

史酷比 SCOOBY-DOO!

作者：詹姆斯·盖尔希（美）

集市幽灵

FAIRGROUND GHOST



英汉对照 语言注解 文化导读



华东师范大学出版社



美国金桃子出版公司

史酷比 SCOOBY-DOO!

集市幽灵

FAIRGROUND PHANTOM



作者：詹姆斯·盖尔希（美）

翻译：蒋红雨

校译：尼娜（美）

语言加注：金桃子编辑部

文化导读：金桃子编辑部



华东师范大学出版社



美国金桃子出版公司



Copyright © 2004 Hanna-Barbera.
 SCOOPY-DOO and all related characters and
 elements are trademarks of and © Hanna-Barbera.
 WB SHIELD: TM and © Warner Bros. Entertainment Inc.
 (s04)



Chinese and Chinese/English bilingual editions in simplified characters
 copyright © 2004 Golden Peach Publishing LLC, CA, USA.
 中文简体版、中英对照版版权 2004 年由美国华纳公司授权美国金桃子出
 版公司。

上海市版权局著作权合同登记 图字: 09-2004-419 号

美国金桃子出版公司
 Golden Peach Publishing LLC
 1223 Wilshire Blvd, #1510
 Santa Monica, CA 90403, USA
 电 话: 310 - 230 - 8898
 电子传真: 509 - 694 - 6872
 电子邮箱: GoldenPeach@adelphia.net

华东师范大学出版社
 East China Normal University Press
 社 址: 上海市中山北路 3663 号
 邮 编: 200062
 电 话: 021-62865537
 传 真: 021-62860410
<http://www.ecnupress.com.cn>

图书在版编目 (CIP) 数据

集市幽灵 / (美) 盖尔希著; 蒋红雨译. —上海: 华东师范大学出版社, 2004. 7

(金桃子分级英语助读丛书·史酷比探索系列)

ISBN 7-5617-3935-4

I. 集... II. ①盖... ②蒋... III. 英文—对照读物, 故事—汉、英

IV. H319. 4: I

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 064647 号



总 策 划: 陶子(金桃子) 朱杰人

丛书主编: 陶宁(金桃子)

责任编辑: 庄晓明 施煜文

美术编辑: 金桃子编辑部

出版发行: 华东师范大学出版社

社 址: 上海市中山北路 3663 号

邮编: 200062

印 刷: 上海复旦四维印刷有限公司

开本: 880 × 1194 1/32

字数: 64 千字

印数: 1-15540 印张: 4

版次: 2004 年 8 月第一版

印次: 2004 年 8 月第一次

书号: ISBN 7-5617-3935-4/H · 272

定价: 19.80 元 (含 CD)

出版人: 朱杰人

版权所有, 侵权必究

凡属合法出版之本书, 封底均贴有美国金桃子出版公司和华东师范大学出版社之防伪标贴。
 凡无防伪标贴者均属未经授权之版本, 本书出版者与原版权持有者将予以追究。

前言

北京师范大学教授 著名儿童文学评论家 浦漫汀

《史酷比》系列丛书，是根据被评为“美国动画总统”的同名少儿探案历险动画系列片改编而成的。该系列片不仅是全球播映时间最长，也是集数最多（三百多集！）的动画连续剧，自上映三十多年以来，一直长盛不衰，已经被译成十五种文字，是一个真正具有全球轰动效应的品牌。借助电视的巨大成功，1999年后，原品牌的创造者华纳公司开始出版《史酷比》系列图书，到第三年品种即逾百种，年销售册数突破千万，创造了少儿图书销售的一大奇迹。

我看过一份美国权威的电视观众和读者调查，“史酷比”获得了2000年度全美2-11岁年龄组“喜欢度最高”的荣誉。同样的调查显示，在2002年，少儿组熟知度高达96%，而成人组和母亲组对它的熟知度更是破纪录的98%和99%！也就是说，如果你在美国街上随便拦住任何一个人询问，就会发现几乎没有一个人不知道史酷比。用家喻户晓来形容其知名度绝非夸张。

一

史酷比的故事，讲了数十年，观众不忍换台，读者难以释卷。动画片编导者、丛书出版者更是欲罢不能，不断推陈出新。说起来，无论是动画片还是系列丛书，每个故事都不长，人物也很单纯，情节也并不繁复，但它却能超越时间，超越国籍、文化、种族界限，甚至超越年龄的界限久盛不衰。在美国，“史酷比”已经发展成为一种立体品牌，一种文化。

近年来，史酷比已经被华纳公司开发成包括录像带、电子游戏、音乐CD、杂志等多媒体的品牌。在出巨资将少儿幻想名著《哈利波特》和《指环王》搬上银幕并分别打破票房纪录之后，华纳公司又瞄准了史酷比，2002年推出了以真人和卡通形象同台登场的《史酷比》电影，而且一发难收，《史酷比》续集作为华纳2004年年度大片，为这一品牌再造辉煌。

系列作品的主角是一条名字叫“史酷比”的大黄狗。它的造型憨态可掬，性格温顺懦弱。动画片和丛书就是以它的名字命名。作品以每集一个独立成章的形式，讲述了史酷比和它的四个少年伙伴一起探险破案、伸张正义的故事。短短的故事中，情节跌宕，环环紧扣，观众与读者们直到有惊无险、真相大白之时，才能舒出一口气，与小主人公们一起分享胜利的喜悦。作品既充分发挥了侦探和惊险作品紧张刺激、扣人心弦的优势，又兼顾了少儿心理与接受程度，同时对小读者提供思维和心理的锻炼，有助提高他们动脑思考、参与解决问题和疑案的能力。正因如此，《史酷比》系列才能数十年如一日，在备受美国少年儿童欢迎的同时，深得学校和家长的普遍认可。

可以说，从上世纪60年代至今，从影视到读物，史酷比故事中蕴含着的创作理念是一以贯之的——高扬正义，歌颂正直、智慧、勇敢、友爱。其手法与风格也同出一炉——紧张刺激而不乏轻松幽默，险象环生却终能“大团圆”。《史酷比》图书开“安全惊险”文学流派之先河，与《鸡皮疙瘩》系列丛书一起，被称为“安全惊险”的经典之作。但是，与《鸡皮疙瘩》比起来，由于《史酷比》面向的小读者群跨度更大，所以情节处理也更“安全”。

二

“史酷比”品牌的深入人心，是与史酷比狗滑稽可爱的形象和它具有无限亲和力的性格分不开的。史酷比虽然貌似庞然大物，但胆小得连自己的影子都怕。它笨拙甚至懒惰，喜欢食物，但却正直聪慧。这个形象不但不会使小观众与读者们产生任何恐惧和威胁感，反而会让大家自觉不自觉地把它当作最可靠的朋友，当作需要自己保护和帮助的宠物。史酷比与人类朋友同呼吸共命运的形象，在情

节发展中的重要作用, 为这个系列带来了一层引人入胜的童话幻想色彩。

史酷比的主人薛奇简直就是史酷比的人类翻版, 风声鹤唳, 常被自己的脚步声吓倒。他与史酷比形影不离, 一副悠哉悠哉、随遇而安的样子。作为探案小说中的主要人物, 薛奇胆小怕事却要与坏人英勇周旋, 懒散邈邈却要紧张破案, 这种人物设置本身就会生出无数令人捧腹的冲突和细节。而薛奇与史酷比的散漫、怕事、嘴馋, 和他们的善良、乐于助人一样, 深受观众与读者喜爱, 也使作品幽默搞笑, 妙趣横生。

作品中的另外三个小主人公也都各具鲜明的性格特征。颇具领导才干的弗雷德, 干练冷静的威玛, 有时有些矫情但却充满热情的黛芬, 像我们周围所有十几岁的孩子一样, 他们各自有各自的缺点和长处。小观众、读者们很容易在他们身上分别找到自己和自己周围伙伴们的影子。这五个核心角色的形象和性格塑造的成功, 缩短甚至消除了小读者、观众们与作品的距离, 使大家有身临其境的感受。

正是人物形象这种经久不衰的性格魅力, 给作品带来了历久弥新的传世效果。由于五个小伙伴都已经成为典型人物, 所以数十年来, 电视剧与系列读物的创作中, 都谨慎地保持着角色已经成型的、被无数观众、读者喜爱和认同的基本个性特征, 甚至所有人物的发型穿着, 都还是 60 年代的原样。在此基础上, 作者随着时代的变迁, 不断改变着他们的语言和生活环境, 使不同时代的读者和观众保持着一致的认同感。这对以快节奏和“喜新厌旧”而著称的美国观众与读者来说实属难得。

三

《史酷比》系列的中国大陆出版权, 华纳授权于美国金桃子出版公司。以《鸡皮疙瘩》中文版获得巨大成功的金桃子, 现在又将可爱的史酷比带到了中国小读者面前。中国的入世, 为孩子们打开了一片新的天地, 也对他们的成长提出了更高的要求。他们应该是具有国际化视野的新一代, 他们应该汲取着人类文化精华长大。金桃子在充分了解丛书优势与中国市场需求之后, 决定将(我认为是

非常明智的)《史酷比》系列出版为多层次的版本,包括现在的翻译版和英汉对照版,以适应新时代中国少儿读者的多方面需要。《史酷比》系列通过让青少年在大量阅读原汁原味的当代文学作品中提高英文水平,增强语感。金桃子对原著所做的语言导读,大多是在尽量不影响读者阅读乐趣和速度的前提下,对这个英语级别的读者来说可能不熟悉的词做简单的注释(“解词”),对重要的语言点做画龙点睛的提炼(“一点通”),把精彩的口语用法重点推出(“COOL 英文”)。“金桃子”像一个同龄的陪读小伙伴,在书中带着小读者边玩边学,而不是试图板起面孔来做语法老师。相信这种寓教于乐的方式对小读者英语、知识水平的提高一定是行之有效的。

同时,金桃子对一些西方、尤其是美国的文化与社会现象做了“文化导读”,特别是那些直接关系到对原故事的理解的关键文化点。翻译作品加文化导读,是金桃子的首创。这也是我国少儿读物出版首次引进这种文化导读的概念与方式。随着入世后我国进行全方位的对外经济文化交流,全社会对于我们的下一代必须具备国际化视野和多元文化素质已经形成广泛的共识。金桃子文化导读,应该说是站在这一高度上,对我国当代少儿出版进行的一种有益的尝试。它针对不同年龄段孩子的接受能力和阅读特点,对作品本身以及作品涉及到的特殊文化现象,都请专家做出了恰到好处的权威性导读。这使小读者们在对作品有更深理解的同时,也让他们感受到多元文化的熏陶,帮助他们接触和初步理解西方文化以及东西方文化的差异。这对于开阔、培养小读者们——地球村的后代所必备的视野和素质的意义是不言而喻的。而由于编辑、出版者对图书的教育价值与文化交流价值的显著提升,我们可以将这种出版称为“增值出版”。

我相信,深受全世界小读者爱戴的卡通明星史酷比,一定也会成为中国孩子的好朋友!

2004 年 6 月

金桃子致小读者

——编者序

大家好！我是金桃子，我的工作专门帮助爱读书的少年朋友，向你们推荐世界上最流行、最有意思的好书，把书中的小主人公介绍给大家做朋友，把书中有用的知识讲解给你听。

可不要小瞧你手里这本叫作《史酷比》的小书，书里的五个小伙伴，可都是人人喜爱的大明星！他们的故事在电视上已经演了三十多年了，风靡一百多个国家，可带劲儿了！

这套丛书采取了独具一格的英汉对照形式，会帮助大家学到好多在别处学不到的英语和文化知识。我建议大家先读英文，连读带猜，有几个不认识的词没关系，重要的是情节和语感。我相信你会大致看懂的！实在不明白，还可以再回头看注释和译文。有些你可能不熟悉的词在原文中被标成了红色，对面的译文页上有相应的“解词”部分。请你注意，在同一本书中，同一词语一般只解释一次。还有，解词中的词一般用动词原形和名词的单数形式，尽管在原文中出现的可能是变化形式或复数形式。当然，不易识别的不规则动词、名词，也会被特别解释一下。

如果你有兴趣学习更多的英文，可以认真看一下“一点通”，这是对原文中值得特别注意的语言点和语法现象，总结提炼出的较细致的解释，穿插排列在与原文相近的空白的地方。注意，英文原文相关的地方都标上了金桃子标识[®]。

我还为喜欢说英语的读者们准备了一份小小的礼物——“COOL 英文”。每章后面都列出了两三句特别生动、常用、口语化、美国青少年通用的“酷英文”。如果你能在读故事的

时候顺带学上这么几句地道的口语,时不时说出些来,一定会让人刮目相看。日积月累,也会收获不小呢。注意,“COOL 英文”的原文是以蓝色字迹标出来的。

我相信大家也一定不会错过“文化导读”。为方便大家更好地理解故事中那些生活在大洋彼岸的伙伴们,了解他们的生活环境和故事的背景,我特地请来美国专家,针对每章出现的文化现象做了文化导读。在英文原文中,还是以金桃子小标识来标出导读点。

为了帮助大家练习听力,领略原汁原味的英语,我还专门请来美国朋友做了绘声绘色的全文录音。我相信通过反复播放附在书后的录音CD,你的英文听力一定会有长进的,同时你对故事也更会有身临其境的感觉。

另外,你注意到本书封面右上方的标志了吗?在此我要解释一下:这是“金桃子分级英语助读丛书”的分级标志。我们根据国内从小学到高中全日制义务教育的实际情况,配合教育部制定的《英语课程标准》,将助读系列读物进行了科学的分级。并且考虑到不同读者在学习进度和掌握程度上的差异,在设置每一级别时,词汇和语法知识适当地超出了实际课堂教学的覆盖面。具体分级如下:

小学低年级: (一级)

小学高年级: (二级)

初中: (三级)

高中: (四级)

这样,大家就可以根据自己的年级或实际英语水平,来选购和阅读了。

好,现在赶紧去见史酷比和他的伙伴们吧!有什么问题,可以给我写信:GoldenPeach@adelphia.net

书里见!

先来认识一下

大黄狗，后背上带黑斑，长得滑稽又可爱，
憨憨的，懒懒的，笨手笨脚，嘴特
别馋，最爱吃专门为他准备的
“史酷比点心”。他身材庞大，但胆小
如鼠，可是，他随着小伙伴们一起
东奔西跑，每次探案都少
不了他的功劳！史酷比
狗还有个特点，
他说话有点大舌头，
所有的词都用
“r”的音开头。
你看到的时候可
别笑，史酷比
会不好意思的。



史酷比
Scooby-Doo

薛奇

Shaggy

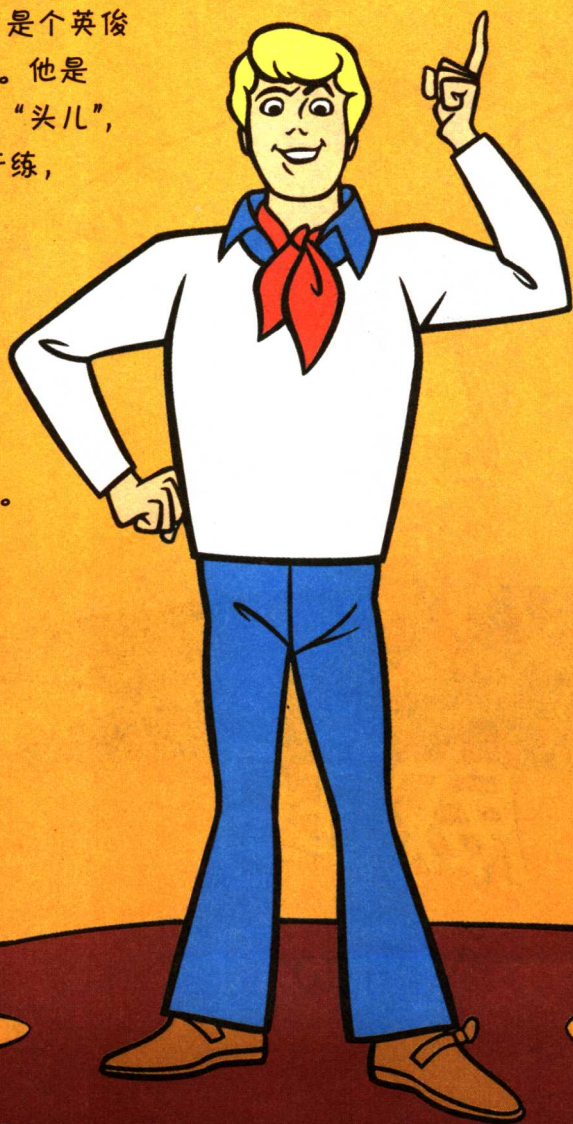
16岁，史酷比的主人，也是和史酷比形影不离的好朋友。
跟史酷比一样，懒懒散散，邋邋遢遢，
总是穿着个大T恤，酷爱吃东西，老吃不够。
他也像史酷比一样很胆小怕事，
一有风吹草动，就会情不自禁
地喊起来：“天哪(Yikes)！”
可是，信不信由你，
在破案的关键时刻，
他总能跟史酷比
一起阴差阳错地充当主角！
他还有一个口头语：
“那个(like)。”
无论说什么，
一张口都要来上这么一句。



弗雷德

Fred

也是16岁，是个英俊潇洒的帅哥。他是小伙伴中的“头儿”，特别正经，干练，善于指挥。他的好奇心和观察力，每每将这个探案小组引向奇境和案发现场。





短头发，喜欢穿高领毛衣，
戴着一副深度近视镜。
她机警冷静、善于推理，
常常从科学和逻辑
角度率先提供
破案线索和答案。
她也有个口头语，
每次看到什么
令她惊奇的事情，
就会脱口而出：
“简直是(jinkies)！”

威玛

Velma

黛芬

Daphne

瞧！她金发披肩，一身紫色连衣裙，多漂亮！你可千万别以为黛芬只是因为漂亮而引人注目，她的聪明、热情也是出了名的！黛芬特别善于交际，勇于冒险，是这个探案小组里体面的形象大使。



神探机车

Mystery Machine

史酷比和朋友们探案专用的小面包车，
瞧，他们把它打扮得多酷！

这辆车载着小伙伴们东奔西跑，真是立下了汗马功劳。坐在驾驶台上的，当然是伙伴们的小领导弗雷德啦。

告诉你们一个小秘密，这辆“神探机车”最近刚刚装上了电子导航系统，更神气了！

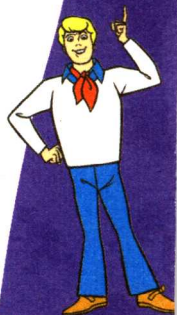


About the Author

As a boy, James Gelsey used to run home from school to watch the Scooby-Doo cartoons on television (only after finishing his homework). Today, he still enjoys watching them with his wife and two daughters. He also has a real dog named Scooby who loves nothing more than a good Scooby Snack!

关于作者

詹姆斯·盖尔希不大点儿的时候，常常是放学之后就紧赶慢赶地往家里跑，唯恐错过了史酷比的电视系列卡通片的时间（当然啦，肯定是在做完家庭作业之后才看的哦）。现如今，他依然旧习不改，只不过变成和他的妻子和两个女儿一起看了。他还有条狗，名字也叫作史酷比，它最爱的也是史酷比点心！





史酷比 Scooby-Doo!

下面,史酷比他们的好戏就要开场了!