

はじめに

このたびは、本講座「わかりやすく知的な文章の作り方 100」をご受講いただき、ありがとうございます。ここでは本文に先立ち、本講座のねらい、本テキストの内容について、ご案内させていただきます。

この講座は2部構成になっています。

前半部の「文章の作り方」編では、読み手が理解しやすい日本語文章を書くための、“効果的な文章テクニック”と“基本・応用ノウハウ”をご紹介します。

続いて、後半部の「小論文の書き方」編では、小論文の基本的な書き方とともに、意思をしっかりと表現、伝達できる構成法や題材のふくらませ方などについて、もれなく懇切丁寧に解説、アドバイスしていきます。

このように綿密に組み立てられたプログラムは、以下のとおり受講生の方々に、めざましい学習効果をお約束するものです。

第一に、日本語を自由自在に使いこなし、どんな種類の文章でも最適に表現することのできる、ハイセンスな文章力が身につきます。

第二に、こうして培われた日本語表現力をベースにすれば、さらにハイレベルの「小論文」作成力を獲得することが可能になります。

小論文はあらゆる文章の中で、とりわけ体系性、論理性を強く要求される文章形式です。ひとことでいえば、もっとも歯ごたえのある手ごわいタイプの文章ですが、これについても、もはや恐れることはありません。

なぜなら本講座では、小論文の構想から完成までの全プロセス、ステップを、系統立て、ムリなく一步一步学習を進めていくことができるように、工夫がなされているからです。

そうしたわけですので、どうかこの講座に積極的に取り組んでほしいと思います。大きな成果を得られるよう、心から祈ってやみません。

書き言葉と話し言葉の違い

学習のポイント

POINT ① 書き文字は対面性・交流性が希薄

POINT ② 書き文字は文章だけで意思を表現する

テキストの第一部は、「文章のつくり方」編です。

その出発点におかれるのは、いうまでもなく“日本語”。受講者の方々がすぐれた文章や論文を書くためには、その表現手段である日本語を上手に使いこなせなければなりません。その観点から第一部では、文章づくりに必要不可欠ながら、ポイントについて、ひととおり、やさしく解説していこうと思います。

さて、真っ先に指摘しておきたいことがあります。それは、日本語における“書き言葉”と“話し言葉”の違いです。どうせ同じ日本語だろうとタカをくくるのは禁物です。

「音声」で表現される話し言葉に対し、書き言葉は、漢字、ひらがな、カタカナ、数字や記号などを組み合わせた「文字」によって表現されます。こうした表現形式だけにとどまらず、両者の間には、ほかにも無視できない相違点があります。

たとえば、話し言葉は本質的に“対面・対話”的性格をもち、同時交流が可能です。それに比べ

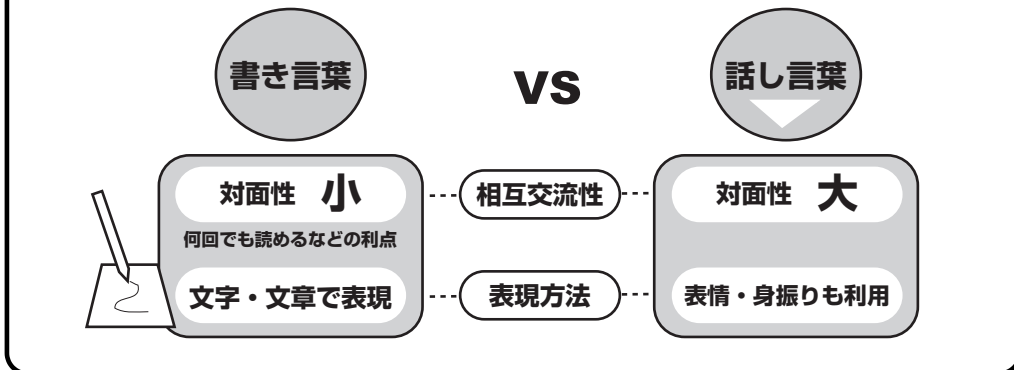
て、書き言葉は、そうしたインタラクティブ（相互交流的）な性格が希薄です。インターネットの掲示板では、相互のおしゃべりも楽しめるようになりましたが、それでもなおメッセージのやりとりに時間差が生じます。

一方で、書き言葉には記録価値、保存価値があり、何回でも読み返せるという利点があります。

もう一つあげれば、対面型の話し言葉では、話し手の表情、身ぶりなどが、ヒトの意思を伝えるのに大きな働きをします。しかし、書き言葉では表情、身ぶりに助けを求めることができません。そのため、文字で書き表わした文章だけで、書き手は自分の意思を正しく表現し、相手に伝えなければならないのです。

そのため、正しく情報を伝えるためには、「自分ならこれでわかる」という自分勝手な文章ではなく、「これなら誰でもわかるだろう」という相手の立場に立った文章づくりが求められるということを、常に頭の中に入れておきましょう。

文体の標準モデルの例



文章とは何か

学習のポイント

POINT ① 文章は書き言葉が生み出す最高の宝物

POINT ② 文章は意味あるコンテンツを有する最小単位

日本語の書き言葉、文字で表現、伝達されるものの中で特に重要なのが「文章」です。

わかりやすいたとえをすれば、「文章」とは、書き言葉、文字が生み出す最高の付加価値、宝物であるといえるでしょう。

文章は言葉のバラバラの断片ではありません。単語だけで文章が成立することはなく、かといって、あれこれの言葉をゴチャゴチャかき集め、乱雑に並べたとしても、合格点のつく文章はおそらく書けないでしょう。

では、文章とは何でしょうか。筆者の考えによれば、それは「なんらかの筋道や意味、意思、出来事などを表現するあるまとまりをもった言葉の集まり、単位」です。

ひとことでいえば、意味や価値のある「コンテンツ（内容）」を持つ書き言葉の最小単位が、すなわち「文章」にほかなりません。

次の例は、2つの文章から構成された事業報告です。もっと内容をふくらませ、詳細に書くこともできますが、この会社の海外営業部門の前年度

業績概要は、これだけの文章で大きく把握できることがわかります。

〈文章例〉

当海外営業部門の前年度の売上高は、既存商品では横ばいで推移した。ただし、中国市場に投入した新商品Pの寄与があり、総売上高で5%増、70億円を計上した。

文章のすばらしい働きについて、もう少しふれておきましょう。文章を基本単位として、これを拡大していけば、それこそありとあらゆることが表現可能になります。

いわば、文章はジグソーパズルのピースや電子部品のような役割を果たします。具体的には、「段落」「項」「節」「章」というふうにはサイズを大きくしていくことができます。これらのピースを集め、うまく組み合わせることができれば「大論文」や「長編小説」でさえ、いかようにもつくりあげることができるのです。

文章の構成要素



文章力の大切さを知る

学習のポイント

POINT ① 文章さえ書ければすべてを表現できる

POINT ② 文章力には「直接文章力」、「間接文章力」の二つがある

文章さえ書ければ、その延長線上でどんなことでも表現できることがわかりました。ビジネス文書、論文、レポートからプライベートな手紙、メールのメッセージまで、さらには、必要ならどんなに分厚い報告書や企画提案書も作成可能です。

ただし、それには「いかようにも自由自在に文章が書けるならば」という条件がつきます。そのための必要にして十分な表現力、書く力を、端的に「文章力」と呼ぶことにしましょう。

実は、本講座が最も中核的なコンセプトとして位置づけているのも、この「文章力」です。文章力が身につけば、もう“鬼に金棒”なのです。そうした理由から、この講座では、皆さんが真の文章力を獲得されることを最重点の目的として掲げ、アドバイスしていきます。文章力の養成、レベルアップをはかりながら、それをバックボーンとして、テキスト後半で実践的効果的な小論文の作成法につなげていこうというわけです。

直結する文章力「直接文章力」と、より間接的ですが文章力を大きく左右する周辺の背景的な「間接文章力」とがあります。

前者の「直接文章力」に含まれるのは、文法や用語法に通じている、語いが豊富、書式を正しく守っている、自分の考えや出来事を文章にできる、情報やデータをもとに文章を組み立てられる、上手な表現テクニックを使いこなせる、といったセンスやスキルの部分です。

これに対して後者の「間接文章力」には、論理力、分析力、判断力や本人のものの見方、問題意識、目的意識、視野の広さ、オリジナリティ、イマジネーションなどが深く関わってきます。

本コースでは、この二つのクラスについて区別はせず、それぞれが文章力に不可欠な構成因子としてみていくことにします。

ところで、「文章力」には、文章を書くことに

直接文章力と間接文章力

直接文章力

文法・用語法
文章化
表現テクニック

語い・語彙
書式

間接文章力

論理力
判断力
問題意識

分析力
ものの見方
オリジナリティ
他

2つの文章力が必要となる。

文体の標準モデルの設定

学習のポイント

POINT ① 仕事に役立つ実用的文体を身につけよう

POINT ② 簡潔で論旨明快なビジネス名文のススメ

一口に文章といっても、ジャンルの違いによって、求められる文体がずいぶん異なってきます。

ために、職場でよしとされるビジネス直結型の文章を、小説の文章、詩歌の文章などと比べてみましょう。あるいは親しい友人への、気がねのない便りの中で用いる文章と、比較してみてください。相互に、文体、文の調子が驚くほど違っていることが、よくわかります。

これは、違って当然なのです。なぜなら、ジャンルごとに文章がめざすもの、または書き手が表現したいと考える目的が異なるからです。

そこで本項では、私たちが最も適切と考える文体の標準モデルを定めることにしましょう。

結論からいえば、最大公約数として多くの職場で、またビジネスシーンで広く活用できる実用的、実務的文体を標準モデルとして設定するのが最も適切と思われます。

一般論としては、小説や詩歌の世界では、名文、美文が高く評価される傾向があります。美辞麗句を散りばめ、感情や情趣を細やかに表現すること

が必要なケースだって、あるでしょう。

しかし、文章作成においても実用性を重視する立場からすれば、美文調の文章、修飾過剰の文章はあまり好ましくありません。いや、はっきり有害無益といってもよいでしょう。

文章に内容が伴わないときなど、つい修飾語で着飾って、見栄えをよくしようとしてしまいが、それは文章の質をさらに落としてしまうだけのものなのです。

論文形式の文章の場合、なおさらそういえます。受講者の方々に求められているのは、決して文学的名文を書くことではありません。何よりも簡潔で論旨明快、仕事に役立つビジネス文体を習得し、フル活用するよう努めてください。価値基準をどこにおくかで、名文、悪文の境い目も変わってくるということを覚えておきましょう。

仕事やビジネスに力点をおくならば、その観点に最もかなった文章、文体こそ、すばらしいビジネス名文といえるでしょう。

文体の標準モデルの例

美文調の文体

修飾過剰の文体

実用的な文体



弊社の利益は露となりて、憐れにも世を背いてゆく…。

仕事には不向き

小説や詩歌などの文芸文章向き



仕事で役立つ