

長岡造形大学
大学院造形研究科修士課程

入学試験過去問題集
(2018 年度)

2018 年度 長岡造形大学大学院（修士課程）前期入学試験問題

問 題

次の設問について、条件に従い自分の意見を記述せよ。

現代社会は、複雑な様相を呈している。IT技術が国境を越え、グローバルゼーションをもたらす一方、多様なローカルの価値を如何に磨いていくかも同時に問われている。経済発展を優先するがゆえに、所得層もかつての一億総中流から、高所得と低所得の二極化の様相を呈していると言われる。一方で様々なライフスタイルが可能になり、所得以外の自己実現価値を持ち始めた層が現れ、生活の質の観点では多極化しつつあるとも考えられる。

こうした複雑化した現代社会において、多くの方は閉そく感を感じている。この閉そく感を打破するためにも望ましい未来を創造する人材が望まれている。長岡造形大学大学院造形研究科では、こうした望ましい未来を創造する人材を広義のデザイナーと考えている。そしてこの未来を創造する作業は様々な試行錯誤の実践を伴うことと同義である。

長岡造形大学大学院造形研究科では、従来のデザイン領域であるプロダクトデザイン、建築・環境デザイン、視覚デザイン、美術・工芸、そして新設するイノベーションデザインの各領域での研究を深めながら、その研究を通して未来創造のイノベーションを生み出す人材の育成にチャレンジしている。

そのために、以下のアドミッションポリシーを用意した。

本学修士課程では、以下の様な人物を求めている。

1. 「社会人基礎力」「構想力」「造形力」の素養を幅広く身に付け、優れた人格を有する者
2. 高度な知識・技能の修得に立脚し、地域・社会をフィールドとする実践的な研究への意欲がある者
3. ものごとを深く洞察し、新たな想像力により問題解決に当たる意欲がある者

問 1

現在のあなたの社会人基礎力を自己診断するとどうなるか。卒業研究を実施している(実施した)体験や、課外活動(サークル・部活動)、留学、社会経験等をベースに、簡潔に記述せよ。なお、社会人基礎力については、以下に指標を示す。

社会人基礎力：3つの能力と12の能力要素

○前に踏み出す力(アクション)

主体性：物事に進んで取り組む力

働きかけ力：他人に働きかけ巻き込む力

実行力：目的を設定し確実に行動する力

○考え抜く力（シンキング）

問題発見力：現状を分析し目的や課題を明らかにする力

計画力：問題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力

創造力：新しい価値を生み出す力

○チームで働く力（チームワーク）

発信力：自分の意見をわかりやすく伝える力

傾聴力：相手の意見を丁寧に聞く力

柔軟性：意見の違いや立場の違いを理解する力

情報把握力：自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力

規律性：社会のルールや人との約束を守る力

ストレスコントロール力：ストレスの発生源に対応する力

問 2

あなたの修士研究計画を通して、どのような新たな創造が生まれ得るか、どのような問題解決に繋がり得るか、簡潔に記述せよ。

条 件

- ① 問 1、問 2 はそれぞれ別の解答用紙に記述すること。
- ② 問 1、問 2 それぞれ 1 枚の解答用紙を使用し、解答用紙の最初の行の先頭に解答する設問の番号（問 1 または問 2）を記入してから解答すること。

2018 年度 長岡造形大学大学院（修士課程）後期入学試験問題

問 題

以下の文章を読み、自分がこれから進めようとしている大学院での研究は、どのような「こと」のデザインとなり得るかを考察し論述せよ。

鶏口牛後のクリエイション

世界から評価されるのではなく、世界で機能するという主体性を持つ。これはしばらく意識し続けていることのひとつである。評価される、という受動性には、何か大きな力や文化に依存している甘えがある。「むしろ鶏口となるも牛後となるなかれ」とは中国の史記に出てくる言葉だが、大きな組織のしっぽになるより小さな組織でもその頭になった方がいい、というような意味だ。世界の仕組みは、金融にしても、エネルギーにしても、ファッションにしてもデザインにしても、西洋文化の岩盤のような知恵とエネルギーの蓄積を前にして、僕らはともすると遠慮がちになる。そして彼らの知恵を学び習得するほどに牛後につきがちである。勿論、謙虚に学ぶことは大切だ。しかし鶏の頭のように、小さくても果敢にくちばしを前に出した方がいい場合もある。

～中略～

僕は、グラフィックデザインにスキルを持つデザイナーであるが、久しくコミュニケーションの現場に携わって、「もの」ではなく「こと」の創造に関わってきた。イベントや展覧会、ブランドの構築など、人々の心の中に印象や価値観を刻み込んでいく仕事だ。「イメージ」などというと軽く聞こえるかもしれないが、世界は物質ではなく、イメージでできている。エルメスもアップルも、インドのタタ自動車もボルドーワインも、五つ星ホテルも大相撲も、人々の心の中にあるのはイメージの建築である。そしてよくできた堅牢なイメージは、丁寧に精巧に築き上げられているのである。

イメージを走らせている根源は、錬金術でも、巧みなブランドオペレーションでもなく、事を成すという能動的な情熱の持続だ。ある場合、それは集団の情熱であり、またある場合は個人の情熱でもある。決して消えない種火のように持続するそのころざしを、生き生きとしたイメージに置き換えて、人々の心や感情の奥底に届けたり浸透させたりというのが「こと」のデザインであり、自分の仕事だ。ロゴタイプを作ったり、本を作ったり、パッケージデザインを手がけたり、展覧会をプロデュースしたりというのは、そういう仕事の一端に過ぎない。

～後略～

※引用のため、一部文章を変更している。

出典 原研哉（2011）『日本のデザイン — 美意識がつくる未来』岩波新書。