

Mode
Tradition

Fêtes
Anecdotes

Gastronomie
Art de vivre

Exotisme

Le langage
des fleurs

Chansons
Autrefois

Actualités
Education

Environnement
Loisir

黄荭 范加慧 编著

LIRE ET COMPRENDRE
LA CULTURE

法语阅读理解书系
- 文化卷 -

東華大學出版社

黄荭 范加慧 编著

◆
**LIRE ET COMPRENDRE
LA CULTURE**
◆

法语阅读理解书系
- 文化卷 -

东华大学出版社·上海

图书在版编目(CIP)数据

法语阅读理解书系·文化卷 / 黄荭, 范加慧编著. —上海:

东华大学出版社, 2015.7

ISBN 978-7-5669-0799-8

I. ①法… II. ①黄… ②范… III. ①法语—阅读教学—

自学参考资料 IV. ①H329.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第128894号

法语阅读理解书系·文化卷

Lire et Comprendre-La Culture

黄荭
范加慧

编著

责任编辑 沈衡

封面设计 潘志远

策 划 法兰西论坛

东华大学出版社

上海市延安西路1882号, 200051

网址: <http://www.dhupress.net>

淘宝店: <http://dhupress.taobao.com>

天猫旗舰店: <http://dhdx.tmall.com>

营销中心: 021-62193056 62373056 62379558

投稿邮箱: 83808989@qq.com

常熟大宏印刷有限公司印刷

开本 850 mm × 1168 mm 1/32 印张 7.75 字数 238,000 印数 3000 册

2015年7月第1版 2015年7月第1次印刷

ISBN 978-7-5669-0799-8/H · 651

定价: 26.00元



编者的话

AVANT-PROPOS

古人有云：“开卷有益”，说的是阅读能益智、怡情、增长见闻。随着中外经济文化交流的日益繁荣，对法语人才的需求在我国日益扩大，学习法语（尤其是初级和中级法语）的人数也在逐年增加。法语是一门美丽的语言，但学起来鲜有人不喊“辛苦”。怎样变读书的“辛苦”为读书的“快乐”？如何培养学生学习、阅读法语的兴趣，在审美和娱乐的过程中达到掌握知识的目的？什么样的书才能让读者“乐在其中”？

“汝果欲学诗，工夫在诗外。”学诗如此，学语言也如此，仅靠课堂上老师耐心的讲解，仅靠篇数极其有限的课文是远远不够的。阅读是一个朝向无限打开的窗子，读者从中看到他山的玉石，看到异乡的风情。“语言是文化的符号，文化是语言的管轨。”《法语阅读理解书系·文化卷》就是为了让读者在文化的熏陶中领悟语言的意义，通过语言的桥梁了解身外的人和世界。本卷书参考了大量最新的原版语言资料（书籍和网络资源）以及与现实生活最为贴近的话题，确定了时尚、传统、节日、名人逸事、神话故事、美食、生活艺术、歌曲、往昔、时事、教育、环境、休闲、异域风情、花之语等十五个轻松热门的单元。每单元包括四篇阅读文章，由简入难排列，循序渐进地向读者介绍法国多元文化的底蕴和丰富内涵，力求让读者在最短的时间内最大限度地提高阅读理解和应试能力。每篇阅读材料后面都配有简要的中文注释和相应的阅读理解测试题，题目的设计不重在考查读者对语法的微观掌握情况，而重在训练和测试读者对阅读材料的把握、结合上下文

进行判断推理的能力。编者在注意选材的针对性、实用性和知识性的同时突出强调读物的趣味性，让读者在认识和了解法国的同时快速提高法语阅读理解水平。希望读者在本书里能捕捉到些许法兰西民族独特的文化魅力，获得一份阅读的愉悦、学习的快乐。

2015年5月



目录

Table des matières

- 1 **Unité 1 Mode / 时尚**
- 2 1. Les parfums / 香水
- 5 2. La folie lculte / “苹果热”
- 8 3. 1858-2014 : une histoire des défilés de mode /
1858-2014 : 时装秀的历史
- 12 4. Végétarisme / 素食主义
-
- 17 **Unité 2 Tradition / 传统**
- 18 1. Barbes et cheveux / 胡子和头发
- 21 2. Les filles de Colombey / 科龙贝的姑娘
- 25 3. Fromage / 奶酪
- 30 4. Le château de Versailles / 凡尔塞宫
-
- 35 **Unité 3 Fêtes / 节日**
- 36 1. La galette, nous voilà / 饼, 我们来了
- 39 2. Le bal du Nouvel an / 新年舞会
- 42 3. Le 1^{er} avril / 愚人节
- 45 4. La Journée de la Francophonie / 法语日
-
- 49 **Unité 4 Anecdotes / 名人逸事**
- 50 1. C'est pas moi qui ai écrit / 不是我写的
- 52 2. Drôles de présidents / 奇怪的总统们



- 54 3. Un autographe d'Alexandre Dumas / 大仲马的亲笔签名
57 4. J.K ROWLING : fuite de pseudo et dédommagements /
J.K. 罗琳 : 笔名遭泄 作家获赔

61 Unité 5 Légendes / 神话故事

- 62 1. La barque et les deux moines / 小船和两个和尚
66 2. Zeus, le roi des dieux / 宙斯, 众神之王
70 3. Le bal des Saisons / 季节的舞会
75 4. Premier récit de la création / 创世纪的第一个故事

81 Unité 6 Gastronomie / 美食

- 82 1. La sauce mayonnaise / 蛋黄酱
85 2. Pour un smoothie vraiment santé / 健康饮料思慕雪
89 3. Les débuts du thé en Europe / 茶在欧洲的发端
93 4. Petite histoire du café / 咖啡小史

97 Unité 7 Art de vivre / 生活艺术

- 98 1. Un ami dangereux / 一个危险的朋友
100 2. Le restaurant à la maison / 家中“餐馆”
104 3. Le rite du thé / 茶道
107 4. L'art des loisirs / 休闲的艺术

111 Unité 8 Chansons / 歌曲

- 112 1. Le téléphone pleure / 哭泣的电话
117 2. Le petit navire / 小船
121 3. Ceux qui n'ont rien / 一无所有的人
125 4. Jeune et con / 年轻又愚蠢



129 **Unité 9 Autfois / 往昔**

- 130 1. Le ciné du curé / 神甫的电影
133 2. Histoire des Jeux Olympiques / 奥运会的由来
137 3. Mon grand-père / 我爷爷
141 4. Le cirque / 马戏团

145 **Unité 10 Actualités / 时事**

- 146 1. La France autorise le mariage homosexuel /
法国允许同性婚姻
149 2. « Je suis Charlie » / “我是查理”
152 3. Le centenaire de la Grande Guerre / 一战百年纪念
155 4. Le prix Nobel de la paix remis à Malala et Satyarthi /
马拉拉和萨蒂亚尔希获诺贝尔和平奖

161 **Unité 11 Education / 教育**

- 162 1. Choisir la France ! / 选择法国!
166 2. Le Cnous et les Crous /
法国大学生事务管理中心和大区大学及学校事务管理中心
169 3. Erasmus / 伊拉斯谟项目
172 4. La nouvelle organisation du temps scolaire à l'école /
初等教育新课时

175 **Unité 12 Environnement / 环境**

- 176 1. La fin des dinosaures / 恐龙的灭绝
178 2. Lancement du satellite Aqua pour l'étude du cycle de l'eau sur
Terre / 发射 Aqua 人造卫星, 研究地球水循环
181 3. La pollution / 污染
184 4. Le changement climatique / 气候变化



189 **Unité 13 Loisir / 休闲**

190 1. Flash mob / 快闪

194 2. Pourquoi voyager en voiture ? / 为何选择自驾游?

198 3. Nombre de visiteurs internationaux : la France a fait du
surplace en 2014 / 2014 年法国境外游客数量止步不前

201 4. Pourquoi les séries américaines cartonnent / 美剧制胜之道

205 **Unité 14 Exotisme / 异域风情**

206 1. Unions lointaines / 异域定终身

208 2. Chez Spiros à Athènes / 在雅典斯比洛的饭店

211 3. La place Rouge / 莫斯科红场

215 4. Le café au Caire / 开罗的咖啡馆

221 **Unité 15 Le langage des fleurs / 花之语**

222 1. Le chrysanthème / 菊花

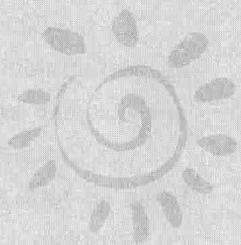
225 2. Le myosotis / 勿忘我

228 3. Le langage des fleurs / 花的语言

233 4. Les fleurs, cadeaux des eaux / 花, 水的礼物

236 **Clés 参考答案**

Unité 1 Mode
时尚



Les parfums

香水

L'histoire des parfums est une longue histoire d'amour !

Dans l'antiquité, il n'y avait pas de beauté sans parfum.

Il y a 3 500 ans, en Egypte et en Crète, les femmes élégantes se parfumaient déjà. A Alexandrie, on préparait des parfums précieux pour les exporter dans toute la Méditerranée.

Les Croisés ont découvert les parfums de l'Orient en allant se battre en Terre sainte. Ils rapportaient à leurs dames les essences de Jérusalem.

La parfumerie était au Moyen Age une grande industrie en Europe. En France, les maîtres gantiers, qui parfumaient leurs gants de cuir, avaient le monopole de la fabrication des parfums. Au XIII^e siècle, la ville de Grasse était la grande concurrente de l'Espagne. Le jasmin à grandes fleurs, venu de Chine, faisait la célébrité et la prospérité de la région.

De nos jours, Grasse reste la capitale des parfums avec ses 96 parfumeries.

Notes

antiquité *n.f.* 古代

Crète *n.pr.* 克里特岛(希)

Alexandrie *n.pr.* 亚历山大(埃及著名港口城市)

Croisé *n.pr.* 参加十字军东征的人

essence *n.f.* 香精

Jérusalem *n.pr.* 耶路撒冷 (巴勒斯坦)
parfumerie *n.f.* 香料作坊
gantier *n.m.* 手套生产者, 手套商
monopole *n.m.* 垄断
concurrent, e *n.* 竞争者
prospérité *n.f.* 繁荣
Grasse *n.pr.* 格拉斯 (法国城市名)

Questions

1. D'après le texte, les premiers pays qui utilisent le parfum sont _____.
A. l'Egypte et la Grèce
B. la France et la Chine
C. L'Egypte et la Chine
D. la France et l'Egypte
2. Comment le parfum de l'Orient a-t-il été introduit en Occident ?
A. Par les marchands arabes.
B. Par les Croisés.
C. Par les marchands italiens.
D. Par les voyageurs.
3. La Terre sainte est _____.
A. Alexandrie
B. Grasse
C. Jérusalem
D. Paris

4. Quelle ville est réputée « capitale des parfums » ?

A. Alexandrie.

B. Grasse.

C. Jérusalem.

D. Paris.

2

La folie Iculte

“苹果热”

A chaque nouveau lancement, les produits Apple sont vénérés, attendus et adorés, à se demander si leur succès est dû au produit lui-même ou au culte voué à la marque. Croquer dans la pomme, on se laisserait tenter... mais les fans d'Apple commencent à se sentir concernés par les déboires de la société Foxconn et l'inquiétude soulevée sur les conditions de travail de ses salariés.

La firme Apple, c'est 40 milliards de chiffre d'affaires annuel pour une ligne de produits pourtant peu importante lorsqu'on la compare à celle de ses concurrents. Cela s'explique par le fait qu'Apple peut compter sur une armée de fans, qui répondent présents à chaque nouveau lancement de produits. Nombreux ont été ceux qui ont choisi de rejoindre la file d'attente pendant la nuit pour obtenir le gadget le plus branché du moment le jour de sa sortie.

La production d'Apple a cependant soulevé une certaine controverse sur les conditions de travail des ouvriers de la société Foxconn Technology, assembleurs de produits électroniques en Chine.

Ce n'est pas la première fois que le problème des conditions de travail au sein de l'entreprise est évoqué, une enquête avait déjà été menée en 2006. On compte plus de 10 tentatives de suicides depuis janvier au sein du sous-traitant chinois, dues à la discipline stricte de l'usine et aux horaires épuisants subis par les ouvriers.

La réponse de la firme californienne fut claire alors qu'un porte-

parole du groupe avait déclaré qu'Apple était « fermement décidé à s'assurer que les conditions de travail au sein de sa chaîne de fournisseurs étaient bonnes au niveau de la sécurité et que les travailleurs étaient traités avec respect ».

Foxconn et Apple relancent donc le débat du « made in china », et du modèle industriel basé sur les coûts, sujet sur lequel les consommateurs préfèrent habituellement fermer les yeux. On ne peut pas blâmer Apple pour avoir choisi de produire l'Ipad et l'iPhone au sein de « l'usine du monde », mais les fans de la marque attendaient peut-être mieux de la part d'Apple, ce scandale semblant contredire l'image que la firme veut véhiculer.

Notes

lancement *n.m.* 推广

vénérer *v.t.* 崇拜

culte *n.m.* 崇拜；狂热的爱

déboires *n.m.pl.* 挫折

concurrent, e *n.* 竞争对手

gadget *n.m.* 小玩意儿；花里胡哨的东西

branché, e *a.* <俗>时髦的

controverse *n.f.* 论战

sous-traitant *n.m.* 分包商

porte-parole *n.m.inv.* 发言人

fournisseur *n.m.* 供货商

consommateur, trice *n.* 消费者

véhiculer *v.t.* 传递，传播

Questions

1. Pourquoi est-ce qu'on se demande si les produits d'Apple méritent

leur popularité ?

- A. Parce que leurs produits ne fonctionnent pas très bien.
- B. Parce que la ligne de produits d'Apple est relativement limitée.
- C. Parce que ces produits ne sont pas très chers.
- D. Parce que leurs produits sont fabriqués en Chine.

2. La firme Apple a suscité des soucis concernant _____.

- A. le prix trop élevé de ses produits
- B. la qualité des services qu'elle propose aux consommateurs
- C. les conditions de travail au sein de sa chaîne de fournisseurs
- D. la qualité redoutable de ses produits

3. Qu'est-ce que l'auteur entend dire par « l'usine du monde » ?

- A. Foxconn B. Apple C. La Chine D. L'Asie

4. L'attitude d'Apple dans l'affaire Foxconn est plutôt _____.

- A. coopérative B. indifférente C. hautaine D. craintive

La présentation des collections de mode débute dès le milieu du XIX^e siècle dans les salons parisiens. Charles Frederick Worth - Français d'origine britannique et présenté comme le père de la haute couture - commence à montrer à sa clientèle une sélection des patronages de ses nouvelles créations (appelée collection). Il est aussi le premier à dévoiler ses réalisations sur des mannequins faits de chair et d'os...

Charles Frederick Worth contribue à la création de la Chambre syndicale de la confection et de la couture pour dames et fillettes. Cette association professionnelle, dont l'ambition est de développer l'industrie de la mode en France, aura aussi pour tâche de réglementer l'appellation « haute couture » - label uniquement utilisable par ses membres. L'organisation définit également un nombre requis de silhouettes à mettre en avant lors des présentations.

Les présentations de mode pour les clients fortunés continuent en France, toujours dans les résidences privées ou les salons des maisons de couture. Progressivement, elles gagnent en mise en scène : les décors se font plus soignés, la musique est peu à peu introduite... Devenant une expérience à part entière, elles sont qualifiées de « fêtes » par les créateurs de mode.

La Seconde Guerre mondiale et l'occupation de la France par les nazis mettent un coup d'arrêt aux présentations de mode