人を見つけて、
その人のコンテンツをさらにアップグレードして、
よかったら使ってください、ってオファーする。

これでもっと多くの人に役に立つ。
ちゃんと相手を立てないといけない。

僕は何も要らないから、全部使ってくださいと。

こいつすごいなって気に入られる。

行為の果実を受け取ってないから、徳も詰める。

こういう人は引き上げられる。

何か自分にできるオファーはないか？って考える。

誰かにメールを送るときもオファーだと考える。

いかに上と繋がれるオファーを出すか。を考える。

リアクションが良いと、空間にエネルギーが溜まること。

文章を書く訓練法の4つの段階

1. 誰かと会話しながら文字化する
会話して音声にして、それを文字化する。

この人と会話したら、アイデアが出てくるなって人と喋る。
エネルギーを奪う系はだめ。回転しないから。

自分が注いだエネルギーが吸収されるから。

この人と喋ったらエネルギーが増幅してるぞって感じ。

そういう人を見つけて、用意する。

ダラダラ喋っても出てこないなら、
ちゃんとレジユメを用意して、ゲシュタルトを大きくする。

喋っているうちにアイデアを思いつく。

人が変われば、アイデアが変わる。

エネルギーが回転してる時は、腸で考えている、腹で考えているということ。

2. 1人の人と会話してることを想定しながら、一人で書く。

書けなかったら、喋っても良い。

目の前にリアクションが良い人がいて、
その人が良い反応してくれるのをイメージしながら、
どんなことを疑問になっているだろう、って考えながら描く。

そういう文章はリズムがよくて、
会話してるかのように、臨場感が高くなる。

人がいなくてもおけ、
空間と会話するイメージ。

空間とエネルギー循環を起こして、
空間からアイデアを取り出す。

3. 人数を増やして、会話してく

イメージとしては、
情報空間上に部屋を作る。

その部屋にアクセスするイメージ。

自分の中にトリガーを作って、
これをしたら、この部屋に繋がるとか。
名前をつけてもいい、ネクジェネみたいな。

ワイファイのパスみたいな。

部屋に人がいっぱいして、そこで喋って、循環を起こす。
で、部屋に情報をアップロードする。

その部屋の全員が幸せそうな未来Aをアップする。
未来の情報（記憶）を作って、アップすると、
そこに向かってエネルギーが循環していくイメージ。

その未来が引き寄せられていくイメージ。

だから、循環ができていると、
スラスラ言葉が出てくるし、疲れない。

そうじゃないと、自分のエネルギーを使って、ひねり出すイメージ。

自分のエネルギー状態によって、ちゃんと作つといたほうがいい。

文章を添削するときも、
エネルギー循環が起こっているか、会話になっているかを見る。

改行とかでも詰まりが取れる。

添削を横で見ると、
エネルギーの詰まりが取れている感覚がわかる。

4. 他人のレター（文章）を書く

その人の魂を憑依させるイメージ。

情報空間上にその人がもっとも輝いてる状態をアップする。
で、その部屋にアクセスをする。

循環を起こしながら、自分の体を使って、その人がアイデアをくれて描くみたいな。

未来の自分でもいい。

未来の自分を情報空間にアップして、
エネルギーをもらいながら描く、

エネルギー循環を起こして、
空間からアイデアを取るってイメージを掴む。

そうなったら、パターン（型）を覚える、
神話の法則とか。

そのあとにテクニック。

先にテクニックだと胡散臭くなる。

まずは、エネルギー循環を起こしてから、空間からアイデアを引っ張れるようになる。
そうしたら、書けるようになる。

本とかの記憶に貯蔵された知識を書こうとすると面白くなくなる。
ネタは空間から引っ張ってくるもの。

描くときに知識は使えるけど、
あくまで表現するバリエーションを増やすということであって、
大事なのは、エネルギーがアイデアに変換される状態を作ること。

両方大事。

自分の知識を超える情報は取り出せないから、
勉強することは大事。

（ロシア語の例）

アイデア（表現）自体は、空間から取り出している、
そういう意識を持つ。

補足

1. 映像をイメージしながら書く（喋る）

文章に含まれるビット数（情報量）が上がる。文章自体の情報じゃなくて。
例えば、富士山の話もイメージしながら話したからちゃんと伝わる。

知識だけを淡々と喋るのとでは違う。
声のトーンなどのわずかな違いでも莫大な違いが生まれる。

映像の臨場感をたかめて喋ると、伝わる、

多少演出を入れてもいい。

映画とかも効果音とかも。

ちょっと誇張して描くくらいでもいい。

誇張したことを本気でそうだったと思うこむこと。

お笑い芸人も喋る時は、誇張している。

映像を作って、演出をして、喋る。

見たものを編集して喋る、記憶の喋るのではない。

2. 感情を込める

わざと感情をオーバー気味に描く。

人はただの知識じゃなくて、記憶に残る。

情報記憶と結びつくと記憶に残りやすい。

映画を見るときも、
編集の仕方を勉強する。

そういう感覚を搭載して、描く。

一番いいのは音楽が鳴っているイメージ。

ここまでしないと、臨場感のある文章にならない。

空間からアイデアを取ることと、
文章をちゃんと映像化することが大事。

ただ知識をダラダラ描くとかではなくて。

知識に頼った文章ではない。

学校の教科書はただ知識をつめているからつまんない。

神は細部に宿る。

メルマガ

【コンテンツ制作のための5つの質問】

「返信不要です！」
って書くといい。

すごい人にオファーを出すなら、
「名前を覚えてもらう」ことから始める。

毎回送るメールの中で、
「面白い！」と思うような要素を入れる。

時々、
「ビジネスをスタートさせたいけど、コンテンツがうまく作れないです」

と、質問をもらうが、そういう時は、5つの質問をする。

1. 自分にとって最も理想とする（都合がいい）お客さんはどんな人か？
2. その人にとって、最も理想だとあなたが思うゴールは何か？
3. そのゴールに行くために、最大の障壁となっているものは何か？
4. その最大の障壁を取り除くための最良の方法は何か？
5. その方法を実行するために、自分ができ得る最高の企画をもし作ったらどうなるか？

という5つを考えて見るといい。

コンテンツ作りで、最も重要なのは、
「自分が最も理想とするお客さん」の設定。

理想像でいいし、実際いないだろって人でもいいし、
自分よりステージが高い人でもいい。

【関係性の綾】

「関係性の綾がわからない人」は、
目の前の人との関係性を作ろうと、
平気で他の人との関係性を壊してしまう。

君の名は。では、ムスビの概念。

関係性の綾を大切に出来る人は、
「この関係は、誰を通じて出来たのもか？」
をきちんと認識できる人。

【ポッシブルワールドと空間に接続する力】

ライティングで意識していることは、
「自分で書かない」ということ。

だから、
自動書記で書く。

すると、自分のポキャブラリーの範囲内で書くけど、
自分がおもいつかなかった発想とかが頻繁に降りてくる。

だから、
自分が描きたいことは書けてないことが多く、
書いてるうちに全く違うものになっていって、
気付いたら、完全に別の話になった。

描きたいことよりもの、
降りてきたものを書いている。