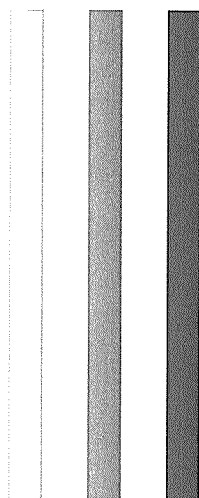


Reading Landmarks of the World



Motonobu Chiba
Hideki Matsuo
Kumiko Okazaki

は し が き

本書は、*Reading Breakthrough on the World* (1999) の姉妹編であり、基本的に *Breakthrough* の編集方針を引き継ぎ、新たな英文素材をもとに編んだものである。

構成は 22 UNITS から成る。それぞれの UNIT の構成は Pre-reading Information → Reading → Word Check → Comprehension の流れになっている。

Pre-reading Information では、Reading に直接・間接に関わるできるだけ最新のデータを提示した。比較的やさしい Questions をつけ、Reading の背景的知識となる資料や図表の読み取りをさせるタスクを課すことにより、Reading に関連する学生の schema を活性化することをねらいとしている。

Reading のパートでは、Text に取り組む前に schema の活性化をさらにうながし、英文への取りかかりを容易にするための短いリード文をつけた。学生はこのリード文で、ある程度英文内容を推測したり、問題意識を持つことができる。

Reading Text は本テキストの核となる部分である。Text には大学生が読むにふさわしい内容で、かつ現代社会の諸相を描写する英文を使っている。学生の知的欲求にかない、読んでおもしろいだけでなくためになったり考えさせたりする英文を、その難易度にも配慮しながら慎重に精選した。辞典等をひんぱんに引かなくても、相応に読み進むことができるレベルのものを比較的多く選び、英文を理解しながらその内容について考えていくという読みの活動が、困難な語や句によって妨げられることがないように意図した。しかし、外国語の学習では辞書を引きながら意味を確認するという作業を欠くことはできないので、学生には未知の語に出あった場合、文脈から類推するなどしても意味が不明のときは、積極的に辞書を活用するように勧めたい。

Word Check では、UNIT の key words となるものや、vocabulary building の観点から必要と思われる語構成の知識を問う問題、英英辞典の活用の促進となるものなどを作成した。Reading の際には語彙力を無視することはできないので、学生には常に vocabulary の増強を図る努力をしてもらいたい。

Comprehension は、reading の理解を確認するために、さまざまな角度からの設問を用意した。とくに information transfer を使うことができる場合には積極的に活用し、内容を表にまとめさせたり、図式に書き表すタスクを課した。バラエティに富む Comprehension の設問形式も本書の特徴となる 1 つである。

学生には、英文が提示している現代社会の問題や悩みを、読んで理解するだけでなく、また critical reader であることに留まることなく、英知を持ちその問題の解決に努力し、人々の豊かな共存のために行動する読み手になってほしいと願う。

2001年 春

千葉 元信
松尾 秀樹
岡崎久美子

C O N T E N T S

UNIT 1	Mobile Phone Survey	7
	ティーンエイジャーをねらえ：携帯電話の販売戦略	
UNIT 2	Bottoms Up: Ikki Drinking in Japan	11
	一気飲みの怖さ	
UNIT 3	Food for Thought	15
	遺伝子組み換え食品は安全か	
UNIT 4	Why Do the Japanese Love Designer Brands?	19
	若い日本人女性がブランド物を好む理由	
UNIT 5	Scientists Release Earthquake Hazard Map	23
	進む世界規模の地震危険地帯調査	
UNIT 6	Hospital Inspections Should be Made Public	27
	医療情報の開示を求めて	
UNIT 7	Whiter than White	31
	美白ブーム	
UNIT 8	Bacteria Wars	35
	抗菌戦争	
UNIT 9	Daylight Saving Time	39
	サマータイム	
UNIT 10	The Americanization of Pokémon	43
	ポケモン、アメリカでも大ブレイク	
UNIT 11	Why Do They Call it “Junk Food?”	47
	なぜそれはジャンクフードと呼ばれるのか	

UNIT 12	No Phone Police	51
	携帯電話の使用禁止は無用!?	
UNIT 13	A Visit to the Galápagos Islands	55
	ガラパゴスの島々を訪れる	
UNIT 14	The Road to Disaster	59
	破滅への道	
UNIT 15	Pushing an Elephant Up the Stairs	63
	環境保護への草の根運動	
UNIT 16	English Dominating Singaporean Culture	67
	シンガポールを英語が支配する	
UNIT 17	Are You an Organ Donor?	71
	あなたは臓器を提供しますか	
UNIT 18	Japan's New Material Girls	75
	増殖するパラサイト・シングル	
UNIT 19	Twisting Across North America	79
	竜巻を追いかける	
UNIT 20	New Hollywood's Bum Rap	83
	ぬれぎぬを着せられたゲーム業界	
UNIT 21	Sexual Harassment is Not All in the Mind	87
	女性が受けている差別	
UNIT 22	Join the Tech Revolution	91
	技術革命に生きる	

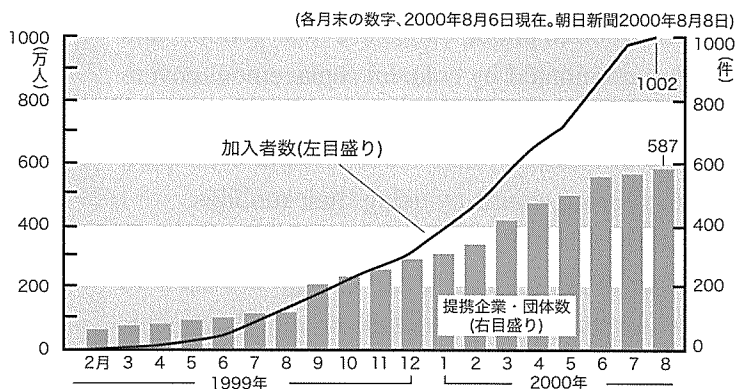
UNIT 1

Mobile Phone Survey

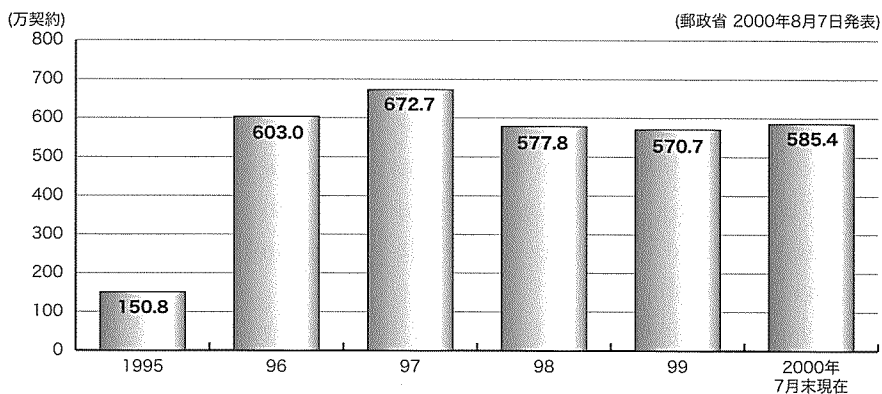
ティーンエイジャーをねらえ：携帯電話の販売戦略

● Pre-reading Information

資料1 iモード加入者数とサービス提携企業・団体数の推移



資料2 PHS契約数の推移



● Questions

資料を参考にして次の英文の () に適切な数字を入れなさい。

- As of August 6, 2000, the total contract number of the Internet connection service, i-mode, reached () million.
- The number of PHS contracts in Japan was the highest in () and then gradually decreased for two years, but once again began to increase in 2000.
- How many friends of yours have mobile phones? _____
- Have you ever used your mobile phone during lectures at your college? Yes. No.

● Reading

携帯電話・PHSは日々の暮らしの一部になり、郵政省の通信白書（2000年6月）によると2005年には6割以上の人々が利用するという。これら移動通信機器はどのようにして販売されているのだろうか。10代をターゲットにして行われている販売戦略を、香港・日本・フィンランド・フランスの例から読み取ってみよう。

In Hong Kong, which has the highest teenage mobile phone ownership in Asia, teenage customers are offered additional services, including a dating service and a link to download pop music from the Internet onto the handset.

5 Many profitable mobile phone shops are near schools and their shelves are often dominated by colorful replacement covers for the phones. The schools have tried to ban phone use in their grounds—mostly without success. Some students have even been caught trying to cheat during exams by using their mobiles.

10 The plight of the schools is not helped by aggressive mobile phone operators advertising their dating services to teenage users who enter their personal details on mobile phones. They can then be paired off by age, hobbies and taste in music, and are alerted when a suitable mate is in the vicinity. On
15 Valentine's Day alone, customers used one dating service for a total of 20,000 minutes.

In Japan, schools and universities have also failed to curb pupils' insatiable urge to "communicate" as cellular phones ring during lectures despite being banned. A recent government survey
20 showed that young people are cutting back on other expenses, such as food, because of ever larger phone bills as they acquire mobile phones.

Japan's inexpensive access to the Net has encouraged a whopping 60 per cent of Japanese teenagers to subscribe to
25 e-mail services via their mobile phones. This has created a new phenomenon, where youngsters don't bother to meet up and socialise but simply send e-mail or chat using their mobile phones.

Finland is home to Europe's most active mobile phone
30 users and the Finns deploy the most elaborate gimmicks to attract child callers. In Helsinki Airport there is a drinks vending machine which will provide a Pepsi in response to a mobile

plight = difficult situation

insatiable 「飽くことのない」

gimmick 「手口、仕掛け」

phone call—simply dial 0600 891 20. The bill is charged automatically to your phone.

The Finnish phone company Sonera has installed similar vending machines around the country and they include phone triggered juke boxes and photo booths. As Finland is home to two mobile phone giants, Nokia and Sonera, there is hardly a need for saturation advertising.

In France, children aged between 8 and 12 account for about 15 per cent of France's mobile telephone users. They are targeted by advertising from the main operators, France Telecom, SFR and Bouygues, although France Telecom's prepaid cards limit children to a maximum expenditure of Fr144 a month. There have been no studies in France on the health risks for teenagers, although one in five French adolescents uses a mobile telephone, a figure that is expected to grow sharply over the next decade.

French doctors are planning the first major international study to determine the cancer risks linked to mobile telephones. The study will assess 6,000 people and be by far the biggest of its kind ever undertaken. It will begin later this year and is expected to be completed by 2004.

Fr = franc (1フランは約15円)

● Word Check ●

次の1～5の説明に相当する語を下の [] から選んで書きなさい。

1. (): a bad or difficult state or situation
2. (): the system of sending messages from one computer to another
3. (): a telephone that you can carry around with you and that works by using radio signals
4. (): a machine in a public place into which you put money to buy drinks in cans.
5. (): a young person who is no longer a child and not yet an adult.

[e-mail / cellular phone / adolescent / vending machine / plight]

UNIT 1

● Comprehension

A それぞれの文の () に入る語句を下の選択肢から選んで入れなさい。

- In Hong Kong, there are some students who have been caught cheating during exams by ().
- In Japan, according to a survey, young people are paying larger (), cutting back on expenses such as food.
- In Finland, when they buy a drink from a vending machine responding to (), the bill is charged to their phone.
- In France, about 15 percent of () are accounted for by children who are between 8 and 12 years old.

a mobile phone / mobile telephone users / phone operators / phone bills / using their mobile phones

B 本文の内容に基づいて次の表を日本語で完成しなさい。

<香 港>	
携帯電話に付けた 2つのサービス	(1) (2)
売り込みに熱心な 経営者達の戦略	
<日 本>	
携帯電話から簡単に Eメール接続する理由	
新しい社会現象	
<フィンランド>	
ヘルシンキ空港の 自動販売機の特徴	
2つの巨大携帯電話 会社名	
<フランス>	
子供が使用できるプリ ペイドカードの最高額	
医者たちの計画	