

平成30年度実施  
東北大学大学院情報科学研究科  
博士課程前期入学試験問題  
(2018年8月29日)

専門試験科目 第5群  
(一般)

言語・メディア群

注意

- 以下には、専門科目5問題が印刷されている。
- 受験者は、そのなかから3問題を選んで、答案用紙に解答すること。
- メディア系を志望する受験者は、問題2～問題4のなかから、2問題以上を選択すること。
- 問題1を選択した場合には、指定の答案用紙を使用すること。
- 問題5-1あるいは問題5-2を選択した場合には、辞書を使用しても構わない。ただし、辞書は出題者が用意したものを使用するので、必要な場合には試験監督に申し出ること。
- 試験終了後、答案用紙に加えて、この問題冊子も回収する。

## 問題 1

「伝承」、「記憶」、「記録」の3語をキーワードとして、各自考えるところを600字以上800字以内の日本語でまとめなさい。その際、キーワードは3語とも使い、題名をつけて、首尾一貫した論理で記述しなさい。

**※この問題を選択した場合には、指定された答案用紙に解答を記入すること。**

## 問題 2

以下の文章の内容を踏まえて、情報化が高度に発達するこれからの社会において新たに求められる情報リテラシーとはどのようなものとするかについて、あなたの意見を答案用紙1枚程度で論じなさい。（日本語で解答すること）

ビッグデータ、すなわち膨大な情報を蓄えることで重要なサービスを提供するオンラインシステムを日常的に使用することは、とてつもない利益と不安をもたらすことになる。何百万という人々がもたらす巨大なデータセットは、シミュレーションやモデルを作りだすことを可能とし、それにより複雑な社会のダイナミクスやパターンをより深く理解し、究極的には、根拠に基づいたより良い意思決定支援もできるようになる。その一方で、こうしたビッグデータの収集と利用は、プライバシーやセキュリティの問題、なりすまし詐欺やその他さまざまな個人情報悪用の悪用などの問題を引き起こしている。

※出典：C. ファデル, M. ビアリック, B. トリリング（著）, 岸学（監訳）,  
関口貴裕・細川太輔（編訳）, 東京学芸大学次世代教育研究推進機構（訳）,  
『21世紀の学習者と教育の4つの次元—知識, スキル, 人間性, そしてメタ  
学習—』, 北大路書房, 2016, p. 82 より引用

## 問題 3

小説と挿絵(イラスト)との関係について、具体的事例をあげて、答案用紙1枚程度で論じなさい。

## 問題 4

以下の文章をふまえ、小説、映画、漫画、TVドラマ等の具体的作品1つ以上を例に挙げて、女性科学者の表象についてどのような観点から論じることが可能か、答案用紙1枚程度でまとめなさい。（日本語で解答すること）

Media portrayals of female scientists, in particular, for many years have reflected the traditional gender stereotypes seen in media portrayals of working women in other professions, specifically that have emphasized femininity or beauty (Fouts & Burggraf, 1999; Henteges, Bartsch, & Meier, 2007; Hoerrner, 1996; Lauzen & Dozier, 2002; Massoni, 2004; Neuendorf, Gore, Dalessandro, Janstova, & Snyder-Suhy, 2010; Paek, Nelson, & Vilela, 2011; Rivero, 2003), domesticity (Downs, 1981; Johnston & Swanson, 2003; Moseley & Read, 2002; Signorielli, 1982), romantic or other interpersonal relationships (Dundes, 2001; Lauzen et al., 2008; Peirce, 1997; Signorielli, 1982), and dependency on men (Paek et al., 2011). More recently, as more women have entered the workforce and as their professional contributions have gained more recognition, some media portrayals have changed to reflect both the increased presence and significance of women in the workforce (Lauzen et al., 2008). Similarly, more recent portrayals of female scientists in film and on television have changed to portray female scientists in an expanded array of professional roles that challenge traditional gender stereotypes that formerly relegated them to secondary roles subordinate to male scientists (Long, Steinke, Applegate, Knight Lapinski, Johnson, & Ghosh, 2010; Steinke 1997, 1999, 2005). Careful examination of media portrayals of female scientists is an important area of research because these portrayals provide portraits of women assuming roles that have been culturally defined as acceptable for women, while they simultaneously reflect, convey, and reinforce cultural assumptions about the role of women in society (Elena, 1997; LaFollette, 1988; Steinke, 2005).

出典 Jocelyn Steinke, "Portrayals of Female Scientists in the Mass Media", *The International Encyclopedia of Media Studies*, Vol. III, Malden, MA: Wiley Blackwell, 2013.

## 問題 5

以下の問題5-1(ドイツ語)、問題5-2(フランス語)のうちから 一つ を選択して解答しなさい。なお、この問題を選択した場合には、辞書を使用しても構わない。ただし、辞書は出題者が用意したものを使用するので、必要な場合には試験監督に申し出ること。

\*この問題を選択した場合には、答案用紙左上にある「問題番号」の欄に「5-1」あるいは「5-2」と記入すること。

## 問題 5－1

以下のドイツ語の文章を日本語に訳しなさい。

Das Sportprogramm bewegt sich heute auf einem schmalen Grat zwischen Information, Spannung und Unterhaltung, der Mediensport ist zum großen Teil zum Infotainment verflacht. Es geht hier vor allem darum, Einschaltquoten hochzutreiben, um die Werbesponsoren zu gewinnen. Da über die Fernsehgelder die Sportvereine mit finanziert werden, spielen die Vereine das Spiel der Medienmacher nolens volens mit: Sportstars werden Werbeträger in der sog. Testimonialwerbung<sup>(1)</sup> vernutzt, die Werbespots tragen zum Starruhm bei und vernetzen den Sportler mit den Produkten des Kapitals. Athleten und Vereine sind Teile eines vernetzten Sportbetriebs, gemeinsam mit den Sportkanälen und Sponsoren bilden sie Kartelle und Syndikate, die das Forum des Sports in mafia-artigen Strukturen vollkommen beherrschen. Die Autonomie des einzelnen Sportlers tritt hinter seinen Marktwert zurück; der Athlet wird zur Trade-Marke, zum Markenprodukt seiner Sponsoren, deren Produkte er im Werbefernsehen feilbieten soll.

注(1) 著名人が商品やサービスを推奨するような広告、テストモニアル広告

※出典：Gottlieb Florschütz: Sport in Film und Fernsehen, Wiesbaden 2005, 2f..

## 問題 5－2

以下のフランス語の文章を日本語に訳しなさい。

La promenade est avant tout une pratique, étroitement corrélée à des modes de sociabilité. À ce titre, on ne saurait dresser le portrait du promeneur sans tenir compte d'un ensemble de considérants qui déterminent des manières de faire et de sentir. Il reviendrait à l'historien, au sociologue, à l'anthropologue d'étudier les façons dont ce type de cheminement s'inscrit dans une culture donnée. On se doute que les déambulations de Socrate et de ses disciples n'ont pas grand-chose à voir avec la promenade mondaine de l'époque classique, ou encore que l'itinéraire de l'homme sensible dans des jardins au négligé savamment préparé diffère totalement des flâneries urbaines du touriste. Même si l'on choisit de se situer dans un cadre chronologique assez nettement délimité, il apparaît immédiatement que chaque lieu – de par les attentes qu'il suscite et les réponses qu'il offre – programme un mode particulier d'appropriation de l'espace.

出典 Philippe Antoine, *Quand le voyage devient promenade*, Paris : PUPS, 2011. [一部改変]