

2025 年度

情 報 学 部 小 論 文 問 題

「学 校 推 薦 型 選 抜」

「帰 国 生 ・ 社 会 人 選 抜」

注 意 事 項

1. 試験開始の合図があるまで、この問題冊子を開いてはいけません。
2. 問題冊子は1冊(10頁)、解答用紙は文系型2枚、理系型4枚、下書用紙は文系型2枚、理系型1枚です。落丁、乱丁、印刷不鮮明の箇所等があった場合には申し出てください。
3. 氏名と受験番号はすべての解答用紙(6枚)の所定の欄に記入してください。
4. 小論文の問題は「文系型」(1~7頁)と「理系型」(8~10頁)の2種類です。どちらかの型を選択して解答してください。組み合わせて選択することはできません。解答用紙下部の選択欄は該当する型のみにもれなく「○」を記入してください。
5. 解答は指定の解答用紙に記入してください。
6. 解答用紙は持ち帰ってはいけません。
7. 問題冊子と下書用紙は持ち帰ってください。

文

次の文章を読んで、後の問い合わせに答えなさい。

20代の倍速視聴経験率は高い。マクロミルの調査によれば、13歳から29歳までの若年層による動画配信アプリの利用率トップ3は、民放キー局のTV番組が見逃し視聴できるTVer(ティーバー)、インターネットTVサービスのABEMA(アベマ)、Amazonプライム・ビデオだが、これらはスマホで視聴する場合、すべてのサービスにおいて10秒スキップが可能。TVerとABEMAには倍速視聴機能が実装されている。

また、クロス・マーケティングの調査によれば、倍速で見たいと思う動画コンテンツは、1位がドラマ、2位がニュース・報道、3位がバラエティ、4位が映画、5位がYouTuberの企画動画と続く。

青山学院大学の場合、倍速で観たいと思う動画コンテンツの1位は大学の講義、2位がYouTuberの企画動画、3位が連続ドラマ、4位はアニメ、5位が報道・ドキュメンタリー、6位が映画と続く。

ニュースや報道を「情報」と割り切るなら、それらを倍速視聴することについて気分的には許容の範囲内だが、ここには「ドラマ」「映画」「アニメ」も入っている。なぜ、こんなことになっているのか。そこには、大きく3つの背景がある。

ひとつめの背景は、作品が多すぎること。

現在の人類は、今までの歴史のなかで、もっと多くの映像作品を、もっとも安価に視聴できる時代に生きている。

昔、と言ってもほんの十数年前まで、映像作品を鑑賞する際には、もう少しお金がかかっていた。連続ドラマをDVDレンタルするにしても、DVD1枚に2話程度しか収録されていない。それで1泊2日、300円前後。今ほど充実した商用の動画配信サービスもない。それゆえ、浴びるように映像作品を観ていたのは、そこに相応の力ネをかけてもいいと覚悟した、コアな映画マニアやドラマ好き、そしてアニメファンだけだった。

ところが2022年2月現在、NetflixやAmazonプライム・ビデオをはじめとした定額制動画配信サービスの料金は、月々数百円から千数百円という安価で「見放題」だ。たったそれだけの出費で月に何十本、その気になれば何百本もの映画、連続ドラマ、

アニメシリーズなどが観られる。

Netflix と Amazon プライム・ビデオは月額料金で見放題になる作品数を公表していないが、どんなに少なく見積もっても「常時数千本以上」であることは間違いない。なお国内資本のサービスで作品数の多さをセールスポイントにしている U-NEXT は「22 万本以上」、日本テレビ傘下にある Hulu (フルー) は「10 万本以上」と自ら謳っている (いずれも 2022 年 2 月現在)。

ここに、従来からある TV の地上波、BS、CS といった放送メディア、YouTube をはじめとした無料の動画配信メディアで観られる作品なども加えれば、映像作品の供給数はあまりにも多い。明らかに供給過多だ。

…（中略）…

現代人は膨大な映像作品をチェックする時間にとにかく追われている。それでも現代では、あらゆるメディアやサービスがユーザーの可処分時間を奪い合っており、熾烈さは激しくなる一方だ。しかも映像メディアの競合は映像メディアだけにあらず。Twitter やインスタグラムや LINE といった SNS も立派な競合相手である。

話題にはついていきたい。ただ、観るべき作品も定期的に聞くべき SNS も多すぎて、とにかく時間がない。

それを、倍速視聴という「時短」が解決する。

主に 10~20 代前半の若者の間で、倍速視聴は以前から当たり前だった。地上波ドラマを「忙しいし、友達の間の話題についていきたいだけなので、録画して倍速で観る」「内容さえわかればいいからざっと見て、細かいところはまとめサイトや Wikipedia で補足する」。そんな感じだ。

2 つめの背景は、コスパ（コストパフォーマンス）を求める人が増えたこと。

倍速視聴・10 秒飛ばしする人が追求しているのは、時間コスパだ。これは昨今、若者たちの間で「タイパ」あるいは「タムパ」と呼ばれている。「タイムパフォーマンス」の略である。

彼らは映画やドラマの視聴を、速読のようなものと捉えている。速読と同じく、訓練によって映像作品を速く、効率的に体験できると考えている。

しかし、ビジネス書ならともかく、なぜ映像作品にまでコスパを求めるのか。なぜそこまでして効率を求めるのか。「話題作についていきたい」だけでは、動機としてはやや不足に思える。

若年層リサーチや大学の講義、就活イベントなどで現役大学生と触れ合う機会が多いという、博報堂 DY メディアパートナーズ メディア環境研究所・森永真弓氏の言葉にそのヒントがあった。

森永氏によれば、大学生の彼らは趣味や娯楽について、てつとり早く、短時間で、「何かをモノにしたい」「何かのエキスパートになりたい」と思っている。彼らはオタクに“憧れている”のだそうだ。

ところが、彼らは回り道を嫌う。膨大な時間を費やして何百本、何千本もの作品を観て、読んで、たくさんのハズレを掴まされて、そのなかで鑑賞力が磨かれ、博識になり、やがて生涯の傑作に出会い、かつその分野のエキスパートになる——というプロセスを、決して踏みたがらない。

彼らは、「観ておくべき重要作品を、リストにして教えてくれ」と言う。彼らは近道を探す。なぜなら、駄作を観ている時間は彼らにとって無駄だから。無駄な時間をすごすこと、つまり時間コスパが悪いことを、とても恐れているから。

彼らはこれを「タイパが悪い」と形容する。

「何者かになりたい」人たちが門を叩くある種のオンラインサロンには、そういう考え方の人たちが集っている。このサロンに入り、影響力のある人とつながって、インスタントに何か一発当てたい。脚光を浴びたい。バズりたい。そんな一発逆転を狙う人たちであふれている。「これさえ実行しておけば成功する、魔法の裏技」「この人とつながったら、成り上がる」、そんな秘密のバックドア、ゲームで言うところの“チート”(cheat/ゲームのデータやプログラムを不正に改変してキャラクターの能力をアップさせたり、アイテムやお金を増やしたりする)を、彼らは日々探している。いわばライフハックの一形態だが、cheat の元々の意味は「いかさま」「不正行為」「詐欺」だ。

今の世情が、「コツコツやっていても必ずしも報われない社会だから、仕方がない」という理屈は、わかる。ただ、それを映像作品にまで求めるのか。

否、彼らは映像作品と呼ばない。「コンテンツ」と呼ぶ。

映画やドラマといった映像作品を含むさまざまなメディアの娯楽を「コンテンツ」と総称するようになったのは、いつ頃からだったか。こうなると、「作品を鑑賞する」よりも「コンテンツを消費する」と言ったほうが、^すわりはよくなる。

ここで、言葉の定義を明確にしておこう。

「鑑賞」は、その行為 자체を目的とする。描かれているモチーフやテーマが崇高か否か、芸術性が高いか低いかは問題ではない。ただ作品に触れること、味わうこと、没頭すること。それそのものが独立的に喜び・^{よろこ}びの大半を構成している場合、これを鑑賞と呼ぶことにする。

対する「消費」という行為には、別の実利的な目的が設定されている。映像作品で言うなら、「観たことで世の中の話題についていける」「他者とのコミュニケーションが^{はかど}る」の類いだ。

食事にたとえるなら、「鑑賞」は食事 자체を楽しむこと。「消費」は栄養を計画的に摂るために、あるいは、想定した筋肉美を手に入れるという実利的な目的を達成するために食事をすることだ。

「鑑賞」に紐づく「作品」という呼称と、「消費」に紐づく「コンテンツ」という呼称の違いは、“量”の物差し^{※1}を当てるか、当てないかだ。

content（コンテンツ）が「内容物」や「容量」の意味であること、新聞などがいまだに「コンテンツ（情報の中身）」などと説明するように、また「コンテンツ」が電子媒体上の情報や制作物を指し示すことを皮切りに言葉として浸透した経緯からして、「コンテンツ」という呼び方には、数値化できる量（データサイズや視聴に必要な時間）に換算して実体を把握しようという意志が、最初から織り込まれている。それゆえ、「短時間」で「大量」に消費できることで得られる快感が、視聴満足度に組み込まれうるのだ。

しかし「作品」は“量”を超越する。“量”の物差しを拒否する。鑑賞に要する時間と得られる体験を、即物的な費用対効果で考えたりはしない。鑑賞後何年も経ってから、まるで時限爆弾のようにインスピレーションや啓示が爆発することもある。「実利的」「有用性」を求める意志が、高い優先度では組み込まれていない。「作品」の良し悪しの基準をあえて設定するなら、「鑑賞者の人生に対する影響度」とでも言うべきものになるだろう。それは数値化できず、他の鑑賞者にまったく同じ影響を及ぼすこと

はない、という意味において、再現性も皆無だ。

ゆえに当然ながら、①ある映像作品が視聴者にとってどういう存在かによって、「コンテンツ」と呼ばれたり、「作品」と呼ばれたりする。どういう視聴態度を取るかによって「消費」なのか「鑑賞」なのかが異なってくる。

…（中略）…

3つめの背景は、セリフですべてを説明する映像作品が増えたことだ。

本来、映像作品は映像で語るものなのだから、役者が悲しそうな顔をしていれば悲しいことが伝わるし、無言でじっと汗をかいていれば絶体絶命であることがわかる。

モノローグ（独白）で、「悲しい」とか「どうしよう」などと口にする必要はない。

しかし、昨今の（特に日本の大衆向け）映像作品には、いま自分が嬉しいのか、悲しいのか、自分がどのような状況に置かれているのかを、一言一句丁寧に、セリフで説明してしまうものが多い。言葉なしの映像だけを観て読み解く必要がないのだ。

…（中略）…

倍速視聴したり、10秒飛ばしたりする人たちは、物語を追いかけるのに必要な情報は、必ずセリフやナレーションで与えられるものだと信じきっている、ように見える。

しかし、映像表現とは、本来そうではないはずだ。

誰もいない部屋に、氷が溶けきっていない飲みかけのウイスキーグラスがあれば、それは「ウイスキーを飲んでいた人間が立ち去ってから、まだあまり時間が経っていない」ことを表している。妻のいる自宅に夫が帰ってきて、「ただいま」「おかえり」が交わされなければ、その夫婦がうまくて^{※2}いっていないらしいことが伝わる。ある小道具が必要以上に長く映されていれば、その小道具は物語上なんらかの意味を担っている。暗示というやつだ。

しかし、10秒飛ばしや倍速視聴では、それらを汲み取りきれない。アトラクションからアトラクションの移動時に目隠しをされては、夢の国を堪能したとは言えない。

自転車で美術館内を回るのは、芸術鑑賞ではない（かつての筆者がやっていたことだ。重ね重ね、胸が痛い）。

ただ、こんな反論もあるかもしれない。映像の時短視聴を問題視するなら、書物の速読や長大な海外文学の抄訳（原文のところどころを抜き出して翻訳すること）、あるいは連続ドラマなどの総集編は、なぜ許容されているのか？ もしくは、許容しない人がいるとしても、なぜその数は映像の時短視聴に抵抗を覚える人に比べて少ないのか？

速読から考えてみよう。取り急ぎ、速読が書物の堪能度・理解度を阻害するか、しないかの議論はしないでおく。

映像で紡がれる物語、その原型のひとつに演劇があるが、演劇はその出現時から、鑑賞者が自分のペースで観る、という性質のものではなかった。しかし書物は、出現時から読者が自分のペースで読むことを想定されていた。そこに大きな違いがある。速読は、読書という行為に最初から組み込まれていたのだ。倍速視聴は速読と同様に鑑賞方法の一バリエーションかもしれないが、同じ次元で語られるべきではない。

次に、抄訳と総集編に関しては、それを作っているのが誰かという点が重要だ。
抄訳作業を行ったのは間違いなくその作家やその種の文学に造詣の深いプロの翻訳家であるし、ドラマの総集編を編集したのは、そのドラマの内容を熟知したテレビマンである。当該本編のディレクターや編集マンが自ら編集することも多いだろう。つまり、“ちゃんとした人のお墨付きを得た”“作品の滋味を極限まで損なわせないような配慮が施された”ダイジェストなのだ。これも、いち視聴者の勝手により手軽に視聴スピードを可変させられる倍速視聴と並べて語れるものとは言えない。

無論、「芸術とは作者が想定していない鑑賞のされ方も許容しうるものだ」という謂は認める。そこでは、フランスの批評家ロラン・バルトなどが提唱した「テクスト論」、すなわち「文章を作者の意図に支配されたものと見るのでなく、あくまでも文章それ自体として読むべきだとする思想」が想起されるかもしれない。いったん書かれた文章は作者から切り離され、自律的なもの（テクスト）となってさまざまな読まれ方をする、というわけだ。映像作品をこれに当てはめる手もあるのではないか？

しかし、少なくとも本書で言うところの倍速視聴者が、そのように能動的な芸術鑑賞態度をもって倍速視聴をあえて選んでいるとは考えにくい。彼らの動機の大半が「時

短」「効率化」「便利の追求」という、きわめて実利的なものであるのは明白だ。

さて、ここまで文章は、筆者が2021年3月、「現代ビジネス」というビジネスサイトに寄稿した「『映画を早送りで観る人たち』の出現が示す、恐ろしい未来」という記事を大幅に加筆したものだが、改稿しても、その骨子は変わっていない。要するに、
②倍速視聴や10秒飛ばしに対する違和感の表明である。

同記事は大きな反響を得たが、たくさんの賛同とともに、これまた少なくない量の不快感の表明も頂戴した。

「細かいところはどうでもいいんだよ。ストーリーさえわかれば」

「飛ばされるような作品を作るほうが悪い」

「どういうふうに観ようが、私の勝手」

そう言わせるほどの切実さが彼らにもあるはずだ。だから、同意はできないかもしれないが、納得はしたい。理解はしたい。

出典：稻田豊史『映画を早送りで観る人たち
ファスト映画・ネタバレ——コンテンツ消費の現在形』(光文社 2022年)
(出題の都合上、原文の表記を変更した箇所がある)

※1 物の長さを測る道具であり、ここでは物差しの適用、すなわち測定行為を示している。

※2 この「て」は不要と思うが、ここでは原文に忠実に記載した。

文

問1 下線部①について、「コンテンツ」と「作品」の対比のさせ方を著者の言葉を使って説明しなさい。(400字程度)

文

問2 下線部②の著者の意見に対して、あなた自身の考えとその理由を述べなさい。(600字程度)

理

問 1 次の文章を読んで、問 1-1、問 1-2、問 1-3 に答えよ。

1 から 10 の数字が 1 つずつ書かれた 10 枚のカードが、数字が見えない状態で箱の中に入っている。異なるカードには異なる数字が書かれているものとする。箱からカードを取り出すときには、箱の中にあるいずれのカードも同じ確率で取り出されるものとする。

問 1-1 箱の中から 2 枚のカードを同時に取り出したとき、両方とも偶数が書かれている確率を求めよ。答えの根拠も述べること。

問 1-2 箱の中から 3 枚のカードを順に取り出したとき、1 番目のカードの数字より 2 枚目のカードの数字が大きく、かつ、2 枚目のカードの数字より 3 枚目のカードの数字が大きくなる確率を求めよ。一度取り出したカードは箱へは戻さないものとする。答えの根拠も述べること。

(問 1 は次ページに続く)

問 1-3 同じ箱を使って以下のゲームを考える。

箱の中から、まず1枚のカードを取り出す。このカードの数字を見た時点で、次に取り出すカードの数字が、1枚目の数字より大きい（「大」）か小さい（「小」）かを予想する。その後、1枚目のカードを箱には戻さずに2枚目のカードを取り出し、その数字が予想通りであれば「勝ち」とし、そうでなければ「負け」とする。

例えば、1枚目のカードが“3”で「大」と予想した場合には、2枚目のカードが“1”または“2”的ときには「負け」となり、それ以外のときには「勝ち」となる。

いま、 k を $0 \leq k \leq 10$ を満たす整数とし、以下の戦略 A を考えた。

戦略 A: 1枚目のカードの数字が k 以下であれば「大」と予想し、 $k+1$ 以上であれば「小」と予想する。

このとき、以下の (a), (b), (c) に答えよ。

- (a) 戦略 A にしたがったときゲームに勝つ確率を、 k を用いた式で表せ。導出の過程も記すこと。
- (b) 戦略 A を用いて、ゲームに勝つ確率を最大にするには、 k の値をいくつに設定すれば良いか。また、このときの勝率を求めよ。答えの根拠も記すこと。
- (c) 戰略の幅をより広げて、1枚目の数字 x によって自由に予想を決めることができるものとする。戦略は、 $x = 1, 2, \dots, 10$ のそれぞれの場合に対する予想を、 x の値が小さい方から順に記した、長さ 10 の「大」、または、「小」からなる列で表すものとする。例えば、(大, 大, 大, 小, 小, 大, 小, 小, 小, 小) と表される戦略では、1枚目のカードの数字が“1”から“3”的場合と“6”的場合に「大」を予想し、それ以外の場合には「小」を予想する。このような戦略を自由に決めて良いとしたとき、上問 (b) で求めた勝率を超える戦略は存在するか。存在する場合には、その戦略を記し、このときの勝率を求めよ。存在しない場合には、その理由を説明せよ。

理

問 2 次の文章を読んで、問 2-1, 問 2-2, 問 2-3, 問 2-4 に答えよ。

雨を、水平な平面で受けとめて、雨粒の落ちた位置を調べることとした。このとき、雨を受ける平面上に座標を設定し、雨粒の大きさを無視して、その中心位置の座標 (x, y) で位置を表現することとする。 x 座標は $-1 \leq x < 1$, y 座標は $-1 \leq y < 1$ の範囲に落ちた雨粒のみを考慮して以下の検討をおこなった。なお、雨粒はこの平面上の全ての場所に同程度に、ランダムに落ちることが期待されるとしてよい。

問 2-1 考慮した雨粒の落ちた位置 (x, y) が第 1 象限にある確率を求めよ。ただし、第 1 象限にある条件は $x \geq 0$ かつ $y \geq 0$ とする。答えを導いた考え方も記すこと。

問 2-2 一粒の雨の落ちた位置 (x, y) と原点 $(0, 0)$ の距離を求め、 (x, y) が原点 $(0, 0)$ を中心とする半径 1 の円の内部にある条件を求めよ。答えの導出過程も記すこと。

問 2-3 考慮した雨粒の落ちた位置 (x, y) が、原点 $(0, 0)$ を中心とする半径 1 の円の内部にある確率 P を求めよ。ただし、円周率を π とする。答えの導出根拠も記すこと。

問 2-4 考慮する雨粒が n 粒になったときに、それぞれの落ちた位置 (x, y) を調べて、問 2-2 の条件を満たすかを調べた。その結果、 (x, y) が原点 $(0, 0)$ を中心とする半径 1 の円の内部にあった回数が m 回だったとする。円周率の具体的な数値を知らないとしたとき、前述の試行結果から円周率 π の数値を見積もる方法を考えよ。答えを導いた考え方も記すこと。

