

令和5年度入学 盛岡短期大学部 学校推薦型選抜（一般、特別） / 社会人選抜
国際文化学科 試験問題の出典

種別	大問番号	著者名	著作物名	書名等	版元
小論文	国際文化学	西谷 修	私たちはどんな世界を生きているか	2020年 P12-17より 一部改変	講談社

令和5年度 学校推薦型選抜（一般）
学校推薦型選抜（特別）
社会人選抜

短期大学部

小 論 文 (90分)

学科・専攻名	ページ
生活科学科 生活デザイン専攻	1～2
生活科学科 食物栄養学専攻	3
国際文化学科	4～6

注 意 事 項

- 1 試験開始の合図があるまでは、この問題冊子の中を見てはいけません。
- 2 志望する学科・専攻により問題と解答用紙が異なるので注意ください。
- 3 この問題冊子は6ページあります。なお、下書き用紙が1枚あります。
- 4 試験中に問題冊子及び解答用紙の印刷不鮮明、ページの脱落などがあった場合には手を挙げて試験監督員に知らせください。
- 5 解答は、必ず黒鉛筆（シャープペンシルも可）で記入し、ボールペン・万年筆などを使用してはいけません。
- 6 解答用紙（各学科・専攻別）には、氏名及び受験票と同じ受験番号を忘れずに記入してください。
- 7 解答は、必ず解答用紙の指定された箇所に記入してください。
- 8 下書きの必要があれば、下書き用紙を利用してかまいません。
- 9 試験終了後、問題冊子と下書き用紙は持ち帰りください。

国際文化学科

次の文章を読み、あとの問いに答えなさい。

歴史的に振り返るといふときに、その歴史あるいは出来事の意味づけをどうやって確かなものにするかという課題は当然入ってきます。ところが面倒なことに、今はその足場が崩れている。というのは、いわゆるポスト・トゥルースと言われるような状況が生じてきて、何が確かなことなのかという目安自体が、揺るがされているからです。

「ポスト・トゥルース」とは、アメリカでトランプ大統領が誕生した年に、オックスフォード英語辞典の「今年の言葉」に選ばれて有名になった表現です。要するに、「真実が通用する時代は過ぎ去った」、「もう真実かどうかには価値がない、情報としての価値はない」、ということです。

ドナルド・トランプはおおかたの大手メディアの予想に反して当選しました。そのとき、既成のメディアが流す情報よりも、ツイッターやフェイスブックで流される、事実確認や裏付けのない情報、あるいは故意の捏造情報が人びとの投票行動を左右したと言われ、そのメディア状況をこの言葉がうまく言いあてているということです。

実際、大統領就任式では、オバマ前大統領の時はホワイトハウス前の大通りが100万の人で埋め尽くされたのに、今回は20万人しか集まらなかったとメディアが報じると、トランプ新大統領のスポークスマンは、報道されたとは別の写真を示し、これが「オルタナ・ファクト」（主要メディアが流すとは別の事実）だと主張します。

そうすると、選挙に勝って正統性を得た大統領府がそう言うわけですから、もうひとつの「真実」の方は「真実」としての通用力を揺るがされてしまいます。その「真実」に固執すると、それは「フェイクニュース」だと決めつけられます。あとは政府・政権と大手メディアの乱打戦になります。「真実」を支える軸が取り払われてしまったのです。

日本語では「真理」と「事実」は区別されていますが、「事実」を「真実」に言いかえると、両方とも「真」に関わるということになります。本当かどうか、本物かどうか、ということです。ものごとを人びとが議論したり、相互理解したりするときの、やりとりの軸になる、みんなが受け入れて議論の展開のベースにするような、コミュニケーションの拠り所のようなものが「真」あるいは「真理」です。

いろいろなレベルの「真理」があります。信仰の真理もあれば科学的真理もある。けれども今では、あらゆる「真理」が社会的な情報のなかに一元化されて、電脳化されたコミュニケーションの場に流れ出しています。

新聞を読んでも、本を読んでも、情報の処理はデジタル化されていますから、そちらがデフォルト[※]です。その電脳[※]の海に、言説の柱が溶けて漂っているというわけです。まあ、知の商品化とか——売れる知識がいい知識——、実物よりPRとか言われて、だいぶ前から「真」の劣化は始まっていたのですが。

(中 略)

なぜそんなふうになったかといえば、やはり(1)情報テクノロジーによるコミュニケーション空間の変質が決定的でしょう。

たとえば、人びとが議論をするとき、あるいは考えるとき、言葉で結びついたコミュニケーションの場があります。議論が成り立つために従わなくてはならない決まりとか、これは真実として受け入れなくてはならないとか、見えない規範のようなものが作用しています。それに則することで議論は成り立っていました。

その規範、拘束の最も基本的なものが「AはAである」といった縛りです。赤を黒と言ってはいけない、サルをイヌと言ってはいけない。あるいは「白も黒も同じ」ではまずい。もちろん、どうしてAはAでないといけないかと問うてもいいのですが、そのときにも議論のベースでは「AはA」です。そういう縛りがみんなに共有されて、それでコミュニケーションは成り立ちます。「真理」もそんなところに関係しているわけです。

ところが、この条件をインターネット、デジタル IT 技術が大きく変えました。

ネットがないときには、情報発信にはいろいろな回路とプロセスがありました。活字情報として流通させるためにも手続きがあつて、一人ではなかなか難しい。編集という作業もある。いわば「公共」のふるいがかかっていたのです。こう言ったほうが受けるという商業ベースの配慮が働いたとしても、それは顧客を引きつけるだけの質があるかどうかなど、情報の選別、ふるい分けが作用していた。

ところがインターネットとくに SNS によって、誰もがそんなフィルターなしに発信できるようになった。そのプラットフォームを提供する業者もいます。それが現代の成長セクターですね。

もちろんそれは情報発信のデモクラタイゼーション(民主化)であつて、良い面もあります。ただし、情報がすごく多くなります。そのため、いわゆる折り紙付きの情報とそうではないものが無差別に溢れます。多くの人が多くの情報に接するようになると、論理的な手続きを経るとか信頼度を気にするとかよりも、「あっ、これいいじゃん」「そうなのか」と、自分の好みや気分合うものに対してすぐに反応してしまう。

だから、ウソだろうがデマだろうが、うまく反応を誘ったものが流通するようになる。その反応が情報発信者を励ますだけでなく、多くの場合、情報発信にコマーシャルがついていたり、スポンサーがついたりして利益にも結びついている。

正確さとか信頼性だとかは情報流通のなかで第一義的な価値ではなくなり、好みや気分合ったものがネットのなかでどんどん反復・増幅されていくことになるわけです。

感情的反応ということがよく言われますが、要するに論理的とか、妥当な情報を見分ける慎重な判断は、このような情報流通の実勢の中であまり意味を持たなくなります。

意味内容やそれに対する検証、あるいは信頼度といったことではなくて、反復の強度の強いものが流通力を持ち、そのこと自体が情報の価値になってゆきます。その価値は抽象的なだけでなく商品価値でもあります。

すると情報は、もはや真実かどうかを支えにしなくてもよい。それとは違った形で情報が流通・増

幅されるということが、(2)技術的可能性が開いたコミュニケーション状況のデフォルトになっているのです。

(西谷修『私たちはどんな世界を生きているか』, 講談社, 2020年, pp.12-17より, 一部改変)

注 デフォルト:ここでは基本的な(初期)状態のこと。

問1 下線部(1)「情報テクノロジーによるコミュニケーション空間の変質」とはどのようなことか。本文の内容に基づいて120字以内でまとめなさい。

問2 現代における情報流通のあり方について、あなたはどうか考えるか。下線部(2)の内容を踏まえつつ、具体的な例を挙げながら700字以上800字以内で述べなさい。