

金桃子
Golden Peach

分级英语助读丛书

三级(3-5)

史酷比 SCOOPY-DOO!

作者: 詹姆斯·盖尔希 (美)

吸血鬼复仇记 VAMPIRE'S REVENGE



英汉对照 语言注释 文化导读



华东师范大学出版社



上海金桃子出版公司

内附光盘

史酷比 SCOOBY-DOO!

吸血鬼复仇记 VAMPIRE'S REVENGE



作者：詹姆斯·盖尔希（美）

翻译：修树新

校译：李淑娟 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: 310-694-6872
 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

吸血鬼复仇记 / (美) 盖尔·希著; 修树新译. —上海: 华东师范大学出版社, 2004. 7

1. 金桃子分级英语阅读丛书·史酷比探案系列 I

ISBN 7-5617-3936-2

I. ①吸… II. ①盖… 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 064646 号



吸血鬼复仇记

VAMPIRE'S REVENGE

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 7-5617-3936-2/H · 273

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，而日一发难收，《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,懒散邋遢却要紧张破案,这种人物设置本身就会生发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。中国的人世,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!

 金桃子

2004年6月

寻找 **史酷比** 探案系列
SCOOBY-DOO

从现在开始收集……

- 
- 
- 
- 
- | | | |
|----|------------------------|--------|
| 1# | The Fairground Phantom | 集市幽灵 |
| 2# | The Groovy Ghost | 鬼魂歌星 |
| 3# | The Vampire's Revenge | 吸血鬼复仇记 |
| 4# | The Haunted Castle | 闹鬼城堡 |

敬请期待

- | | | |
|-----|--------------------------|-------|
| 5# | The Terror Toy Store | 恐怖玩具店 |
| 6# | The Runaway Robot | 真假机器人 |
| 7# | The Masked Magician | 假面魔术师 |
| 8# | The Phony Fortune-teller | 冒牌算命师 |
| 9# | The Farmyard Fright | 农场惊魂 |
| 10# | The Sunken Ship | 海底沉船 |
| 11# | The Mummy's Curse | 木乃伊毒咒 |
| 12# | The Spooky Strikeout | 棒球场恶梦 |

.....

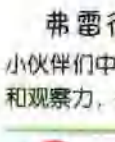


先来认识一下

史酷比(Scooby-Doo)：大黄狗，长得滑稽又可爱。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，每次探案都少不了他的功劳！史酷比狗还有点儿大舌头，所有的词都用“r”的音开头。



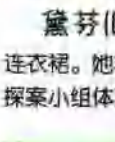
薛奇(Shaggy)：16岁，史酷比的主人和形影不离的好朋友。和史酷比一样，懒懒散散，邋邋遢遢，酷爱吃东西，也很胆小，可是在破案的关键时刻，他总能跟史酷比一起阴差阳错地充当主角！他还有一个口头语：“那个(I like).”



弗雷德(Fred)：也是16岁，是个英俊潇洒的帅哥。他是小伙伴们中的“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。



威玛(Velma)：短头发，喜欢穿高领毛衣，戴一副深度近视镜。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：“简直是(jinkies)！”



黛芬(Daphne)：金发披肩，漂亮出众，常常穿一身紫色连衣裙。她非常聪明，善于交际，勇于冒险，热情洋溢，是这个探案小组体面的形象大使。



神探机车(The Mystery Machine)：史酷比和伙伴们探案专用的面包车。上面神气十足地写着“神探机车”几个大字。开车的永远是小领导弗雷德。

下面，史酷比他们的好戏就要开场了！

Chapter 1



“**R**ick or reat!” Scooby barked from the back of the Mystery Machine. He held a brown shopping bag over the front seat.

“No treats here, Scooby,” Fred said.
“Sorry.”

“Awwwww,” Scooby sighed.

“**L**ike, don’t worry, **p**al,” Shaggy said.
“We’ll have plenty of time to go trick-or-treating later tonight.”

“And **p**lenty of time to fill that great big bag,” Velma added.

Shaggy reached under the seat. “If you think that’s a big bag,” he said, “look at this.”





第一章

"Rick or
reat!"
史酷比的“狗
腔英语”——
"Trick or
treat!"

"Like"
薛奇的口头
语，相当于
“这个，那个”
pal
<口>伙计，朋
友
plenty of
很多

“不给糖七（吃）就闹！”史酷比在神探机车后座上汪汪叫道。他把一个大大的棕色购物袋伸到前座上。

“这里没吃的，史酷比，”弗雷德说道，“对不起。”

“唉。”史酷比叹了口气。

“那个，别着急，伙计，”薛奇说，“今天晚上我们有的是时间去要糖吃。”

“有的是时间去装满你那个大口袋。”威玛也说道。

薛奇把手伸到座位下。“如果你觉着那是个大口袋，”他说道，“瞧这个。”





He showed them a long green bag with an orange **pumpkin** on it. "Now that's what I call a trick-or-treat bag"

"It looks more like a **duffel bag** to me," Daphne said.

"Call it whatever you want," Shaggy said. "Just don't call it empty."

Fred **steered** the Mystery Machine into a parking lot. "Here we are," he said. "The Brickstone Towers Hotel."

"And we're right on time," Velma added.

"Right on time for what?" Shaggy asked.

"Rick-or-reating?" Scooby asked, wagging his tail.

"Working," Daphne said. "We promised we'd help out at the annual **charity auction**, remember?"

"Right." Shaggy nodded. "And then we'll go trick-or-treating, Scooby."



pumpkin
南瓜

duffel bag
行李袋

steer
驾车, 操纵方
向盘

charity auction
慈善拍卖会

他拿出一个很深的绿色大袋子, 袋子上有一个橙色的南瓜图案。“这才算得上是个万圣节要糖用的口袋呢。”薛奇说。

“我看它更像行李袋。”黛芬说。

“你们想怎么叫就怎么叫吧,”薛奇说道, “反正别叫它空空就行了。”

弗雷德把神探机车开进了一个停车场。“我们到了,”他说, “布里克斯通塔楼酒店到了。”

“而且我们是准时到达。”威玛补充说道。

“准时干什么?”薛奇问。

“玩不给糖七(吃)就闹吗?”史酷比摇着尾巴问。

“工作,”黛芬回答, “我们说好了要去一年一度的慈善拍卖会帮忙的, 还记得吗?”

“正是。”薛奇点点头, “帮完忙我们就去要糖, 史酷比。”



“**Rokay!**” Scooby barked as he jumped out of the van and followed the others across the parking lot. The **gang** looked at the big new hotel towering over them. It was the tallest building in town.

“**Jinkies,**” Velma said. “That hotel is even bigger up close than I **imagined.**”

“And a little **spookier,** too,” Shaggy added.

The gang walked to the hotel entrance. They stopped in front of the **revolving doors.**



"Rokay!"
史酷比的“狗腔英语”——
"Okay!"

gang
一伙人，大家

"Jinkies"
威玛的口头语，如同中文的“简直是”、“真是的”

imagine
想象

spooky
阴森可怖的

revolving door
旋转门

“搞（好）耶！”史酷比叫着跳出车，跟着其他人穿过停车场。大家抬头望着耸立在他们面前的崭新的大酒店。这是镇上最高的大楼了。

“真是的，”威玛说，“这酒店近看起来比我想的还高。”

“也更吓人。”薛奇补充说。大家朝酒店的入口处走去。在一个旋转门前他们停下了。

文化寻味

● 万圣节前夕 (Halloween)

“不给糖吃就闹 (trick or treat)”，你知道是什么意思吗？这是万圣节前夕孩子们去挨家挨户要糖果时必须说的话。万圣节又叫“鬼节”，时间是每年11月1日。古爱尔兰以11月1日为新年的第一天。传说这天是过去一年中死去的人的鬼魂出现、找活人附体的时候。于是人们在万圣节前夕故意穿成鬼怪模样，搞些恶作剧，以便吓走鬼魂。现在在美国、加拿大、英国等地，万圣节前夕已经演变成了一个供人们，特别是孩子们，放松作乐的节日。到了那天夜里，家家户户门口挂出雕刻着各种鬼脸的南瓜灯，有的还摆些玩具骷髅、蝙蝠之类的可怕玩意。各家的孩子们（大人也有）在这一天可以奇装异服，扮成吸血鬼、仙女、巫婆、蝙蝠侠什么的，又好玩又可怕。在天黑以后，装扮好的孩子们就手提灯笼和口袋、篮子，挨家挨户去敲门，高喊“不给糖吃就闹”。各家都会开门，拿出准备好的糖果送给孩子们。如果有人不给，这时孩子们可以适当搞些恶作剧。你可能注意到了，故事中馋嘴的史酷比和薛奇都准备了特大的口袋，准备大干一场呢。

