

江涛老师中央人民广播电台“英语大赢家·最文化”节目补充教材

Learning Culture through Reading



英语 大赢家

最文化阅读

· 男人来自火星，女人来自金星 ·

Men and Women

“英语大赢家”节目策划 中央人民广播电台 王丽君
“英语大赢家”丛书主编及主讲 北京外国语大学 江涛 孟飞
审订 (美) Eve Bower



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

英语 大赢家

最文化阅读

· 男人来自火星，女人来自金星 ·

Men and Women

“英语大赢家”节目策划 中央人民广播电台 王丽君
“英语大赢家”丛书主编及主讲 北京外国语大学 江涛 孟飞
审订 (美) Eve Bower



本书精心选取了 50 篇美文名篇。内容上，追求文章趣味性和教育性的结合；语言上，追求优美性和通俗性的结合；作品上，选取著名作家的时代气息很强的经典作品。

全书共包含男女半对半、婚姻奏鸣曲、幸福之箴言、女人半边天、爱之絮语五部分，分别从不同的角度探寻和诠释男女之间的异同。每篇文章都包括精彩句型、最文化瞭望、原文品读、经典译文四个栏目，指导读者全方位欣赏英语美文名篇。

本书旨在给读者呈现文字隽永、寓意深刻的原汁原味的英文以及流畅优美的中文译文的同时，带领读者走进异性的世界，了解异性的所思所想，同时探究自身的世界，更深入地了解自己的内心。

图书在版编目 (CIP) 数据

男人来自火星，女人来自金星：英汉对照 / 江涛，孟飞主编. —北京：机械工业出版社，2008.9

(英语大赢家·最文化阅读)

ISBN 978-7-111-25065-4

I. 男… II. ①江… ②孟… III. ①英语-汉语-对照读物 ②散文-作品集-世界 IV. H319.4; I

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 135540 号

机械工业出版社 (北京市百万庄大街 22 号 邮政编码 100037)

策划编辑：余红 责任编辑：安婧 郭晓

版式设计：张文贵

责任印制：杨曦

三河市宏达印刷有限公司印刷

2008 年 9 月第 1 版·第 1 次印刷

170mm×250mm·19 印张·1 插页·346 千字

00 001-10 000 册

标准书号：ISBN 978-7-111-25065-4

定价：29.80 元

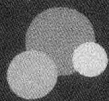
凡购本书，如有缺页，倒页，脱页，由本社发行部调换

销售服务热线：(010) 68326294

购书热线：(010) 88379639 88379641 88379643

编辑热线：(010) 88379355 88379366

封面无防伪标均为盗版



“英语大赢家”系列丛书编委会

顾问 (美) 彭铁城 (美) Eve Bower

主编 江涛

副主编 孟飞 王宏 梁妍 陈超 李秀丽

“英语大赢家·最文化阅读”丛书编委会

主 编 江涛 孟飞

文字编委 (按姓氏笔画排列)

马辉	马磊	王洁	王云	王晶	王榆
王世君	王宁宁	王丽丽	王浩森	东刚	叶适宜
刘静	刘凤先	刘尚杰	刘莹	刘晓雯	刘淑平
孙洁	朱芳英	许悦	张菁	张晓青	张晨玺
李莉	李杨	李婷	李庆煜	李孟芳	李晓鹏
杨颖	杨雪	杨少芳	杨春霞	贾灿	汪全芳
陈玲	陈红玲	单勇	周丽	周雅娴	招敏仪
郑小倩	郑雪玲	金玲	姚岚	胡嫚	胡莲
胡凤霞	赵籽君	赵艳丽	赵顺丹	徐佳	徐上标
徐向群	桂风	秦彤	谈伟	谈媛	高丽芬
高端娟	曹娟	曹菲	盛洪	黄星	黄胜
黄晶	黄娜娜	龚雪琼	彭珺	彭静	董军
韩怡	褚振飞	褚小雯	詹洁	虞源源	路潞
廖正芳	廖海辰	瞿莉			

(美) Eve Bower

(英) Charlie Black

(美) Steven Hasinger

(美) Caroline Catts

(澳) Chris Green

(加) Wesley Brown

丛书序

.....

我在美国待了 23 年，最大的感触就是美国国力的强大。可以说，其国力的强大源于整个国家和民族对于教育的重视和理智，这使得美国无论在科技上还是经济上，都有着源源不断的智力支持。

这 23 年来，无论是在大学任教，还是从 1998 年我受聘微软总部研究院，从事自然语言处理，包括中文语法检错、机器翻译等工作，我和我的美国同事们都相处得非常愉快。他们乐观、积极、幽默。无论是课堂讨论，还是 brainstorm（头脑风暴），多数美国人的交流方式或教学方式都是启发式的，不矫揉、不造作，也不让人难为情。

我非常支持祖国当前的号召——建设学习型的国家。中国应该学习国外的先进科学技术、先进管理理念，并借鉴西方的教育模式和方法，而所有的这一切，皆始于学习英语。

我反对把英语学习妖魔化，大多数中国人把英语当做一门知识来学，而英语恰恰如同 Dos 或是 Windows 视窗一样，只是一种工具。学习知识，要不厌其精，挖掘越深才越有所得；而掌握一种工具，只有不厌其烦，才能越来越熟练。如果用钻研的态度去研究一种工具，便平添了很大的心理压力，效果自然不佳。

江涛是我回国后所接触的一批年轻人中有朝气、有理想、有激情、敢于实践自己梦想的一个。他和他的同伴有着开阔的视野，充沛的精力，极强的学习能力、团队合作能力和执行能力。更为重要的是，在我看来，他们还有很珍贵的一点——责任心。

有一天，江涛寄来稿子，请我作序。我一般不愿替人写序了，但看了书稿后，不禁感叹，有志不在年高。看杂技时我们都知道，把一个盘子转起来不难，难的是把所有盘子都转起来。整套书稿以“最文化”为切入点，还要考虑到话题、语素、场景对话等的结合，可见编者们的煞费苦心和独具匠

心，没有相当的功底和耐性，“配方”不会这么容易被研究出来的。

乘风破浪会有时，直挂云帆济沧海。是欣然为序。

彭铁城

(美籍华人，前微软总部研究院计算语言学家，
现美国高科技教育集团公司总裁，纽约大学语
言博士，美国资深英语教学专家。)

前言

2008年北京奥运会的召开使人们学习英语的激情和需求进一步提高。为了向更多的人普及国际语言能力，同时满足大家日益增加的文化和精神需求，我们特推出了这套“英语大赢家·最文化阅读”系列图书，以“最文化”为核心特点，突出“在文化中学习英语”的主题。本套丛书旨在与读者分享“最值得阅读”、“最有价值”、“最精华”的英语美文名篇；同时“最文化”谐音“醉文化”，意为“沉醉于文化之中”，旨在提高读者的审美能力和艺术鉴赏能力，让读者畅游在“最精粹”的文化长河。

本套丛书有以下特色：

突出文化

丛书以领略世界优秀文化为出发点，精心选取阅读材料，对文章的文化背景、思想内涵、语言特点和影响力加以介绍，丰富读者的文化知识积累，便于读者理解英文经典、培养英语思维。

分类独特

丛书以从读者感兴趣的话题为出发点，分为智慧与哲理篇、生活与感悟篇、演讲篇、青春篇、男女篇、情感篇和故事篇。每个分册包含五个单元，读者可以欣赏到不同风格的英语美文。

选材新颖

每个分册精心选取50篇美文名篇，在选材时做到了与时俱进，大胆选取了近几年来颇具影响力的经典文章，赋予本套丛书很强的时代气息。

文章经典，翻译精准

在材料选取的过程中，内容上，注重趣味性和教育性的结合；语言上，追求优美性和通俗性的统一；在作者方面，选取著名作家的经典作品。让读者在享受语言的同时，得到艺术、知识、智慧等各方面的熏陶。

“英语大赢家·最文化阅读”系列图书的每篇文章均包含下列栏目，指导读者全方位赏析英语美文名篇。

精彩句型

从文章中选取最具代表性、最有文采的句子，并附上中文翻译，置于“最文化瞭望”之前，让读者提前领略文章的精彩之处。

最文化瞭望

简要介绍作者，说明文章背景，强调文章中谈到的问题、观点、主张以及讨论的重点，再现文章内容的精彩亮点，评述文章的影响，为读者接下来赏析文章做好准备工作。

原文品读

精选与单元主题相符、内容积极向上的美文名篇，对文中重点词汇或难度词汇加以注释，注释内容包括该单词的音标、文中词性及词义。

经典译文

给出“原文品读”的中文翻译，译文准确，语言优美。

本分册为《男人来自火星，女人来自金星》，带领读者走进异性的世界，了解异性的所思所想，同时探究自身的世界，更深入地了解自己的内心。

阅读本套丛书，您不仅可以感受文字隽永、寓意深刻的原汁原味的英文的魅力，还可以欣赏流畅优美的中文译文。相信每位读者都可以获得阅读的快乐并从中受到启发。本套丛书实为英语阅读之上品！

让我们一起通过英语这一桥梁沉醉在璀璨的人类文明深处！

编者

2008年8月

目录

丛书序
前言

男女半对半

- ◆ Men as Addicted to Shopping as Women
“血拼”男人不输女人 3
- ◆ Gap between Men and Women
男女之间的鸿沟 8
- ◆ Speak and Listen
男人语分析着听，女人话坦率地说 13
- ◆ Has the Gap between Men and Women Really Narrowed?
男人和女人之间的差距真的缩小了吗? 18
- ◆ Women Talk More than Men, Says Study
研究显示：女人比男人能说 25
- ◆ Gender Communication Differences
男女沟通差异 30
- ◆ A Man's Success Is a Woman's Poison
男人的成功，女人的毒药 35
- ◆ What Makes Men and Women So Different?
什么让男人和女人如此不同? 40
- ◆ Men Are Different from Women in Many Ways
男人和女人有很多不同之处 45
- ◆ A New Gender Gap in the Happiness Index
男人与女人孰快乐? 50

婚姻奏鸣曲

- ◆ Right beside You
身边总有你 57

◆ How to Stay Lovers as Well as Parents 身为父母不忘浪漫	61
◆ Life Together 一生相随	67
◆ Never Marrieds 永不结婚一族	72
◆ Of Marriage and Single Life 论结婚和独身	77
◆ Marriage, Love, and Freedom 婚姻、爱和自由	82
◆ Single Women — Are We All “No Lifers”? 我单身，我快乐	87
◆ Mosu Female's Wisdom 摩苏女人的大智慧	95
◆ Marriage Is a Serious Business 婚姻是件严肃的事情	100
◆ To Win at Marriage, Learn to Lose 赢得美满婚姻，要学会认输	105

幸福之箴言

◆ A Father's Job Is Unique 母亲永远成不了父亲	113
◆ A Mother's Advice 母亲的忠告	117
◆ After the Unmarried Daughter's Pregnancy 女儿未婚怀孕以后	123
◆ For Moms 写给母亲们	129
◆ The Tantrum 女儿发脾气了	134
◆ To All the Girls I Refused 致所有被我拒绝的女孩们	139
◆ Love and a Broken Arm 爱如断臂	145

◆ The Green Beads	
绿珠·····	150
◆ Letter to His Son	
切斯特菲尔德勋爵致儿子的信·····	157
◆ My Miraculous Family	
生命的奇迹·····	165

女人半边天

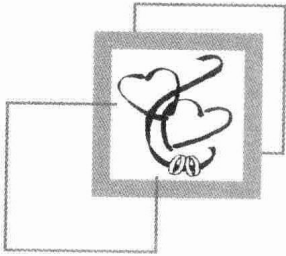
◆ A Perfect Wife	
完美的妻子·····	173
◆ That "Other Woman" in My Life	
我生命中的“另一个女人”·····	178
◆ What Does Woman Want?	
女人需要什么?·····	183
◆ Is Ugly the New Beautiful?	
丑女：我比美女更有魅力!·····	191
◆ Slave to the Shops	
购物“狂女”·····	198
◆ How to Be a Woman	
怎样做女人·····	205
◆ Women's Accomplishment	
女人的内涵·····	212
◆ A Valentine Day Tribute to My Wife	
情人节献给我的终身伴侣·····	218
◆ How Many Women Should a Man Own in His Life?	
一个男人的一生应该有几个女人?·····	223
◆ I Want a Wife	
我想要个妻·····	228

爱之絮语

◆ Roses for Rose	
送给罗斯的玫瑰·····	237

◆ John Keats to Fanny Brawne	
约翰·济慈致范尼·布劳恩	242
◆ A Little Piece of Me	
生命的过客	247
◆ In Search of Brotherhood	
兄弟情谊	251
◆ A Gentleman	
绅士	259
◆ Give Up Giving Advice	
放弃给予建议	264
◆ Wedding Dance	
婚礼之舞	268
◆ Story of Regret	
悲情罗曼史	272
◆ Salty Coffee	
咸咖啡	278
◆ Two Eyes, Two Worlds	
她是我惟一想要与之结婚的人	283
附录 中央人民广播电台经济之声覆盖频率	289
后记	





Men vs Women

男女半对半

Men as Addicted to Shopping as Women

“血拼”男人不输女人

(美国) 萨拉·高达兹

In reality, nearly as many men suffer from compulsive buying disorder as women, a new study finds.

一项新研究表明，在现实生活中，患购物强迫症的男人的数量和患此病症的女人的数量几乎是不相上下的。



萨拉·高达兹，美国《基督教科学箴言报》以及国家地理新闻网、生活科学网和 Space.com 的撰稿人。他就社会问题发表过不少文章，主要有《新研究表明：大脑是杂乱无章的》、《新建议：不要坐直》等。

我们发现一到周末，各个商场和超市就会人满为患，有时自己也会忍不住想要去凑凑热闹。回到家才发现买了一大堆自己根本就用不上或很少用的东西。这种体验以前一般是女性才会有的，然而现在的情况却不同了。一项新的研究表明：在这个压力倍增的时代，男人“血拼”的劲头也不亚于女人。当然并不是所有喜欢购物的人都是“购物狂”，“购物狂”患者主要是一些精神孤独、身心受损或是妄自菲薄的人。他们企图依靠疯狂采购来填补心灵的空虚。不管是男人还是女人，如果毫无节制地疯狂购物，一旦超过一定界限，就会由制造快乐而变为制造痛苦。这是一个值得社会关注的问题。

本文针对的就是这个社会问题。现代都市中的男女可能大多数都有购物的嗜好，他们/她们喜欢接受新的消费观念，但常常陷入连自己都预想不到的非理性消费中，因而时常入不敷出，从而给自己带来巨大的经济和生活压力，引发心理疾病。

原文品读

It's typically the women of movies and television shows that swipe credit cards at shopping malls. But in reality, nearly as many men suffer from compulsive^① buying disorder as women, a new study finds.

Compulsive shopping disorder is characterized by an irresistible and senseless urge to buy goods. People who suffer from it go on shopping binges and collect tons of unnecessary stuff and often end up in debt.

The afflicted^② typically lie to family members and friends about their purchases. Many end up divorced and bankrupt. Some attempt suicide.

Men afflicted, too

Previous studies showed that between 2 and 16 percent of the American population were afflicted with compulsive buying disorder. Of those, 90 percent were estimated^③ to be women.

The new study is the first large, nationwide effort to evaluate^④ the prevalence of the disorder. Of the 2,513 adults surveyed, 6 percent of women and 5.5 percent of men are said to be compulsive buyers.

"The widespread opinion that most compulsive buyers are women may be wrong," the researchers write in the October issue of the *American Journal of Psychiatry*.

On the street

Still, women get the majority of blame for compulsive spending. An informal and unscientific survey of shoppers (five men and five women) at a large department store in New York City revealed that both genders consider women to be the "shoppers" of the two.

"Men, they window-shop and go for what they want," said Ada Mateo, a 34-year-old nanny from Brooklyn, NY. "We window-shop, then shop, and then shop."

While picking up a T-shirt from a folded bunch on a table, a New Jersey woman who wished to remain anonymous^⑤ admitted that although she herself hates shopping, most other women find solace in buying things. "Men are more practical; they only shop if they need something," she said. "Women are more emotional."

Gregory Watson, a 49-year-old technician from Freeport, NY, said that he

hoped he wasn't considered a compulsive buyer. When asked if he thought women or men were more compulsive shoppers, he said, "Women, no clue why."

But Renato Coda, a 29-year-old programmer from Pennington, NJ, seemed to know why.

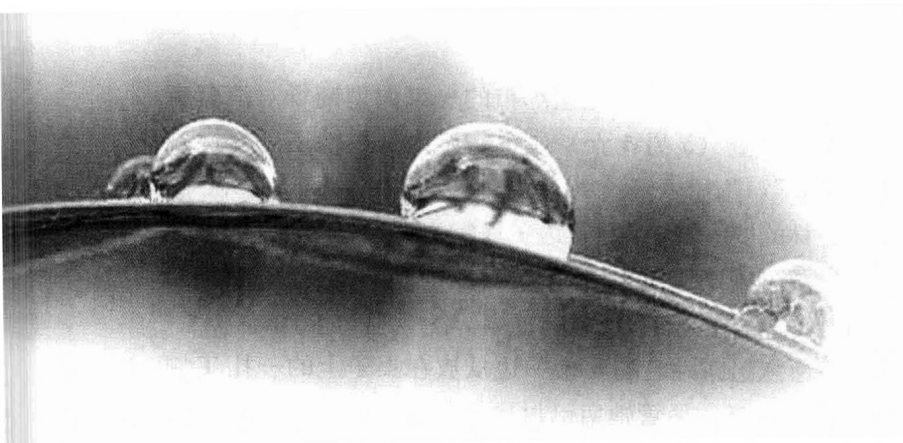
"It's mostly when they get together with friends," Coda said as he was putting his MP3 earphones away. "They go to the mall and shoe stores. My sister does that."

Shop till you drop

Whatever the case, compulsive shopping can have a serious downside.

The new study, led by Lorrin Koran, *emeritus*[®] professor of psychiatry and behavioral sciences at the Stanford University School of Medicine, found that compulsive buyers tended to be younger with reported incomes under \$ 50,000, a condition that may play a role in the debt burden that many Americans suffer.

"Compulsive buying leads to serious psychological, financial and family problems including depression, overwhelming debt and the break-up of relationships," Koran said. "People don't realize the extent of damage it does to the sufferer."



- ① compulsive [kəm'pʌlsɪv] *adj.* 强制的, 强迫的
- ② afflicted [ə'flɪktɪd] *adj.* 受折磨的
- ③ estimate ['estɪmeɪt] *vt.* 估计
- ④ evaluate [i'veljueɪt] *vt.* 评估, 评价
- ⑤ anonymous [ə'nɒnɪməs] *adj.* 匿名的, 无名的
- ⑥ emeritus [i'merɪtəs] *adj.* 名誉退休的