



我々医師に要求される能力の一つに「聞く力」がある。クライアント（患者）の訴え、悩みを相手の立場になって理解しようとする「共感の姿勢」でもある。迷ったあぐく医療機関の扉をようやく開け、不安を抱え診療室に入り、見知らぬ診察者と向き合い症状を説明するのは大変なストレスである。緊張のため、医学の知識がないため症状を要領よく話せないことも多々ある。そのような状況で医師は、クライアントの訴えにひたすら耳を傾け解決のための手がかりを得ようと努めている。

「対話する力」

情報広報部長 山科 賢児

症状、疾患は身体からの危険信号であり、症状の治療に専念すると同時に、症状の奥に潜む心と体の葛藤、ストレスを見逃してはならない。だが現実の医療は対症療法となり、根本的問題が先送りとなることも多い。全人的治療のためには血液、画像検査などの客観的情報はもちろん、知識と経験を備えた医師が直感を駆使してクライアントから導き出す情報が大切である。ただ一方的に聞くだけでは不十分で、対話することにより正確で重要な情報が生まれる。クライアントから投げかけられた訴えを受け止め、今度は受け取りやすい言葉を相手に投げ返し、それを繰り返す、このような「対話」というキャッチボールを続けることによって、問題解決のための医師とクライアントの関係が形成される。

4年前の政権交代時、民主党は消費税増税しなかったが、反故となつてしまった。消費税を上げる際は「国民に信を問う」とまで発言したのだから、どのような理由で当初の理念を方向転換したかという肝心の説明が必要であった。政治は官僚、財界、マスメディアが決めたシナリオ、市場原理が正しくて、世論も少数の声を聞く必要はないという姿勢である。仮に消費税引き上げが正しいと考える政策ならば、マニフェストを変更し総選挙を行い、そこで増税の賛否を問うてもよいはずである。それが常識的なプロセスであろう。増税の実施が来年以降ならば、消費税引き上げは緊急を要する問題ではない。それに消費税増税が日本の財政を立て直す切り札にならないことも周知の事実である。増税の他に一般財政を健全化する方策、例えば特別会計の一般財源化などの視点を変えることはできないのだろうか。「不転換の決意、国民のため、全身全霊をかけて」と連発するリーダーの姿に「聞く力」も「対話する力」も見られないのは残念である。

当初の期待に込められず、めぼしい成果も挙げられないまま民主党政権は終焉を迎えようとしている。造反という形で身内を切り離し民主党は分裂した。その一方で政権を打倒しようとする野党と消費税について連携しているが、成立後はその野党によって内閣不信任決議案が可決される可能性を孕んでいる。これら一連の動きは組織にとって自滅行為であ

り、対話という交渉術が稚拙すぎないだろうか。早晩、国民が選挙という形で政治に審判を下す時が来る。その際は財政、原発問題が争点になるだろう。そうでなければ「3・11」以降我々は何を学んだことになるのだろうか。首相官邸周辺では、ソーシャルメディアの呼びかけで始まった個人参加の原発反対・再稼働反対のデモが行なわれている。政治家には彼らの訴えが「音」としてしか聞こえないらしいが、どんなに弱く小さな声にも耳を傾け、隠蔽や無視をせず、自らの言葉で対話を心がける、それが殺伐としてしまった日本に、安心で信頼あるコミュニケーションを回復させる小さな一歩となる。

10月20日土曜日午後4時から北海道医師会館において「ソーシャルメディアをどう捉えるか」のタイトルで佐藤尚之氏（さとなお）の講演会を開催する。佐藤氏は先進的なコミュニケーションデザインであり、ソーシャルメディアについて造詣が深い。7月16日現在約4,500万件のアクセス数がある「さなメモ」www.satona.comの発信者であり、おいしい店のブログの方と紹介すればわかりになるだろう。最近の活動は多岐にわたり、ソーシャルメディア関係の講演会や大学の講師や、東日本大震災被災者の支援組織「助けあいジャパン」の代表者も務めている。毎日発信されるソーシャルメディアを通じて彼の考えや、行動には医師や医師会も学ぶ点が多くあり、講演をお願いした次第である。すでに個人的にはソーシャルメディアを使用している会員も多いだろうが、今回は会員と医師会との対話手段としてのソーシャルメディアの役割、将来などが講演内容となっている。