

2026年度入学試験問題

小論文

(教育学部 養護教諭養成課程 前期)

注意

- 1 問題冊子は1冊(4ページ)、解答用紙は2枚、下書き用紙は3枚です。
- 2 試験中に問題冊子の印刷不鮮明、ページの落丁・乱丁及び解答用紙の汚れ等により解答できない場合は、手を高く挙げて監督者に知らせなさい。
- 3 すべての解答用紙に、それぞれ2箇所受験番号を記入しなさい。
- 4 解答は、すべて解答用紙の指定されたところに書きなさい。
- 5 試験終了後、問題冊子と下書き用紙は必ず持ち帰りなさい。

問題1 次の文章を読み、設問1, 2に答えてください。

一つの実験の話を、しばしば思い出す。

研究チームが、地域の住人を戸別に訪ねて、「あなたの家の前に、看板を置かせてください」と依頼する。その看板は、交通事故への注意喚起を訴える、誰もが賛同できる内容のもの。ただし、「安全運転をしましょう」と下手くそな字で書かれており、明らかに周囲の景観を悪くしてしまうものだった。

訪問を受けた住人の多くは、看板の設置に難色を示し、8割を超える人が設置を拒んだ。それはそうだろう。庭先に、ダサい看板が掲げられることを、喜ばしく思う人は少ない。

ただこの実験には、一つの仕掛けがしてあった。実験者は、訪問する住人を何グループかに分けて、異なるアプローチをしていた。その上で、それぞれのグループの反応の違いを比較していたのだ。

あるグループには、ただ単に、「看板を置かせてほしい」と求めるだけ。結果は、先述の通り。

別のグループには、看板設置を求める2週間前に、同じ趣旨のメッセージがプリントされたステッカーを、車か窓ガラスに貼るよう求めておいた。そしてその後、看板の設置を求めるという手順を踏むのである。

結果はどうか。事前にステッカーを貼ることを求められたグループは、8割近くが、大きな看板の設置も受け入れた。何もしないで頼みにいったグループとは、大きく違った結果となった。

この研究チームは、別のアプローチも行っている。先のグループとは異なる住人たちに、「街をきれいに保とう」という内容の請願書に署名してもらおう。そして2週間後に、「安全運転をしましょう」と書かれたダサ看板を置かせてくれないかと頼みにいく。すると、今度は半数近くの人が同意した。

事前に何かをお願いされた人々は、看板の設置だけを求められた人々に比べて、要求に応じる割合が高くなる。これはセールスの分野で有名な、「フット・イン・ザ・ドア」と呼ばれるテクニック。「ひとまず話だけでも聞いてください(ドアの中に入れてください)」と、小さなお願いごとをし、その後段々と、大きな要求を承諾させるとい

うものだ。

1960年代のアメリカで行われたこの実験は、数多くの論文で引用されるほど、インパクトのあるものだった。この実験で特に注目されたのは、人間が持つ「一貫性原理」についての考察だ。

小さなステッカーを受け取った人は「自分は交通事故の減少のために行動する人だ」という自己認識を強めたと考えられた。また、街の美化の請願書に署名した人は、署名を通じて「自分は公共の利益のために行動する人だ」という自己認識を強めたと考えられた。そして両者は、他者に対しても、自分の立場や態度というものを「自己呈示」することとなった。自己呈示とは、「自己開示」と比べられることの多い概念だ。自分の内面をそのまま相手にさらけ出す自己開示と違い、自己呈示は、他者に特定の印象を(大抵は相手に好印象を)与えるために、情報やイメージを調整して伝えることを指す。

つまりここで被験者は、ある立場にコミット(=参加、態度表明)することになった。自分は社会のために行動するという自己イメージを持つと同時に、私はそのような人間であると、周囲に小さく宣言したのである。

ここで、「一貫性原理」の出番となる。

人は、一度作った自己イメージを、一貫させようと心がける。小さなコミットしかしていなかったとしても、そのコミットが持つイメージというものを、維持しようとする。仮にそれが、さりげないものであっても、意図的でないものであっても、コミットしたなら、それを続けようとするのだ。

一貫性のある行動を取らないと、人はもやもやして不安定な気持ちになる。さらに、他者に呈示した自己イメージに基づいて、それに沿わない自分が非難されることを恐れもする。

こうした「一貫性原理」が働いて、二度目の要求を受けた多くの被験者は、自分の家の庭先に、ひどいデザインの看板を掲げることに同意したのだ。そしておそらく、それが実験であったことをネタバラシがなされなければ、その看板のメッセージをより強く意識するようになっていっただろう。

一度看板を掲げたなら、本人はそのメッセージに対して一貫性を保とうと努力をし、

他者はその一貫性を厳しく吟味するようになる。掲げられたスローガンは、それを掲げた個人と、それを目撃した他者をも縛るようになる。このような現象を、ここではわかりやすく②「看板効果」と呼んでおこう。

多くの人はこの現象を、暗黙のうちに理解している。だからこそ、様々な「看板」の設置を要求するムーブメントがあるわけだ。

最近では、SDGsがその一つだろう。持続可能な開発目標として、17のゴールと169のターゲットが掲げられている。だが、SDGsというスローガンを掲げる政治家や企業は増えているものの、全てのゴール、全てのターゲットを理解しているかには疑問もある。それでもコミットを示すことは重要となる。

SDGsというスローガンについて、ふんわりと「エコ」「地球に優しい」「働きやすい職場づくり」くらいのイメージを持つ人もいるだろう。そして、そうしたふんわりイメージで、「我が社もSDGsを推進します」と宣言する企業だってあるだろう。

そこで、「SDGsにはジェンダー平等が含まれているのですが、御社の役員の構成バランスはどうなっているのでしょうか」「貧困や格差の改善が項目に含まれているのですが、従業員は適切な給料や待遇が与えられているのでしょうか」と尋ねてみたらどうか。仮にその項目を強く意識していなかったとしても、今さら看板を撤回するわけにはいかない。そのため、小さな一歩であったとしても、何かしらの取り組みを行うようにはなるだろう。

オリンピック・パラリンピックも、「看板効果」が大きく発揮されるイベントだ。五輪憲章という、建前としては、崇高な理念を掲げているからこそ、「差別発言をする人がその役職に適しているのか」「開会式のイベントの人選に問題はないか」など、看板と見比べて吟味された。

五輪開催時の「看板効果」は、2021年東京大会だけでなく、毎回のように発生する。「五輪をやるのにホームレスの排除をするなんて」「五輪をやるのに性的マイノリティーを排除するというのか」といった具合に。その上で東京大会では、「政府はコロナ対策最優先と言っているのに開催するのか」といったふうに、別の看板との齟齬も取り沙汰された。このように人々は、「看板」の一貫性を巡って、日常的なものから政治的なものまで、幅広いコミュニケーションを行うのである。

ただし、このような「看板効果」が発揮されるためには、人々の関心の高さが必要

となる。いくら看板に書かれていることでも、人々がそのメッセージを重視していなければ、絵に描いた餅で終わる。

出典：荻上チキ、ヨシタケシンスケ著 こんな世界でギリギリ生きています
みらいめがね③，一部改変

設問1 下線部①「一貫性原理」と、下線部②「看板効果」について、それぞれ100字以内で説明してください。

設問2 設問1で解答した「一貫性原理」と「看板効果」をふまえて、児童生徒が自ら健康を保持増進できるように、養護教諭として、取り組みたいことについて、600字から800字以内で述べてください。ただし、文章中に取組の目標および取組を実現するための方法について、必ず記述してください。