

平成 22 年度（2010 年度）第 1 学年・第 2 学年 9 月編入学選抜検査

Examen d'entrée – Septembre 2010 pour les candidats de 1^{ère} et 2^e année de collège

外国語作文（フランス語）

Essai en langue étrangère (français)

平成 22 年（2010 年）7 月 1 日（木）実施

Jeudi, 1^{er} juillet 2010

Notes :

- 1 . Gardez le livret d'examen fermé jusqu'à ce qu'on vous autorise à l'ouvrir.
- 2 . Vous pouvez utiliser librement l'espace vide dans le livret. Aucun point dans ce livret ne sera marqué.
- 3 . Le livret contient une copie de réponse séparée. Toutes les réponses devront être rédigées **en français** sur la copie de réponse.
- 4 . Vous avez 45 minutes pour terminer votre essai.
- 5 . Gardez le silence pendant l'examen.
- 6 . Inscrivez votre numéro de candidat et votre nom et prénom sur le livret d'examen et votre numéro de candidat sur la copie de réponse.
- 7 . Il ne sera répondu à aucune question sur le contenu de l'examen.
- 8 . Le livret d'examen et la copie de réponse seront ramassés à la fin de l'examen.

受検番号

Numéro de candidat

氏名

Nom et prénom

東京学芸大学附属国際中等教育学校

TOKYO GAKUGEI UNIVERSITY INTERNATIONAL SECONDARY EDUCATION SCHOOL

Lisez le texte ci-dessous, puis répondez à la question suivante.

Certains produits vendus au Japon contiennent des cadeaux gratuits. Par exemple, aux confiseries sont parfois attachés des jouets miniatures, et aux bouchons des bouteilles en plastique des figurines. Ces cadeaux gratuits sont appelés “*omake*”. Quand il s’agit de cadeaux attachés aux magazines, on parle de “*furoku*.”

C’est le confiseur industriel Ezaki Glico qui a lancé la mode d’*omake*. Selon son président, Riichi Ezaki, qui a fondé la société en 1922, “les enfants ont besoin de manger, mais aussi de jouer.” Ezaki Glico a créé ainsi de jolies cartes et de petites médailles pour accompagner ses confiseries. Ces dernières avec leur cadeaux a eu un énorme succès sur lequel Ezaki Glico a bâti sa croissance.

Les fabricants alimentaires ne sont pas les seules entreprises à faire usage d’*omake*. Les sociétés commercialisant des téléphones portables offrent des cadeaux à leurs clients, comme par exemple des couvre-porte-rouleaux de papier toilette et des chaussons.

De même, les *furoku* ou cadeaux attachés aux magazines connaissent un grand succès depuis les années 1920. On les trouvait essentiellement dans les magazines pour enfants, mais aujourd’hui, on les voit souvent dans les magazines pour adultes. De nos jours, certains *furoku* sont d’une telle qualité qu’ils sont achetés et vendus aux enchères sur l’Internet. Certains d’entre eux sont tellement originaux qu’ils attirent beaucoup d’attention.

Prenons pour exemple le magazine économique “Dime.” Le prix du magazine est de 400 yen, mais quand il contient un *furoku*, celui-ci est vendu environ 500 yen. Les cadeaux de Dime sont pratiques: haut-parleurs d’iPod, cures oreilles, etc. Récemment, le magazine a offert de plus en plus d’*omake* écologiques comme un porte-clé lumineux alimenté par énergie solaire et une souris avec calculatrice à énergie solaire intégrée.

Chaque numéro du magazine “Otona no Kagaku (science pour les adultes)” contient un gadget à fabriquer soi-même. Les lecteurs peuvent assembler l’objet en suivant les instructions. De plus, il est possible d’y apporter des améliorations. Par exemple, dans le cas d’un appareil photo, on peut remplacer l’objectif ou insérer une plaque fine pour stabiliser la pellicule.

Le magazine “Brand Mook” est réputé pour la sophistication de ses cadeaux. Chaque numéro est consacré à une marque particulière, et le cadeau consiste en un article de la marque en question. Il peut s’agir d’un sac, d’une pochette, d’un vêtement d’intérieur ou encore d’un parapluie. Ce magazine voit ses ventes croître chaque année. Le numéro d’août 2009 consacré à Cher s’est vendu à 700.000 exemplaires et celui de novembre 2009 consacré à Yves saint-Laurent à 1 million.

(adapté de *Hiragana Times*, No. 282, Avril 2010)

QUESTION

Que pensez-vous de ces produits accompagnés d’*omake* ou de *furoku* ? Considérez la question de divers points de vue et exprimez vos opinions en expliquant les raisons.

