

第1問 次の文章を読んで、後の問い(問1～問10)に答えよ。

多様な個性による能力競争では、優劣の上下差はできない、と言う人がいる。しかし、それは、社会が異なる価値を認め、多様な才能を認めて、それぞれに生きる場を与える社会であったときに、はじめて一般にそう言えることだ。^①利益一辺倒の効率社会では、利益に適合するか否かの基準でしか能力を評価しない。

(ア) 日本の社会に、農林漁業やジュクレンした職人達による多様な自営業が並立していた時代には、さまざまな才覚や能力が要求されていた。

働く人は必ずしも企業に雇われる人ばかりではなかった。一九五五年就業者数四〇九〇万人のうち、雇用されて働いている者は、四三・五%の一七七八万人に過ぎなかった。しかし、二〇〇一年には、就業者数六四三二万人のうち、雇用されて働く者は、八三%超の五三五八万人になっている。

企業に雇われるサラリーマン一色の社会では、就職試験にのぞむ画一的なリクルート・ルックにはじまり、^②同種の入社試験と面接で就職がきまっていく。シユッセ競争の階段も似たようなものだろう。日本では学校教育まで会社予備軍化しているから市民として持つべきバランスのとれた教養を身につけることはできなくなる。

(イ) ③ 農業を例にとって考えてみても、同じことが言える。食糧の自給率が現在カロリーベースで四割しかない日本の農業就業人口は、一九六〇年の一二〇〇万人から二〇〇〇年にはその約十四%の百七十二万人まで激減している。総農家数は六〇六万戸から二三四万戸(うち主業農家五〇万戸、副業的農家一二四万戸)に減少している。日本の社会は、それだけ就業の多様性を失っているのだ。

空気と水と土と太陽の恵みを相手にして、命のための食べ物をつくり、四季のめぐりを時間としている職業に就いている人達は、(a)証券取引業者や、新聞記者や自動車産業のラインで働く者とは違う生活観と哲学を持っているに違いない。すでにドイツやフランス、オランダでは「豊かな農業」をめざして、利潤一辺倒の大量収穫とは違う、有機サイバイによる土ときれいな水で農業を営もうとする流れがひろがっている。

いまま健在な農村派の美術やフランスの農民哲学。ドイツの農民工芸や夏休みを農村ですごす市民生活。農業への親しさと共感をみていると、単一化した利潤追求の哲学で構成されている日本の社会が、機械の部品の寄せ集めのように無機質でうるおいのない社会にみえてくる。

日本の社会が農業を減ぼしたのも、それが工業製品のように効率的に利潤を生み出さず競争力がないという理由からだ。世界的規模では食糧は足りない。農業に適したモンスーン地帯で天候と水に恵まれながら、命の糧である食糧をつくる農業でさえ、やすやすと亡ぼしてしまったのが日本という国なのだ。

人間の生活は、生命の全体性の営みであり、競走馬のような単一の目的のために走っているのではない。サモアのツイアビは次のように言っている。

「愛する兄弟よ、私たちは時のくるままに、時を愛してきた。時間が苦しみになったことも悩みになったこともない。・・・」

すべての職業は、それだけでは不完全なものなのだ。なぜなら人間は手だけ、足だけでなく、頭だけでもない。みんなをいっしょにまとめていくのが人間なのだ。手も足も頭もみんないっしょになりたがっている。体の全部、心の全部が一緒に働いて、はじめて人の心はすこやかな喜びをかんじる。だが、人間の一部だけが生きるのだとすれば、ほかのところはみな、死んでしまうほかはない。こうなると人はめっちゃめっちゃになり、やけになり、そうでなければ病気になる」〔『パラギ』岡崎照男訳、立風書房〕

私達にも人間としての全体性を回復したいという欲求がある。時間と行動の制約によってそれが満たされないうとき、人はそのダイタイ作用として、モノを持つことで欲求を満たそうとするのではないか。「持てば持つほどあなた自身はなくなる」いわゆる買い物依存症である。

子どももまた、自由な自己決定権がないかわりに、小遣いやたくさんのものに囲まれて暮らしている。携帯電話、CDやMDプレイヤー、ピアノ、コンピュータゲーム、自転車、専用のテレビ、マンガや雑誌、おしゃれな服。消費のなかにやっと自分の個性を発揮しているかのようだ。

(b) 子どもは本来、行動的な存在である。行動の中に個性を発揮する。自分で創り出すもの、思いがけないものに出会う喜びや活動そのものを求めている。友達との交流、冒険、自然の中の束縛のない開放感。身体の不感をとぎすまして、自分自身でロックの演奏や作曲に没頭し、スポーツをする。子どももまた自由の中で人間の全体性を回復したがっているのだ。

それなのに、お金と物と学習塾が与えられ、孤食が増えて家族の中の会話も友人との話し合いも少なくなると、会話の中でものごとを反芻し発展させること、つまり思想が発酵する土台もできにくくなる。

生活には、人間的な全体性がある。

生活の中では、病気や障害をもつ子どもは、よりいっそういたわられ、大事にされる。親は、子どもの心配ごとや喜びを共有するだろうし、愛情に **A** は問われない。地域社会は福祉政策や安全を優先して求める。ここでは競争原理よりも助け合う共存原理が土台になっていることを人々は十分に知っている。安心と安全と信頼できる人間関係は、生活にとって競争よりも大切なものなのだ。全体性をもつ生活から、はじめて総合的判断が生まれる。

(c) より多く稼いだとしても、社会保障が後退すれば、所得の増加分も **B** となり、生活の安心はなくなる。成果主義で賃金が増えたとしても、疲れ果てて、自分で教養を高める時間もなく、子どもとの団欒の時さえももてないのでは、人間らしい豊かな生活はできない。

大量消費でゴミが増えれば、ゴミ処理の税金が増える。さらにダイオキシシンが空中にふりまかれるのでは、健康が侵される。

(d) 生活のもつ全体性(生活の質といいかえてもいい)は、部分的な利益の欺瞞性を見抜く。生活市民は、いくつかの自治体で、これまでできないと思われていたダム工事の中止や二五人学級を実現した。それは住民の生活者としての意志が利益誘導のキトク権を崩したからである。

人間の生命と生活という共通の基盤に立つ住民主権だけが、競争社会への強い批判勢力となることができるのだ。それは人権や平和や自然環境を破壊した

くないという地球上の人々が共有する一体感であり、社会保障制度や生活の共通資本をつくりあげるための大事な一体感でもある。制度だけでなく、NPOやNGOのような自発的非営利活動もいよいよ盛んである。

原始時代から、ヒトはいつも集団として生きており、共同体の一員としてしか自分の生存を保障することができなかった。時代とともに生産力が発達して、共同体から独立して個人が自由に生きられる時代になっても、個人は決してバラバラで生きてはいない。

(e)、人間をつなぐ言語がある。経済行為としても部品をつくる専門化した分業は、それらを最終的に組み合わせる協業によってのみ完成品となり、社会的に役立つものとなる。同様に私達の労働も、みな分業の一部分を担う労働ではあるが、それらの労働は企業の中で、あるいは社会の中で組み合わせられてはじめて **C** 労働になり、社会の総需要に適合する労働になる。私達は個人であると同時に、依存しあう社会的人間であり、自然の一部として自然にも依存して生きている。^⑦ そのどれが欠けても人間生活はありえない。

だから意識の面でも、同情や共感のない社会は存在せず、どんなに自立や自由が叫ばれても、人は、助け合うことの中に悦び感じてきた。人間の自立も、安全と安心も、他者とのかわりの中ではじめて可能なのであり、福祉のセーフティーネットの上に自立がある、といわれる理由もそこにある。

出典 暉峻淑子『豊かさの条件』

問1 傍線部(ア)～(オ)を漢字で書いたときに、その漢字と同じ漢字を含むものを、次の各群の1～5のうちからそれぞれ一つずつ選べ。

解答番号はア 1・イ 2・ウ 3・エ 4・オ 5。

(ア) ジュクレン

1

- 1 スポーツにジュクタツした。
- 2 有名作家にシシユクする。
- 3 シユクデンを打つ。
- 4 それがシユクメイだ。
- 5 シンシユク自在。

(イ) シユツセ

2

- 1 運賃をセイサンする。
- 2 敵をセイフクしようとする。
- 3 金属のセイレン所。
- 4 イセイのよい掛け声。
- 5 セイキマツはまだ先だ。

(ウ) サイバイ

3

- 1 借金がニバイになる。
- 2 細菌をバイヨウする。
- 3 バイシンイン制度が広まる。
- 4 蚊がバイカイする病。
- 5 社会がコウハイする。

(エ) ダイタイ

4

- 1 タイゼン自若としている。
- 2 税金をタイノウしている。
- 3 コウタイ勤務制の工場。
- 4 女王のタイカン式に出席した。
- 5 タイダな生活をするな。

(オ) キトク

5

- 1 知識のキガ状態になる。
- 2 彗星のキセキを追う。
- 3 キタンのない意見。
- 4 それはキセイの事実だ。
- 5 キシユウ作戦は失敗した。

問2 (a) (e) に入る語として最も適当なものを次の1～5のうちからそれぞれ一つずつ選べ。

解答番号は a ・ b ・ c ・ d ・ e 。

- 1 まず
- 2 おそらく
- 3 たとえば
- 4 しかし
- 5 要するに

問3 ～ に入る適切な語句を次から一つずつ選べ。解答番号は A ・ B ・ C 。

- | | | | | | |
|---|--------|--------|--------|-------|-------|
| A | 1 効率性 | 2 多様性 | 3 複雑性 | 4 積極性 | 5 現実性 |
| B | 1 夢物語 | 2 加速的 | 3 水の泡 | 4 非日常 | 5 差別的 |
| C | 1 有機的な | 2 無慈悲な | 3 日常的な | 4 特異な | 5 有用な |

問4 傍線部①の説明として本文の内容と合致しないものを二つ選べ。解答番号は ・ 。（順不同）

- 1 いろいろな仕事を、それぞれの仕事に応じた能力で支えていく。
- 2 生活の安心、安全や、人間同士の信頼がそこなわれる。
- 3 豊かな消費生活が保障され、生活の質が向上する。
- 4 利益を上げるために貢献できるかどうかで個人の能力を評価する。
- 5 対外的に競争力を維持できる産業に主力が集中される。

問 5 傍線部②のために学校教育に求められる内容の例として最も適当なものを次から一つ選べ。解答番号は 16。

- 1 人間同士が助け合って経済的に豊かな社会を創造していくための知識や技術。
- 2 いい就職ができるかどうかにかかわらず豊かで満足できる生活を送る方法。
- 3 将来どのように生きれば自分らしく生きられるかということに関する指針。
- 4 どんな仕事に就いても周囲の人々のために自分の能力を生かせるような知識。
- 5 人間の生き方や社会の在り方についての考えが深められるような機会。

問 6 傍線部③の「同じこと」を筆者が最も強く主張しているのは次のどれか。適切なものを次から一つ選べ。解答番号は 17。

- 1 日本の社会に、農林漁業やジュークレンした職人達による多様な自営業が並立していた時代には、さまざまな才覚や能力が要求されていた。
- 2 日本の社会が農業を減ぼしたのも、それが工業製品のように効率的に利潤を生み出さず競争力がないという理由からだった。
- 3 人間の生活は、生命の全体性の営みであり、競走馬のような単一の目的のために走っているのではない。
- 4 生活の中では、病気や障害をもつ子どもは、よりいっそういたわられ、大事にされる。
- 5 日本の社会は、それだけ就業の多様性を失っているのだ。

問 7 傍線部④では何と何を決定する権利がないと言っているのか。その語句の組み合わせとして適切なものを次から一つ選べ。解答番号は 18。

- 1 「権利」と「行動」
- 2 「時間」と「自由」
- 3 「行動」と「義務」
- 4 「自由」と「義務」
- 5 「時間」と「行動」

問 8 傍線部⑤の説明として最も適切なものを次から一つ選べ。解答番号は 19。

- 1 思想が次第にまとまった形をとり、整っていくこと。
- 2 思想がまとまりすぎてかえってうまく伝わらないこと。
- 3 思想そのものが異なる状態になってしまうこと。
- 4 思想が本来とは別の形になって受け入れられること。
- 5 思想が一回転してまたもとの状態に戻ることに。

問 9 傍線部⑥の説明として最も適切なものを次から一つ選べ。解答番号は 20。

- 1 一部の人々が成功して豊かな社会が実現されたとしても、必ずしも全体の幸せにはつながらないということ。
- 2 人間同士の助け合いが集団、地域、国、民族、宗教などにとどまる限り、安心社会は実現できないということ。
- 3 利権を生かして甘い汁を吸おうとする一部の企ては必ずあばかれ全体の公平さが保たれる方向に向かうということ。
- 4 表向きは生活上の利益が強調されていても、全体的に見ると人間らしい生活がおびやかされているかもしれないということ。
- 5 一部の人々に独占されたように見える富も、いずれは全体の力に包囲され取り崩されてしまうであろうということ。

問 10 傍線部⑦の「どれ」にあたらない語句を次から一つ選べ。解答番号は 21。

- 1 言語
- 2 自由
- 3 自然
- 4 社会
- 5 労働

第2問 次の文章を読んで、後の問い（問1～問9）に答えよ。

① マルクスはどこかで、商品世界のなかにおける貨幣の存在は、動物世界のなかでライオンやトラやウサギやその他すべての現実の動物たちと相並んで「動物」なるものが闊歩しているように奇妙なものだと書いている。貨幣とは、それによってすべての商品の価値が表現される一般的な価値の尺度でありながら、同時にそれらの商品とともにそれ自身人々の需要の対象にもなるという二重の存在なのである。

「広告の時代」とまで言われている現代において、広告とは一見自明で平凡なものに見える。だが、その実、広告というものも、貨幣と同様、いわば形而上学的な奇妙さに満ち満ちた逆説的な存在なのである。

英語のどの受験参考書にも例文としてのついでに、「The proof of the pudding is in the eating.」すなわち、プディングであることの証明はそれを食べてみることである。だが、分業によって作る人と食べる人とが分離してしまっている資本主義社会においては、プディングは普通お金で買わなければ食べられない。（買わずに食べてしまったら、それは食い逃げか万引きである。）プディングがプディングであることの証明、いや、プディングがおいしいプディングであることの証明は、お金とコウカンにしか得られない。

（a）洋菓子屋の店先でどのプディングを買おうかと考えているとき、あるいはキッザ店でプディングを注文しようかどうか考えているとき、人はプディングそのものを比較しているのではない。人が実際に比較しているのは、ウィンドウの中のプディングの外見であり、メニューの中のプディングの写真であり、さらには新聞・雑誌・ラジオ・テレビ等におけるプディングのコマーシャルである。これらはいずれも広い意味でプディングの「広告」にほかならない。

（b）資本主義社会においては、人は消費者として商品そのものを比較することはできない。人は広告という媒介を通じてはじめて商品を比較することができるのである。

資本主義社会とは、マルクスによれば「商品の巨大なる集合」である。（c）広告を媒介なしにしか商品を知りえない消費者にとって、それはまずなによりも「広告の巨大なる集合」として立ち現れるはずである。そして、この広告の巨大なる集合の中において、あらゆる広告は広告としていやおうなしに同じ平面上で比較されおたがいに競合する。

（d）広告とはつねに商品についての広告であり、その特徴や他の商品との差異について広告しているように見える。だが、人がたとえばある洋菓子店のウィンドウのプディングの並べ方は他の店に比べてセンスが良いと感じるとき、あるいはある製菓会社のプディングのコマーシャルは別の会社よりも迫力に乏しいと思うとき、それは広告されているプディング同士の差異を問題にしているのではない。それは、プディングとは独立に、「広告の巨大なる集合」

のなかにおける広告それ自体のあいだの差異を問題にしているのである。

広告と広告とのあいだの差異―それは、広告が本来媒介すべき商品と商品とのあいだの差異に還元しえない。いわば「過剰な」差異である。それゆえそれは、たとえばセンスの良し悪しとか迫力の有る無しとかいうような、違うから違うとしか言い様のない差異、すなわち客観的対応物を欠いた差異そのものとしての差異としてあらわれる。

だが、広告が広告であることから生まれるこの過剰であるがゆえに純粹な差異こそ、まさに企業の広告活動の拠って立つ基盤なのである。

言語についてソシュールは、「すべては対立として用いられた差異にすぎず、対立が価値を生み出す」と述べているが、それはそのまま広告についてもあてはまる。⑤ 差異のないところに価値は存在せず、差異こそ価値を生み出す。もし広告が単に使用品の媒介にすぎず、広告のあいだの差異がすべての商品のあいだの差異に還元できるなら、企業にとつてわざわざ広告活動をする理由はない。企業が広告にお金を出すのは、ひとえに広告の生み出す過剰なる差異性のためなのである。すなわち、広告とは、それが商品という **A** の裏付けをもつからではなく、逆にそれがそのような客観的対応物を欠いた差異そのものとしての差異を作り出してしまうからこそ、商品の価値にキチャクしえないそれ自身の価値をもつのである。

ところで、資本主義社会においては、いかなる価値もお金で売り買いできる商品となる。(e) 当然広告も商品となる。いや、実際、広告に関連する企業支出はGNPの一パーセント近くも占めている。これは、現代ではあまりにも身近な事実であり、人をことさら驚かせはしない。だが、それはその実、本来使用品について語る媒介としての広告が、同時にそれ自身商品となつて他の商品とともに売り買いされてしまうという、まさにライオンやトラやウサギとともに動物なるものが生息している光景とその奇妙さにおいてなんら変わるところのない形而上学的な逆説なのである。

貨幣についての真の考察は、それが形而上学的な奇妙さに満ち満ちた存在であることへの驚き―それは、広告についての真の考察の第一歩である。いや、少なくともそれは、広告という現象のセン(エ)パクさをただ糾弾したり、広告という現象のハナ(オ)やかさとただ戯れたりする言説に溢れている現代において、いささかなりとも差異性をもった言説を作り出すはずのものである。

出典 岩井克人『ヴェニス商人の資本論』

問1 傍線部(ア)～(オ)を漢字で書いたときに、その漢字と同じ漢字を含むものを、次の各群の1～5からそれぞれ一つずつ選べ。

解答番号はア 22 ・ イ 23 ・ ウ 24 ・ エ 25 ・ オ 26。

(ア) コウカン
22

- 1 規則をカンワする。
- 2 誰にもカンダイな心はある。
- 3 海はカンチヨウをむかえた。
- 4 文字のヘンカン。
- 5 カンキの声をあげる。

(イ) キツサ
23

- 1 休暇をマンキツした。
- 2 犯人にキツモンする。
- 3 キツポウを待つ。
- 4 カンキツ類が好きだ。
- 5 キツスイの江戸っ子だ。

(ウ) キチャク
24

- 1 人生のキロに立つ。
- 2 あいまいなキオク。
- 3 日本にキカする。
- 4 楽団をシキする。
- 5 合格をキガンした。

(エ) センバク
25

- 1 センエイな理論。
- 2 センガクを恥じる。
- 3 上空をセンカイした。
- 4 細かくセンサクする。
- 5 彼はセンボウの的だ。

(オ) ハナやかさ
26

- 1 彼女はカモクな人だ。
- 2 木のカも新しい家。
- 3 事件のカチュウウにいる。
- 4 カレイな人生。
- 5 責任テンカするな。

問2 空欄（ a ）（ ）（ e ）に入る最も適当な語をそれぞれ次から選べ。

解答番号は a ・ b ・ c ・ d ・ e 。

- 1 すなわち
- 2 もちろん
- 3 それゆえ
- 4 たとえば
- 5 しかし

問3 に入る適切な語句を次から一つ選べ。解答番号は 。

- 1 幻影
- 2 真実
- 3 論理
- 4 実体
- 5 価値

問4 傍線部①の説明として適切なものを次から一つ選べ。解答番号は 。

- 1 ライオンやトラやウサギなどの具体的な動物とはことなる、抽象的な概念としての動物。
- 2 動物世界を生きる現実の動物とはことなる、人間社会で商品として流通する動物。
- 3 ライオンやトラやウサギなどの現実の動物とはことなる、空想上の非現実的な動物。
- 4 動物世界に存在している現実の動物とはことなる、広告的なイメージとしての動物。
- 5 古代から伝説として語り継がれてきて、やがては実在が信じられるようになった動物。

問 5 傍線部②の説明として適切なものを次から一つ選べ。解答番号は 34。

- 1 プディングを買いおうと考えている人は、プディングそのものの価値を欲していたはずだが、イメージが重視される情報化社会においては、広告の価値こそが欲望されてしまう。
- 2 広告があふれる社会において、広告の価値は客観的対応物を欠いた差異として立ち現れるため、消費者は商品の選択において、形而上学的な判断を強いられてしまう。
- 3 広告は本来は商品についての情報を提供する媒介にすぎないにも関わらず、すべての価値が商品となる資本主義社会においては、広告それ自体が商品と化してしまう。
- 4 広告が商品として売り買いされる資本主義社会においては、イメージの売り買いが商品の売り買いよりも先行するという奇妙な逆転が起きてしまう。
- 5 近代以降の資本主義社会においては、広告と商品の境界がよりあいまいになり、ここ何十年かうちに、実体のない商品までが存在するかのよう

に取引されてしまう。

問 6 傍線部③で「問題」とされる、差異の特徴の説明として適切なものを次から一つ選べ。解答番号は 35。

- 1 広告による主体品の欠如。
- 2 客観的対応物の欠如。
- 3 実体的な主体品の欠如。
- 4 空想まがい品ばかりの横溢。
- 5 高い品安い品の混在。

問7 傍線部④で、「過剰」がなぜ「純粋」につながるのか、その説明として適切なものを次から一つ選べ。解答番号は 36。

- 1 広告が広告であるためには、商品を実際以上の価値を持つように見せねばならず、その過剰な差異が、広告を極めて純度の高い表現形式としているから。
- 2 広告はしばしば過剰に商品のイメージをふくらませていくが、そうした広告であっても実際の商品とは関係なく、それ自体として芸術的な価値を持っているから。
- 3 いわゆる誇大広告が過剰な差異を生み出していることからわかるように、ある一線を越えた広告は純粋に広告のための広告となっているから。
- 4 資本主義社会においては、広告は商品それ自体と遊離した差異の体系を作り上げており、それゆえ広告はそれ自体で価値を持つ差異として成立しているから。
- 5 いつの間にか商品と広告のあいだにある差異が消滅してしまい、消費者は広告を買っているのか、商品を買っているのかわからないほど差異自体が純化されてしまっているから。

問 8 傍線部⑤のようという理由は何か、その説明として適切なものを次から一つ選べ。解答番号は 37。

1 広告の意味や価値は個々の広告の内にあらかじめ備わっているものではなく、他の広告との差異の認識によってはじめて理解されるものであるから。

2 広告の意味や価値はその広告が他のすべての広告から明らかに突出したものとなり、同じ平面上で比較しきれないほどの差異を得たときにはじめて生じるものだから。

3 広告同士の差異は商品同士の差異以上に明示的に表現される過剰な差異であり、そうした差異があつてはじめて商品の価値が対立的に理解されることができるから。

4 広告の価値と商品そのものの価値が混同され、誰もそれを明確に区別することが不可能になりつつあり、その結果が他にも大きく影響しはじめていくから。

5 広告同士の対立が激しくなればなるほど、個々の広告は他の広告から差異化しようと試みるが、その対立こそが、資本主義社会の発展を支えてきたから。

問 9 筆者は広告と貨幣にある共通の特徴を見いだしているがそれは何か、一つ選べ。解答番号は 38。

1 「多様な価値観」

2 「資本主義の原理」

3 「芸術的な評価」

4 「表現形式」

5 「二重の存在」