

令和3年度 総合政策学部 一般選抜 後期日程

【出題意図】

近年におけるソーシャルメディアの開発と普及は、誰もが情報発信可能で、かつ双方向のやり取りが可能な社会をもたらした。SNSなどのツールは学生にとっても身近で、利用機会も多い。従来のマスメディアも含めてメディアの多様性は時代とともに増しているが、メディアの利用実態は世代によって異なる。今回は、メディアによる利用特性の違いや情報の信頼性を踏まえてメディアと社会との関係を考えてもらうことを意図して、ソーシャルメディアの普及とステルスマーケティングを出題テーマとした。

1は、資料(A)に基づいて、メディアを巡る経時変化とソーシャルメディアの普及について理解する設問である。グラフの読み取りと単純な計算によって基礎的な数学的思考力を確認したほか、前後の文章に合わせて短文をつくる文章表現力を確認した。

2は、資料(B)に基づいて、SNSの使い方やステルスマーケティングの問題点と、それらの解決法を問う設問である。文章の読解力に加えて、簡潔に文章をまとめる能力、自身の考えを根拠に基づいて述べる能力を確認した。

3は、資料(C)のグラフデータに基づいて、各種メディアの特徴に対する理解を問う設問である。基礎的な計算能力を確認したほか、問われたことに的確に答える文章を作文できる能力を確認した。

4は、すべての資料の内容と解答条件を満たしつつ自身の考えを文章にまとめる設問である。作文の自由度を狭めており、条件内での的確に作文する能力を確認した

【解答例・配点と採点ポイント】

1 資料(A)について、次の問いに答えなさい。

問1 2018年～2019年 1.2倍 [両方正解で15点]

グラフを正しく読み取り、倍率に関する単純な計算ができるかを確認する設問である。増加率が傾きの大きさであることを理解していれば、1ヶ所だけ計算すれば済む。最大増加期間と倍率の両方が正しく記入できて得点とする。倍率を求める計算式は次のようになる。

$21,048 \text{ 億円} / 17,589 \text{ 億円} = 1.1966\dots$  小数第2位の9を四捨五入して 1.2 である。

問2 (例)新聞、雑誌、テレビ、ラジオの広告費はほとんど変化なし、または減少気味であるのに対して、インターネット広告費だけが10年ほどの期間に3倍になる勢いで増加しています。

(80文字) [20点]

グラフから、メディアの広告費に生じた変化を読み取れているかを確認する設問である。また、読みとったメディア広告費の変化を、前後の文脈に応じて適した文章にする。後に続く文章が「なお、この中には」であることから、インターネット広告費に関する文章で終わらないと文章として連続しない。また、文体は前後に合わせて「です・ます」の形になる。

問3 (例) 元来、メディアを通じて情報を発信するのは企業やセレブリティなど、ごく一部の組織や人であったが、ソーシャルメディアの普及により、一般の人も多くの人々に対して情報を発信する手段を得られるようになった。(98字) [20点]

ソーシャルメディアの普及がもたらした影響について答えさせる設問であるが、資料を表面的に理解するだけで十分に解答できるはずである。変化を明確にするためにも、従来メディア時代の特徴と対比する必要がある。

2 資料2について、次の問いに答えなさい。

問1 (例) ステルスマーケティングには、インフルエンサーの純粋な発信と、企業のPRとの境界が閲覧者にわかりにくい面があり、客観的な情報を装うことで消費者心理を悪用し、市場秩序をかく乱する可能性がある。(93字) [20点]

SNSなどを利用したステルスマーケティングの問題点について、資料の文章から該当箇所を見つけ、適切な文章に直すだけである。

問2 (例) ステルスマーケティングに対する法的な規制は必要である。なぜならば、インフルエンサーの意見か、企業PRかを消費者が見極めるのは非常に困難であり、また、Instagram社によるタグ付けの対策なども、実行するかどうかはインフルエンサーである利用者の判断に委ねられており、消費者が自らを守ることができる仕組みとはいえない。したがって、法律に基づく強制力をもって情報の透明性を高める必要がある。(190文字) [30点]

ステルスマーケティングに対する解答者の考えを問うと同時に、根拠に基づいて意見を述べることができるかを問う設問である。どちらの立場で解答してもよい。自身の立場を明確にしていることと、主張の理由を記述できていることで得点とする。

3 資料(C)について、次の問いに答えなさい。

問1 (例) テレビを利用する人がインターネットを利用する人よりも504人多かった。[15点]

図3の「全年代」の数値を使えば良い。回答者総数が1500人、テレビと答え人は55.2%、インターネットと答えた人が21.6%である。総数と割合から人数を求める単純な計算問題である。計算式は次のようになる。

$$1500 \text{人} \times 0.552 - 1500 \text{人} \times 0.216 = 504 \text{人}$$

問2 (例) 人々はメディアをどのような情報を取得したいかによって使い分けているといえる。特に世の中の出来事や動きを知るためには、テレビが利用されている傾向がある。一方で、趣味や仕事に関する身近な情報を得るためには、インターネットが利用される割合が圧倒的に多くなっている。ニュースなど世の中の動きを知るためには幅広い情報を確認した上で取得するのに対して、身近な情報を取得するためには自身が必要としている情報に限定して検索等を行い、積極的に目的とする

情報を探す必要があることから、これらの傾向が表れていると考えられる。一方で、信頼のある情報を得る際には、新聞を利用する人々の割合が他の場面よりも大きくなる傾向がある。新聞は世代が上がるにつれて信頼できる情報を得るときに利用される割合が大きくなり、一方、インターネットは20代を中心とする若者に多く利用されており、50代、60代では比較的に利用されていないといえる。 (395字) [40点]

複数のグラフからわかる特徴を読み取り、問われていることに対して正しく説明できるかを確認する設問である。グラフで割合の違いが明確で、特徴・傾向の差異も明快なテレビ／新聞／インターネットの3つについて説明すれば、ほぼ指定文字数になるはずである。

- 4) メディアを使用して情報を取得する際には、情報の信頼性を確認する必要がある。テレビや新聞、ソーシャルメディアなど、どのメディアであっても誤った情報が提示される可能性がある。特にインターネットメディアでは、誰でも容易に情報を発信することができるため、その情報に精通した人物が発信しているのかといった点や、情報元が何なのかといった点に気を付けなければならない。これらに注意をすることで、資料(B)で取り上げられているステルスマーケティングなどの被害も受けにくくなるのではないかと考えられる。一方で、私自身が情報を発信する際には、その情報が誰の目に届くか分からないことを踏まえて発信しなければならない。なぜならば、一度インターネット上に発信された情報が拡散すると、その情報を削除することは極めて困難になるからである。SNSの投稿などについても何でも気軽に投稿するのではなく、十分に注意をしなければならない。 (397字) [40点]

ここまでの資料や問題を踏まえたうえで、情報を取得する立場と情報を発信する立場の両方の視点を含んだ内容の文章が記述されていれば良い。