

2020年度 同朋大学 社会福祉学部 公募推薦 小論文 問題用紙

次の文章を読んで、後の問いに答えよ。（解答はすべて解答用紙に記入のこと）

今日では「かわいい」は、世界のいたるところで出会うことになる現象である。ために渋谷でも原宿でもいい、東京の若者の集う繁華街をあるいてみよう。デジタルディスプレイから店先の広告まで、街角の映像と記号の多くには、「かわいい」の香辛料が振りまかれている。本来は厳粛な空間であるべき銀行ですら、漫画のキャラクターを大きくあしらっている。通行人はというと、細々としたストラップで飾り立てた携帯電話をひっきりなしに用い、友人に贈り物をするために小さなグッズの探索に忙しい。そのバッグには小さなヌイグルミが結びつけられていたり、アニメのキャラが描かれていたりする。若者たちのストリートファッションは、ロンドンのパンクやモッズと違い、対抗文化のもつ政治性をいっさい感じさせない。彼らは「かわいい」がゆえに、そうした服装を選択するのだ。80年代の丸文字と「のりP語」、90年代の「オタク」、そして2000年代の「萌え」ブームまで、日本の「かわいい」文化は世界のサブカルチャーのなかでも、徹底した脱政治性において独自のものといえるだろう。

だが日本を離れば「かわいい」文化から離脱できるかというところ、事態は逆である。日本のTVアニメが放映されているところ、巨大な両眼のなかに星を浮かべた少女たちの漫画が読まれているところ、お気に入りのプリクラを作成するために少女たちが長蛇の列を作るところ、そして美少女を象ったフィギュアとキティちゃんグッズがショウウィンドウに陳列されているところ、そこには例外なく「かわいい」美学が君臨する空間がある。「かわいい」の美学は国境を越え、民族と言語の壁を越え、思いもよらぬところで人々に蒐集を呼びかけ、コスプレの変身原理となり、消費社会の重要な参照項目と化している。

そう、「かわいい」は居間や全世界を覆い尽くす一大産業と化している。任天堂はポケモン・グッズで500億円を越すビジネスを商い、日本初のキャラクター商品の総売上は年間に2兆円を越している。キティちゃん関連のグッズは60カ国で販売され、その点数は5万点に及んでいるのだ。

小さなもの。どこかしら懐かしく感じられるもの。守ってあげないとたやすく壊れてしまうかもしれないほど、脆弱で 儂げな^{はかな}もの。どこかしらロマンティックで人をあてどない夢想の世界へと連れ去ってしまう力をもったもの。愛らしく、綺麗なもの。眺めて居るだけで愛くるしい感情で心がいっぱいになってしまふもの。不思議なもの。たやすく手が届くところにありながらも、どこかに謎を秘めたもの。ひとたび「かわいい」という魔法の粉を振りかけられてしまうといかなる凡庸な物体でさえ、急に親密感に溢れた、好意的な表情をこちら側に向けてくれることになる。無罪性と安逸さに守られたユートピア。ここでは現実原則の 桎梏^{しごく}から解放されたものたちが、人形やヌイグルミからアニメの登場人物までに無限の愛情を注ぎながら、無時間的な幸福さに酔い痴れることになる。

「かわいい」に対しては、批判がないわけではない。

ニューヨークのタイムズスクウェアには、かつて大ポルノショップ街だったところが整理され、今では「ハローキティ」の専門店がドカンと建っている。文字通り「かわいい」子猫の人形からシール、文房具、ビデオ、その他ありとあらゆるグッズがここでは販売されている。このキティちゃんブームに反撥を覚えたアメリカのある女性パフォーマーが、ハローキティに口がないのはアジアの男性優越主義が女性に沈黙を強要していることの証であると告発した、と研究者は報告している。

わたしの見聞したかぎり、「かわいい」に対してもっとも深い憎悪を示したのは、社会学者の上野千鶴子である。彼女は老人問題を扱った最近の著作のなかで、「かわいい」とは、「女が生存戦略のために、ずっと採用してきた」媚態であると一刀両断し、子供や孫に面倒を見てもらうために「かわいい」老人であることが推奨されている今日の日本社会のあり方に疑問を呈している。かわいければ得をする。かわいくなければ女じゃない。こうした認識はまさしくイデオロギー的なものであって、女性を旧来の依存的存在に押しとどめておくための方便であり、またかかる状況にあって女性が生き抜いていくための生存戦略でしかない。老人と子供が「かわいい」と呼ばれるのは、いずれも責任能力を欠落させた存在であるためであり、厄介者、お荷物扱いされる点では、変わるところがない。このように立論する上野は、人から「かわいくない女」と呼ばれていることを得意げに披露し、老後にあっても「かわいいお婆ちゃん」であることを拒否したいと、堂々と抱負を述べている。

「かわいい」現象がこうして毀誉褒貶きよほうへんのただなかにあることは、それが現代日本の神話としてきわめて大きな意味を担っていることを物語っている。事実それは天蓋のように、日本という社会を覆っているのだ。だが、そうした状況は一朝一夕に準備されたものではない。私は文化本質論を気取るつもりはないが、11世紀の『枕草子』に有名な叙述があるように、日本文化の内側に小さなもの、幼げなものを肯定的に賞味する伝統が確固として存続してきたことは、やはり心にとめておくべきだと考えている。それは欧米のように未成熟を成熟への発展途上の段階と見なし貶下して裁断する態度とは、まったく異なっている。「かわいい」を21世紀の後期資本主義社会の世界的現象とのみ理解するだけでは、それが日本から発信されたことの理由が理解できなくなってしまうだろう。共時的な認識と通時的な認識とを同時に働かせないかぎり、「かわいい」の美学、神話学に接近することはできないのだ。

四方田犬彦「かわいい」論（ちくま新書）

問1 課題文を読んで200字程度に要約せよ。

問2 アメリカのある女性パフォーマーが告発した「ハローキティに口がないのはアジアの男性優越主義が女性に沈黙を強要していることの証である」ということについて、あなたの考えを600字以内で述べよ。

2020年度 同朋大学 公募推薦 小論文 解答用紙 問1

受験番号

5

10

氏名

15

20

10

5

(縦書き) 20x12

【下書き用紙】