

高等学校課題研究ハンドブック Chapter 5 a

リサーチ初級編 1：レポート作成について

5-1. レポートをどう組み立てればよいのか？

Chapter 5では、Chapter 4のテキストレビュー作成法に引き続いて、与えられた課題についてレポートを作成する場合の入門編です。もちろん、学年が進んでオリジナルな課題研究に取り組む際は、それぞれ専門的な方法論を学ばなければなりません、ここでは初級編としてのアドバイスです。

トップ・ダウン・アプローチとボトム・アップ・アプローチ

Chapter 1・2でリサーチ・レポートの構造を紹介しましたが、課題が与えられた場合、リサーチの段取り・レポートの構成には二つのアプローチがあります（永田、2007）。一つは、右図の左側の青い矢印である「まず全体像を考え、目次を決めてから本文を書く」という**トップ・ダウン・アプローチ**です。自然科学での「理論的視点から**仮説**を定め、検証していく」段取りに近いかもしれません。

一方、「書けるところから書く」、つまりリサーチを進めながらレポートをまとめていく**ボトム・アップ・アプローチ**もあります。それではどちらが初心者向きなのでしょう。永田（2007）は初心者には**ボトム・アップ・アプローチ**を薦めています。このアプローチでは、仮説は収集した事実から探り出されていきます。

たしかに、高校生の方に限らず、初心者の方にとって、初めから構成をかつちり決めて書くのは結構難しそうです。皆さんも、まずは、手探りの段階から始めた方がよいかもしれません。以下、ボトム・アップ・アプローチについて考えていきたいと思います。

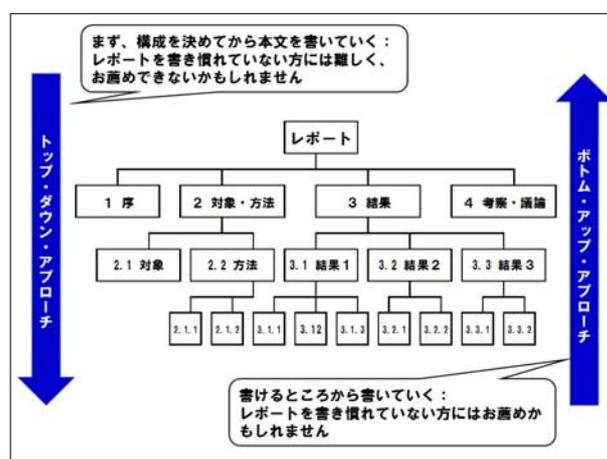


図 5-1. 論文の構成を考える二つのアプローチ（永田、2007 の図から一部改編）

Box 5 a-1. ぜひ、複数の仮説を：ディベートの効用

トップ・ダウン・アプローチで危険なのは、最初から1つの仮説に議論を絞りかねないところです。Chapter 2でも強調しましたが、1つの事実から導き出される仮説は複数あるのかもしれませんが、1つの仮説だけにこだわると、議論の発展性に乏しくなることも予想されます。

ところで、複数の仮説を扱う練習として、**ディベート**が役立つかもしれません。ディベートで論証の準備をする際、証明したい仮説と、そこにまったく相反した仮説をそれぞれ比較、どんな立ち位置でも立論できるように、自らの論理的思考力を鍛えることは訓練として重要かもしれません。

先生からテーマが課せられた場合、どうするか？

以下、具体的なレポートについて想像していただくため、先生から「**日本における“ロゴ”**をとりあげて、**レポートを書きなさい**」という課題が与えられたと設定しましょう¹。皆さんは、どうしますか。**ロゴ**、時折耳にする言葉ですが、しかし、どのように調べれば

¹ 「ロゴをテーマにできないか」という例は、実際にある学生の方から相談を受けたものです。

よいのか。また、レポートのストーリーをどう組み立てればよいのでしょうか。ボトム・アップ・アプローチで試してみましょう。

ボトム・アップ・アプローチではまず“**資料(部品)**”を探すわけですが(永田、2007)、何から手をつけてよいのでしょうか。本来は信頼のおける学術書籍や論文等を検索すべきですが、このChapterでは、初心者向けに「Webで集めた資料²をもとにレポートを作成する」という設定にしましょう。

とは言っても、Web検索も簡単ではありません。例えば、“Google”で“ロゴ”を検索すると、0.67秒で約2億9900万件もヒットしました(2017年5月17日検索)。これでは、資料が多すぎて何を選んでよいかもわからず、皆さんは“部品の海”に溺れかねません。“検索”前に、ある程度絞り込む必要があります。それを象徴する言葉こそが、**キーワード**です。このあたりは、Chapter1で触れた「**リサーチ・レポートの種類とレベル**」における“**レベル1(論点整理型)**”に該当するでしょう(p.3)。

次に、テーマの絞り込みと部品の収集をどうやって進めるか、順を追って説明します。

5-2. 資料の収集について

辞書で言葉の意味を確認しよう

まず、肝心の“ロゴ”の意味をあなたは熟知していますか？これが意外なことに、大学生の方でも、本人は「わかっている」つもりでも、本当の意味をきちんと把握していないことが珍しくないのです。そこで、まず**言葉の定義**を調べてみる、これが**テーマの絞り込み**の第一歩にふさわしいかもしれません。

そこでお薦めなのが、きちんとした**国語辞典**で言葉の意味を確かめてみることです(小笠原、2003)。もちろん、Webでも充分です。例えば、Webのコトバンクが典拠する三省堂の『大辞林』では、ロゴについて以下のように書かれています。

ロゴタイプ【logotype】: ①二つ以上の活字を組み合わせて一つの活字としたもの。ロゴ。②社名やブランド名の文字を個性的かつ印象をもたれるように、デザインしたものの。ロゴ(『大辞林』第3版)。

まず、“ロゴ”は英語のロゴタイプの略なのです³。かつ、基本は“**活字**”を使ったデザインです。このことを皆さんご存じでしたか。話のついでに、“ロゴ”に関連しそうな他の言葉も調べてみましょう。例えば、ブランド、意匠・デザイン等などです。この時、どんな**キーワード**で検索するかはあなた次第ですが、どの言葉を調べるかでレポートの方向性が決まるかもしれません。

ブランド (brand): ①自己の商品を他の商品と区別するために、自己の商品に使用する名称や標章。銘柄。商標。②特に優れた品質をもつとして知られている商品の名称や標章。(『大辞林』第3版)

意匠 (いしょう): ①工夫をめぐらすこと。趣向。「一を凝らす」。②美術工芸品・工業製品などの形・色・模様などをさまざまに工夫すること。また、その結果できた装飾。

² なお、Web資料も信用できる記事に限ります。読者(=先生)から「えっ！こんなあやふやな資料を使うわけ！」と思われたら、せっかくの努力も水の泡です。その点も注意して下さい。

³ この“logo-”はギリシャ語起源の「語」「言語」「談話」を意味する連結形で、“ロゴ”という英単語が存在するわけではありません。logo-はギリシャ語起源の「語」「言語」「談話」を意味する連結形なので、“ロゴ”という英単語が存在するわけではありません。『広辞苑』第5版で「ロゴ」を検索すると、こちらは簡単に「ロゴタイプの略」としています。また、似た表現に「ロゴマーク」がありますが、『大辞林』では「企業やブランドのイメージを印象づけるように、ロゴタイプやマークを組み合わせて図案化したもの」と解説され、和製英語だそうです。

デザイン（『大辞林』第3版）。

こんなことをいろいろ調べているうちに、知らなかった世界がだんだん広がって、テーマに“奥行き”が出てきたような気がしませんか。そこに何か“ひらめき”があれば、ロゴを“核”としたストーリー（筋道）が浮かぶかもしれません。もちろん、そのストーリーにあなたのオリジナリティが込められていれば、それがレポートへの第一歩です。

資料はどこから選ぶか？

ところで、皆さんは Web の資料をあまり吟味しないで引用していませんか。

それだと、読者（教員、上司、顧客）から「こんな不確かな資料を引用するなんて、あなたのプレゼン／レポートは信用できません！」と評価されてしまうかもしれません。Web は玉石混交の世界であり、逆に言えば、そこから貴重な資料を発掘するだけで、あなたは評価されるかもしれないのです。それでは、どんなふうに資料を選ぶべきでしょうか。

- (1) **辞典類**：世間一般から評価が定まっている資料に、先程も触れた辞典があります。Web 資料でも、きちんとした辞典からの引用であれば、立派な参考資料です。
- (2) **政府系や国際機関等の公的資料（公刊データ）**：つぎに政府や様々な機関が公表している資料があります。例えば、日本政府による電子政府こと e-gab には、「意匠法」という法律が記載され、「**意匠**とは、物品（物品の部分を含む。第八条を除き、以下同じ。）の形状、模様若しくは色彩又はこれらの結合であつて、視覚を通じて美感を起こさせるものをいう」と定義されています（意匠 2 条 1 項；意匠法 HP; <http://law.e-gov.go.jp/htmldata/S34/S34HO125.html>）。なお、URL の“law.e-gov.go.jp”という部分は、電子政府の法律（law）関係のページであることを指しています。

日本政府関係の統計資料は「政府統計の窓口 e-Stat」から入ります(<https://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/eStatTopPortal.do>)。例えば、日本人の生命表を閲覧したければ、「e-stat」のトップページ → 「主要な統計から探す」 → 「“人口・世帯”の生命表」 → 「第 22 回生命表 2015 年（2017 年 3 月 1 日公表）」の順にクリックしていくと男女別の生命表のエクセルのファイルにたどり着きます。

国際機関の統計資料の例では、OECD の統計資料は <https://www.oecd.org/tokyo/statistics/> を探して下さい。また、国連関係では、広報センターの資料などを直接探しましょう (http://www.unic.or.jp/texts_audiovisual/)。
- (3) **会社等が公表している資料**：同様に、Web には様々な会社や機関の HP が資料を公開しています。例えば、Chapter 5 b で引用する住友グループの HP の URL は <http://www.sumitomo.gr.jp> です。こうした資料もまた、それぞれの会社・機関が公認した情報を提供しているわけですから、立派な資料と言えます。
- (4) **学術研究書や論文**：皆さんがよく使うのは図書館の HP を介しての“NII 学術情報ナビゲータ CiNii” (<http://ci.nii.ac.jp/>) かと思いますが、ここでは Google 社が提供する Google Scholar (<https://scholar.google.co.jp/>) を、日本語・外国語論文をともに強力に検索できるエンジンとして推奨します。

もちろん、どの検索エンジンや HP を使おうと、そこで問われるのは「どんなキーワードで的確にあなたが欲しくて、かつ正しい情報にアプローチできるか」というあなた自身のセンスです。そのセンスを磨くため、日頃からリサーチの世界になじむことが肝心です。

Box V a - 2. Wikipedia について

レポートに Wikipedia の記事を引用文献として扱う是非に触れておきましょう。はじめに結論から述べると、レポートに引用文献として Wikipedia を引用するのはいけません。というのは、Wikipedia はオリジナルな“一次資料（primary source）”でないからです。それは Wikipedia 自

