

一 問一 ① 革新 ② 全身全霊 ③ ふうさ ④ 剰余 ⑤ 吟味

問二 イ b      ロ e      ハ a      ニ d      ホ c

問三 a と e

問四 情報コンテンツやコミュニケーションツールは、「広告」や「課金」といったかたちでどこかの他者の旺盛な消費を前提として初めて供給されており、つまり消費社会的システムを土台としてあくまで生産され消費されている、ということ。

問五 a、b、e

問六 c と e

問七 （非公表）

問八 多くの企業がフリーのサービスを提供しているのは、私たちがおこなう選択の結果をより高次の情報として収集することを通して利益を得ようとしてのことであるが、一方で私たちもデジタル企業が提供するサービスを普通は好んで活用している、ということ。

二 問一 ①造詣 ②洗練 ③流儀 ④あいまい（さ） ⑤顕在化

問二 イ c      ロ a      ハ d      ニ b      ホ e

問三 b と e

問四 日本では自然との調和という共同幻想が物理的環境への目を曇らせているという主張（指摘）が、アメリカで見られるということ。

問五 環境用語としての「自然との調和」は、もともと日本に存在していた概念ではなく、輸入されものであるという事。

問六 (非公表)  
問七

二次的 自然	一次的 自然
a	c
b	d
	e

問八 ① 共生 ② 生物多樣性 ③ 國際社会