

二〇二六年度

一般選抜試験問題

国語

注意事項

監督者の許可があるまでは、この冊子の中を見てはいけない。

- 一 解答はすべて別紙解答用紙の指定箇所に入すること。
- 二 問題は四ページから一六ページまで印刷されている。もし印刷不鮮明の箇所などがあれば申し出ること。
- 三 解答用紙は二枚ある。すべての解答用紙に氏名および受験番号を必ず記入すること。
- 四 解答用紙の解答欄には解答に関する以外は記入しないこと。また、採点欄には何も記入しないこと。
- 五 解答用紙への記入には必ず黒鉛筆（HB以上の濃さ、シャープペンシルを含む）を使用すること。
- 六 この問題冊子は持ち帰ること。

I

次の文章を読んで、後の問いに答えよ。

原始時代、狩猟民族だった時代は、「人間にとって価値のある能力」とは「目がいい（視力）」「速く走る（走力）」「獲物を仕留める（腕力）」でした。それがないと生きていけないのだから当然です。

興味深いことに、この3つは現代のスポーツに要求される能力でもあります。野球もサッカーも視力と走力が必要です。格闘技は言わずもがな、野球とアメフトも腕力が大切ですね。しかし、狩猟時代にも落ちこぼれてしまった人間はいました。つまり足が遅くて目が悪く、腕力にも乏しい人間です。こうした人々は狩猟中心の社会ではお荷物でしたが、彼らなりに生き残りの^①すべを探します。

走力や腕力がなくても手に入る食料を探しました。まずは植物です。植物を火で熱し、違う物質に変化させ、調理します。こうすることで、走力や腕力がなくてもパンやコメを食べることができるようになりました。

植物を中心にと考えると、同じ場所に定住し、時間をかけて植物を育てるという発想に変わります。走って動物を捕まえるのではなく、川にいる魚を罫^{わな}にかけて楽に捕まえる「築場^{やなば}」なんかも同じ発想から生まれたのかもしれない。

植物を作物としてとらえると、必要なのは視力でも走力でもなく、未来を見通す力、すなわち知力です。人間は狩猟生活をやめると、知力を高めることに最も価値があると考えられるようになりました。これが農耕革命と呼ばれる変化です。

動物すらも家畜化し、走って捕まえるよりも育てて食べるという発想に変わりました。

農耕革命と同時に始まったのが知能革命だと言われています。つまり、農耕の始まりは知能に価値の中心が移っ

たということの始まりでもあるわけです。

(A) 以降は、知能が最も価値ある能力とされ、知能が高い人間が社会を^②こうちくし、社会的に高い地位を築いてきました。貨幣、国家、宗教、企業といった現代文明の^③いしずえとなる仕組みは、すべて「知能が高いことが人間にとって最大の価値」であるという前提で作られています。

たとえば企業でも大学でも、入試に体力テストを行うところはほとんどありません。ごく簡単な^④けんこう診断はあっても、100メートルを10秒台で走る能力は求められていません。

知能革命がもたらしたのは、知能の連携です。最初はごくわずかな^⑤はんいから始まり、最終的には全地球規模で知能がつながり、連携できるようになりました。

そう。インターネットです。

そのインターネットに^⑥ほうしゅつされた無数の情報の断片が、人工知能に学習され、やがてインターネットに存在する情報の大半が人工知能による生成物に変わるでしょう。

農耕革命が起きるまで、知能が高いことはほとんど役に立ちませんでした。無価値と思われていたかもしれせん。

それまで無価値と思われていたものが、ある時点を境に突然価値を持つ可能性があるのです。

求められる「知力」の質も、知能革命の最中にどんどん変化していきました。メガネが発明される以前は、知力が高いとは視力がいいことも意味していました。囲碁や将棋に強いことは、かつては^⑦ぐんしの才能と考えられていました。計算に強いことが、賢いことの証明のように言われてきたこともあります。

しかし、計算方法そのものを考え出す数学者は、実は計算が苦手という^⑧さくごもあります。数学者にとって価

値のある知能とは、計算が得意なことではなく、それまでの枠組みにとられない自由な発想ができるということでした。

ほんの少し昔は「生き字引」といつて、たくさんの事柄を知っている人間が重宝され、知能が高いと考えられていました。また、キーボードが普及する前は、エリートの条件は字が綺麗きれいなことでした。そうしないと知識を共有できないからです。

日本では長らく英語信仰があり、英語を読み書きできるだけで知力が高いと思われることもありました。でも自動⑧ ほんやくの発達で、その能力は急速に価値を失っています。

さらに現在、「知能活用」の代表格といつていいプログラマーの美德とされているのはハック——すなわち「表面的なことから本質を見抜き、手間を省く」能力、つまりは「手抜き」の能力です。生成系AIはまさに手抜きのための発明です。

すると、現在のところ人間の美德とされているけれども、全くお金（お金自体が知能革命の成果です）につながらない能力は何かということを考えたときに、出てくる答えは「真心と思いやり」にしかないのです。

「真心革命」のようなものがこれから起きるのかどうかはわかりませんが、自動車の発明が走力をほとんど

（B） したのと同じように、AIが学歴や知性そのものを無価値化していきます。筆者のような物書きはまさに知力売りにして生活してきたので非常に残念な結論ではありますが、これは抗あらがえない時代の流れです。

言い換えると、これからは「どれだけ難しいことを理解しているか」ではなく、「どれだけ相手のことを思いやれるか」に、より大きな価値がある時代が来るでしょう。

そればかりは生成系AIに聞いても教えてもらえないからです。

AIの出現で、「自分の仕事がなくなる」と大騒ぎになっています。

たとえばなんらかのテストに合格するというのは、もはやその人の知性をなんら保証するものではないということとが明々白々となってきました。

「まじめな人であれ」「平凡な人であれ」という価値観。いや、むしろ「このテストにパスできる人間になれ」とか「ほかの人を出し抜いてエリートになれ」といった価値観が否定され、そのことが受け入れられるようになるのは時間の問題です。

誰だって、好きこのんでテスト勉強をしてきたわけではありません。自分のやりたいことを我慢して、でもそれが将来のためだからと信じてテストのための勉強、勉強のための勉強をしてきた人が大半でしょう。

しかし、それに高い価値がある時代はまもなく終わります。

いや、実際のところもつと昔から、テスト勉強によって得られる地位は、それ以外の勉強を重ねた人が得られる地位よりもそれほど高いわけではありませんでした。

たとえば漫画家、小説家、歌手、そのほか「アーティスト」といった人たちにテスト勉強は必要ないかもしれません。その代わり、そうした表現活動で食べていくのは難しかったし、今だって簡単とは言えません。

しかし、10年前に比べて、表現労働によって生きる人はずつと増えている印象があります。同人作家、YouTuber、ライター、noteなど、自己の表現を^(a)マネタイズする手段はひと昔前に比べれば豊富すぎるほどです。

かつて本を書いて暮らすというのは大変なことでした。まず原稿を書くよりも先に、編集者に対して、「自分はそんなじよそこらの人間とは違う人間なのだ」と^⑨なつとくしてもらわなければならなかった。もしもそれをすつ飛ばして原稿だけ書いて持ち込んだとしても、「そんなじよそこらの人間」だと思われたら読んでさえもらえません。

筆者も文章を書く仕事をしてもう30年になりますが、自分の文章を最後まで自信を持って読んでもらえるようになるまでには時間がかかりました。本書だって、最後まで読んでくれる読者は、冒頭の数行、数文字を読んでもくれる読者よりは必ず少ないのです。

AIは「普通の人」や「普通のエリート」に求められるようなことは、ほぼ全てできます。個性のない仕事は全てAIがやるようになっていくでしょう。

あとは法的な整理がどこまで追いついてくるか。たとえば人間以外の人が弁護士になれるのか、会社の代表になれるのか。そういったことが整理されるまで、人間は一種の人身御供^{ひとみごくう}として、AIの後見人として必要とされるはずです。

しかし、それもそんなに長い間は続かないし、そうしたときに人間の価値は相対的に下がっていくように見えるかもしれません。

このような時代に価値を持つ能力とは、これまでどちらかというと無価値とされていた2つの能力でしょう。

一つは、「人のやらないことをやる」ということ。

誰かの真似をするだけで飽き足らず、自分なりの工夫をしようとする能力。クリエイティビティと呼んでもいいでしょう。

特に日本の教育現場では、このクリエイティビティを伸ばす教育が全くケアされていません。それどころかクリエイティブなことをしようとする児童や生徒を ^(b) スポイルしようとすることが多い。しかしこれからの時代は、クリエイティブであることが何よりも重要になります。

今後、最も価値が高い労働は表現労働であり、これまでのような ⁽¹⁰⁾ ていけい処理を没個性的にこなすという仕事

は、どんどん価値が下がっていくでしょう。

もう一つの能力は、繰り返しになります。こちらもこれまで教育現場で価値を認められなかった能力です。それは他人を思いやる力。いわば「(C)」とでも呼ぶべき能力です。

「思いやりのある子です」は褒め言葉ですが、「思いやりがある」という理由で上位の学校に行けることはありません。反対に、「思いやりのない子」でもテストの成績が高いという理由で上位の学校に行くことはごく当たり前にあります。

ところが、テストの成績が高いという能力は、AIの持つ本質的な能力に勝てません。むしろAIが苦手とする、「人のやらないことをやる」「他人の気持ちを思いやる」ことを大切にすることが、これからの時代の人々に求められる能力であると言えるでしょう。

余談ですが、筆者が義務教育段階での「(D)」教育を推進した動機の一つは、こうしたクリエイティビティとホスピタリティを育むのに、プログラミングが有効な手段となりうると思ったからです。

プログラムを言われた通りに書くのも勉強ですが、それよりもそれを思い思いに改造することで、プログラミングを一つの表現手段として獲得できます。クリエイティビティを高めることができます。

次に、自分の書いたプログラムを友達や親、先生など、身近な人に遊んでもらうことで、「どうすれば相手の関心を引きめるのか」「どうすれば使ってもらえるか」といったことに目を向けさせることができます。これはホスピタリティを高める訓練になります。

人間がAIに優る要素があるとすれば、クリエイティビティとホスピタリティ、この2点に尽きるのだから、教育制度のありかたも積極的に見直していくべきでしょう。

(清水 亮『教養としての生成AI』による。一部改変)

問一 傍線部の①～⑩について、ひらがなを漢字に直せ。

問二 傍線部(a)、(b)の語の意味を八字以内で説明せよ。

問三 空欄(A)、(B)、(C)、(D)に入る最も適切な語を、本文中からそれぞれ七字以内で抜き出せ。

問四 著者は教育制度のありかたを積極的に見直すべきだと主張している。筆者がどのような考えから、そのような主張を行っているのかを百二十字以内で説明せよ。

II

次の文章を読んで、後の問いに答えよ。

二〇〇三年の一〇月に「世界グラフィックデザイン会議」が開催される。会議の主体は iicograda（世界グラフィックデザイナー団体協議会）という組織で、会議の構想は日本の JAGDA（日本グラフィックデザイナー協会）が担当することになった。そしてこの会議が自分たちの活動の行方を左右する大きな^① けいきになると直感したデザイナーたちが委員となり、計画が進められている。テクノロジーの進展によって激しく流動する社会や世界の中で、その変化の行方を冷静に見通してみたいという思いと、グラフィックデザインを新しい状況の中に再配置しなくてはいけないという思いがこのプロジェクトに関わった委員の共通の意識であった。

この原稿を書いているのは二〇〇二年一月で、一年後の開催を控えてようやく会議の骨格が固まったところだ。一年後にどう会議が実現していくかは全く予断を許さない。しかし会議の企画を進めていく^(a) デザイナーたちがこの時期に何を意識しながらこのプロジェクトに参加しているかという点は重要である。また、実施される会議そのものは通過点に過ぎず、むしろ未来のデザイン思考の目次を構想するような企画や、討議を終えた後その成果をいかに^② けいしよう・発展させるかという点こそ、このプロジェクトの中核であるとも考えられる。したがって、単なる予告編ではなく、むしろプロジェクトの一環として会議の周辺について記しておこうと思う。

デザイナーの仕事には、実際に^(b) デザインを実践するという側面だけではなくデザインというフィールドを社会の適正な場所に再配置していくという側面がある。「デザイン」は日本の社会の中ではなぜか表層的なサービスにとどまりがちで、常に相応しい機能とポジションを主張していかないとその力を発揮する場所が得られずうまく機能しない。また、社会におけるデザインの役割やポジションは、それを問わないまま放置すると、職能の反復によつ

て一定の場所に凝り固まって動かなくなる。デザインは技能ではなく物事の本質をつかむ感性と洞察力である。だからデザイナーの意識は社会に対していつも敏感に^③かくせいしている必要がある。そういう意味でも、時代の変化に応じてデザインのフィールドを揺さぶって、それを世の中の適正な場所に再配置していることが大事なのだ。

これまではグラフィックデザイナーと言えば、ポスターをつくったりマークをデザインしたりする職能だと考えられてきた。しかしながら、元来、デザイナーはそのような単機能の職能ではない。今日、メディアの多様化や情報の量や速度の増加によって、デザイナーが仕事をする場であるコミュニケーションの環境が大きく変化してきている。それにともなうてデザイナーの守備はんいは必然的に拡大し、そういう状況に応じて、コミュニケーションとは何か、情報とは何か、さらにはデザイナーという職能とは何かという基本的な認識の土壌を肥やしておく必要が生じている。そうしないと、デザインが社会の中で担うものの内実が^④きはくになる。

戦後以来、グラフィックデザインは時代の節目節目で実にいい仕事をしてきた。あるときにはポスターが時勢を映す鏡として高い人気を集め、シンボルマークの効果的な運用は社会の興味を呼び起こしてデザインの力を実証してみせた。しかしポスターやC I^(注1)は、あくまでひとつの表現の方法であり、それ自体がデザインの目的ではない。^⑤じぎに^⑤応じて最適な方法を選んだ結果として、あるときはポスターが活躍し、あるときにはシンボルマークが力を発揮したのである。一時期に成功をおさめた特定のスタイルは、注目されればされるほど、本質とは離れたところで大衆化し形骸化する。またグラフィックデザイナー自身も自分たちをアピールする際にポスターやマークを多用し過ぎたきらいもある。結果としてそれが自分たちの職能イメージとして強く焼きついてしまった。だから社会がデザイナーに求めるものは「ポスター」と「シンボルマーク」に集約されてしまう。そしてそれらが新しい時代のコミュニケーションにそぐわなくなるとき、グラフィックデザイナーも一緒に色褪^あせて見えるのだ。

もちろん、問題はポスターやマークだけではない。商品デザインもウェブデザインも同じことである。単機能パッケージ化したサービスは、例えて言うなら簡単に手に入る「頭痛薬」や「胃腸薬」のようなものだろう。軽い症状なら効くかもしれないが、病気が本格的なら効果はない。デザイナーは本来、コミュニケーションの問題を様々なメディアを通したデザインで治療する医師のようなものである。だから頭が痛いからといって「頭痛薬」を求めてくる患者に簡単にそれを手渡ししてはいけない。診察をするところには重大な病気が隠れているかもしれない。時には手術も必要になるだろう。それを発見し最良の^⑥かいけつさくを示すのがデザイナーの役割である。「頭痛薬」を売ることに専念しているデザイナーは安価な頭痛薬が世間に流通すると慌てることになる。

いずれにしても、デザイナーは^⑦ぶんだんされたパッケージ化されたデザインを供給する職能ではない。もしもそういう錯覚が社会に発生しているとすれば、僕らはそれを払拭しなくてはいけない。当然のことだが、あらゆるコミュニケーション、あらゆるメディアにデザインは有効である。コミュニケーションに参与するデザイナーの仕事は、物事の本質を把握し、それに相応しい情報の形を与え、最適なメディアを通してそれらを社会に環流させていくことである。古いメディアに執着する姿勢も、新しいメディアに固執する姿勢も不自然である。マーシャル・マクルーハンの言うとおり、メディアは確かにメッセージであり、新しいメディアには新しいコミュニケーションのセンスやリテラシーが宿るだろう。しかしメディアそのものに創造性の根柢を委ねる発想は短絡である。デザインはあらゆる状況、あらゆるメディアの中で等しく機能する。メディアが進化するならば、それとともにデザインも進化するのである。

僕らの周囲のコミュニケーションの環境を想起していただきたい。テクノロジーの進歩に歩調を合わせようと、新しいメディアの中でデザインの可能性を^⑧もさくする動きは非常に活発である。電子メディアがもたらしたイン

タラクティブ性は情報の受発信の主体の目まぐるしい変転を生み出し、それにとまなうコミュニケーションの習慣やマナーを変えはじめている。コンピュータの極小化と普及はコンピュータが身のまわりのあらゆるものに遍在する「ユビキタス社会」への論議を活発にしている。しかし一般的には、むしろテクノロジーにほんろうされ現代の生活は快適さとは程遠いストレスを抱え込んでいる。テクノロジーに迎合するあまり、その進展に異常に神経を尖らせる「情報過敏症」。混乱した状況を疎ましく感じ、テクノロジーに拒絶反応を起こしてしまう「情報不安症」。そんなものが横行する現状である。一方でテクノロジはそういう状況におかまいなくどんどん前に進んでいく。そういう環境で僕らはコミュニケーションのデザインに向き合っているのだ。

冷静に周囲を見渡すならば、新たな情報環境の中であればこそ、ストレスのない快適なコミュニケーションへの希求がいたるところで頭を持ち上げており、僕らはその^⑨じょうけいを観察できるはずである。デザインはまさにそこで機能するのである。

新聞広告も、パッケージデザインも、ブックデザインも、CI^(注1)も、それ自体無くなりはない。しかしメディアの広がりやコミュニケーション環境の変化とともに、その意味は微妙に変わっていく。その^⑩へんいをデザイナーは冷静に観察し、より柔軟な発想の中でそれらを再構築していけばいいのである。

(原研哉『デザインのデザイン』による。一部改変)

(注1) CI ≡ 「コーポレート・アイデンティティ (Corporate Identity)」の略。企業・組織の事業内容や理念などを統一されたイメージやメッセージで発信し社会と共有すること。

問一 傍線部の①～⑩について、ひらがなを漢字に直せ。

問二 傍線部(a)「デザイナー」について、著者は別の職業に例えて説明している。説明に対応する最も適切な記述を二字で抜き出せ。

問三 著者が、傍線部(c)「頭痛薬」や「胃腸薬」と例えているサービスについて、十六字で抜き出せ。

問四 著者は、傍線部(b)「デザイン」において、重要なものは何だと主張しているか。十五字で抜き出せ。

問五 著者は「デザイナーの仕事」についてどのように説明しているか。五十字以内で説明せよ。