

**テーマ：言葉の力とWebライティングについて**

**キーワード：-**

### **本文（3000文字）**

言葉の力とWebライターとして記事を書く際に必要なことについて書いてみたいと思います。

まず初めに、そもそも「言葉」とは何なのでしょう？

普段、私たちが当たり前に使っている言葉ですが、Webライターとして活動する前に、言葉の効果や意味について改めて考えてみたいと思います。

### **言葉とは何か**

言葉の意味を辞書で調べると以下の様に記載されています。

”音声や文字などにより表され、特定の意味を伝達する手段となる表現および表現の体系のこと。”引用元：[Weblio辞書](#)

つまり言葉とは、自分の頭の中にある「感情、意思、思考、体験、想念、イメージ」等を具現化する手段ということになるでしょう。

### **言葉の種類**

言葉は自分の頭の中にあるものを具現化する手段ということですが、表現方法にはどのような手段があるのでしょうか。

代表的なものをあげるとすれば、音で表現する「話し言葉」、文字で表現する「書き言葉」、動きで表現する「手話」などが体系化された手段です。

更に、言葉とは意思や意図を伝える手段という広い意味で捉えると、目線、ボディランゲージなどの「仕草」も、無言の言葉の一つだと言えるでしょう。

上記のように言葉の表現方法は様々ありますが、Webライターとして活動する際は当然、主に「書き言葉」を駆使して表現することになります。

### **言葉の効果**

今日私たちは様々な言葉に囲まれて生活しており、その言葉の一つ一つに影響を受けています。

言葉の影響力について、ポジティブな面とネガティブな面をそれぞれ考えてみましょう。

ポジティブな言葉：感謝、挨拶、名言、格言、励まし、安心、安全、理解、共感、改革、合言葉、目標宣言、深層自己説得、心の整理、等

ネガティブな言葉：呪文、恨み節、不平不満、悪態、愚痴、罵詈雑言、虚偽、洗脳、戦争、等

上記はほんの一例ではありますが、

言葉には人の人生を大きく変えてしまう程の影響を持つものもあります。  
言葉は単なる音声や文字、動きや仕草などなのに、何故それほどまでに大きな影響力を持つのでしょうか？

言葉のもつ強力なパワーが分かる表現として、日本には古来から伝わる捉え方があります。  
それは言霊、言の葉という考え方です。

言葉は単なる音声や文字、動きや仕草などではなく、そこには魂が込められているという意味合いです。

つまり、言葉は言霊ですので、見聞きした人の状態によっては、  
魂を揺さぶられる程の衝撃を受ける場合があり、言葉で人を助ける事も出来れば、殺す事も出来るということになるのです。

更にこのことは、他者だけに限ったことではなく、自分自身にも当てはまります。

自分の発する言葉や文字を一番多く見聞きしているのは、他ならぬ自分自身ですので、  
それによって絶えず影響を受けているということです。

仕事、プライベート関係なく、出来るだけ良い影響がある言葉を発するように日常から気を付けたいものです。

### **Webライターとして書き言葉を扱う時の注意点**

まずは、話し言葉と書き言葉の性質の違いについて確認しておきましょう。

話し言葉は音声ですから特に録音などをしない場合は、表現すると同時に消えていきます。

会話はキャッチボールで成立するものですので、スムーズにコミュニケーションを取るためには、正確性よりも瞬発力が必要なのです。

そして、話し言葉によって受ける印象の大部分は、トーンやボリュームなどからくるものです。

助詞の（てにをは）や接続詞が文法的に多少間違っている場合、言い方や雰囲気などの要素から推測して、意図は伝わるものです。

それに対して、Webライターが扱う書き言葉は、表現すると同時に文字として記録されていくものです。

話し言葉とは違って瞬発性が求められるものではなく、書いた後にじっくり見て推敲、校正ができる反面、書き手の意図を推測する際の大きな手がかりとなる、トーンやボリュームなどの要素はありません。

つまり、話し言葉は言葉を正確に記載しないと読者に誤った意味で伝わってしまいやすいということです。

Webライターとして必要な最低限の努力としては、出来るだけ意図が正確に伝わる様に正確な文章を書くということだと言えるでしょう。

## Webライターの仕事について

Web=インターネットは軍事や政治、セキュリティなどの特別な意図がある場合を除くと、一般的な検索については日本では基本的にアクセスが自由な解放的な空間です。

Webライターとしてライティングした記事は、不特定多数の人が目にするものという意識を持つことが必要です。

それは、Webライティングの先には記事を見る人（訪問者）がいて、記事を読んで受ける影響は、その人の人生の一部になっていくということでもあります。

Webライターとして収入を得るからには、プロとして自分の書いた記事（言葉）が訪問者の人生に影響していくという責任を持つべきなのです。

例えば、セールスライティングのテクニックを駆使して粗悪品を売りつけるランディングページなどもあり、情報商材系の商品を中心に被害が報告されています。

お金さえ稼げればそれで良いというスタンスは、ライティングのプロとして相応しくない在り方ですし、訪問者を悪意のある記事で騙したり、搾取したりするのはやってはいけないことです。

世の中には数多くのWebページがありますが、記事を書くからには訪問者にとって有益な情報を提供しなければ意味がないと言えるでしょう。

有益な記事を書くということは、SEO上の観点から考えてもメリットのあることで、販売者目線ではなく、訪問者目線でコンテンツを構成して記事を書くことが重要です。

## Webライターとして良い記事を書くためにはどうしたら良いか

「記事は文章の集まり」であり、「文章は言葉の集まり」であり、「言葉は自分の頭の中にある思想を具現化したもの」です。

つまり、悪い思想は有害な記事を生み出し、良い思想は有益な記事を生み出すということです。

Webライターとして良い記事を書くための大前提としては、良い思想で記事を書くということになります。

では良い記事とはどんな記事なのでしょう。

Webライティングについては、端的に言えば訪問者の役に立つ記事ということになります。

情報提供記事であれば、知りたいことの答えが分かりやすく書いてある記事  
商品比較記事であれば、関連ジャンルの商品がしっかりと比較されている記事  
商品販売ページであれば、商品の魅力が伝わる記事  
リクルートページであれば、会社の魅力が求職者に伝わる記事  
など訪問者が求めていることの答えがちゃんと書いてあることが何よりも大切です。

つまり、訪問者の役に立つ記事ということになりますが、そういった記事を書くためには思考のベクトルを自分目線から他者目線に置き換えることが必要です。

自分の書きたいことや売りたい商品をアピールするのではなく、訪問者が求めているものを提供するにはどうしたら良いかという目線で調査して、ネタを仕入れて、記事を書くようにすれば、自然と売れる記事が書けるようになることでしょう。

**文字数** : 2859

**執筆時間** : 180分