

老蒋**讲**真题

MBA·MPA·MPAcc 等专业学位

考研英语(二)历年真题 老蒋详解 (全2册)

上册 试题分册

蒋军虎 主编

内含
真题视频
(必看)

考生人手一册、一致推崇的英语(二)第一书

试题分册: 历年真题 套卷自测+答案速查

详解分册: 语言·语篇·试题3层递进, 分类超精讲

超值 3 重大赠送

真题词汇掌中宝 + 真题老蒋视频 + MBA真题及详解

全新改版 第6版
2015



北京航空航天大学出版社
BEIHANG UNIVERSITY PRESS

老蒋讲真题

MBA·MPA·MPAcc 等专业学位

考研英语(二)历年真题 老蒋详解 (全2册)

上册 试题分册

蒋军虎 主编



考生人手一册、一练一测一答案速查

试题分册：历年真题 套卷自测 + 答案速查

详解分册：语言·语篇·试题3层递进，分类超精讲

超值 3 重大赠送

真题词汇掌中宝 + 真题老蒋视频 + MBA真题及详解

全新改版 第6版
2015



内 容 简 介

本书严格按照《全国硕士研究生入学统一考试英语(二)考试大纲》的要求,对2010~2014年考研英语(二)真题中的完形填空、阅读理解、翻译和写作四部分分上下两册进行精辟透彻的分析和讲解。上册是试题分册,完整呈现2010~2014年考研英语(二)的历年真题,并给出标准答案;下册是详解分册,按照题型逐一给出各版块备考指南,为读者指点迷津,然后对相应题型的历年文章与题目作分类超精讲,帮助读者逐一破解各题型的重点、难点。

本书另配有含金量极高的老蒋英语(二)真题视频课程DVD,边读边听,堪比面授;同时赠送历年真题词汇掌中宝,随时随地记单词,贴心好用;以及MBA英语真题及解析,以便考生参考使用,适当练手。

图书在版编目(CIP)数据

2015 MBA/MPA/MPAcc 等专业学位考研英语(二)历年真题老蒋详解 / 蒋军虎主编. -- 北京:北京航空航天大学出版社, 2014. 6

ISBN 978-7-5124-1545-4

I. ①2… II. ①蒋… III. ①英语-研究生-入学考试-题解 IV. ①H319.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 111486 号

版权所有,侵权必究。

2015 MBA/MPA/MPAcc 等专业学位考研英语(二)历年真题老蒋详解

蒋军虎 主 编

策划编辑:谭 莉

责任编辑:崔昕昕

*

北京航空航天大学出版社出版发行

北京市海淀区学院路 37 号(邮编 100191) <http://www.buaapress.com.cn>

发行部电话:(010) 82317024 传真:(010) 82328026

读者信箱:bhpress@263.net 邮购电话:(010) 82316524

保定市市中画美凯印刷有限公司印装 各地书店经销

*

开本:787×1092 1/16 印张:46.125 字数:1298千字

2014年6月第6版 2014年6月第1次印刷

ISBN 978-7-5124-1545-4 定价:69.80元(含真题词汇掌中宝/真题老蒋视频/MBA真题及详解)

若本书有倒页、脱页、缺页等印装质量问题,请与本社发行部联系调换。联系电话:(010) 82317024

2015 考研英语(二)教材使用规划表

书 名	作 者	使用时间	定 位
《考研英语词汇 5 合 1 老蒋详解》(英语一和英语二均适用)	老蒋	全年(重点 3~7 月)	历时三年沉淀出来的心血之作,本书包括速记宝典+英译汉+汉译英+老蒋详解+老蒋视频五大部分,一站式解决背单词难题,绝对不会让读者失望!
《考研英语阅读基本功长难句老蒋精解》(英语一和英语二均适用)	老蒋	全年(重点 3~7 月)	语法梳理+难句精讲+演练突破+老蒋视频,是提升英语基础夯实阅读基本功的不二之选。
《考研英语高分翻译老蒋笔记》(英语一和英语二均适用)	老蒋	6~12 月	老蒋翻译视频课程,倡导“边读边听”新理念;核心翻译技巧、典型例句讲解;真题详细讲解;背诵手册助力理解。
《考研英语(二)阅读理解精读 80 篇》(基础提高版)	老蒋	6~12 月	听视频,掌握阅读及解题方法;精读书,全方位提升阅读与解题技能。
《考研英语(二)高分作文老蒋笔记》	老蒋	7~12 月	老蒋作文课堂完整呈现,数十篇经典范文涵盖全部写作类型,精读此书,考生可做到以不变应万变。
《考研英语(二)高分翻译老蒋笔记》	老蒋	7~12 月	老蒋翻译课堂完整呈现,不仅提升翻译技巧,通过“实战 40 篇”演练更要练就英译汉硬功。
《考研英语(二)历年真题老蒋详解》	老蒋	全年(重点 9~12 月)	老蒋代表作,含“复习指导”与“真题详解”两部分,前者为考生指明各题型复习方向,后者详解历年真题。注:“复习指导”上半年即可参考学习!
《考研英语(二)考点强化老蒋 4 套卷》	老蒋	11 月	老蒋课堂千锤百炼的 4 套模拟卷,基本涵盖命题人的所有命题热点,可帮考生快速熟化各题型应对之道。

2015 管理类联考与经济类联考教材使用规划表

书 名	作 者	使用时间	定 位
《MBA/MPA/MPAcc 管理类联考与经济类联考综合能力复习指南(数学·逻辑·写作)》	京虎	全年	科目全、阶段全、方法全,一本在手,数学、逻辑、写作一本通关;选材精、分类精、解法精,精读细研,基础、强化、冲刺节节提升。
《MBA/MPA/MPAcc 管理类联考综合能力真题一本通(数学·逻辑·写作)》	京虎 蒋军虎 鄢玉飞	全年(重点7月~考前)	数学、逻辑、写作真题解析三合一,真题解析详尽细致,一般提供多种解法,让不同基础的考生选择适合自己的方法。
《MBA/MPA/MPAcc 管理类联考综合能力数学 800 题》	京虎 刘博 陈思	全年(重点9月~考前)	将常考题源分类分级,配合基础、提高、强化、冲刺各阶段学习,帮助考生巩固核心方法,形成解题套路,熟化应试技巧,提高解题速度。
《MBA/MPA/MPAcc 管理类联考与经济类联考逻辑 800 题》	京虎 鄢玉飞	全年(重点9月~考前)	将常考题源分类分级,配合基础、提高、强化、冲刺各阶段练习,帮助考生巩固核心方法,形成解题套路,熟化应试技巧,提高解题速度。
《MBA/MPA/MPAcc 管理类联考与经济类联考高分写作必备》	京虎	10 月 ~ 考前	论证有效性分析各种错误类型逐一练习,论说文常考主题一网打尽,确保联考作文高分。
《MBA/MPA/MPAcc 管理类联考综合能力考点强化 8 套卷》	京虎 鄢玉飞 陈彦霖	11 月	以题带点,突破瓶颈,覆盖综合科目应试必备考点、方法,帮助考生从全局角度把控三科考点的搭配、格局,找到试卷的答题顺序、节奏,形成隐定强劲的应试战斗力。
《MBA/MPA/MPAcc 管理类联考综合能力终级预测 4 套卷》	京虎 鄢玉飞 陈彦霖	12 月	预测重点,主抓得分,熟化综合科目考场实战技巧,预演实战感觉。

丛书序言

感谢大家选用京虎教育出品的“老蒋英语（二）系列教材”！这是一套为广大 MBA、MPA、MPAcc 等专业学位硕士考生精心研发的英语必备丛书，相信大家的考研英语（二）（以下简称“英语（二）”）复习从今天开始将翻开全新的一页。

背景简介

1. 英语（二）背景

2009 年，教育部按照培养目标的不同，把硕士研究生教育分为“学术型”研究生和“专业学位”研究生，与之相适应，研究生统考也分成两类：“学术类”和“专业学位类”。根据“专业学位类”研究生的培养要求，初试外国语设置“英语（二）”，供 29 个专业学位类别使用，原研究生统考“英语”试卷更名为“英语（一）”，继续供“学术类”研究生统考使用。这 29 个专业学位包括 MBA、MPA、MPAcc、MEM、MF、教育硕士、新闻传播硕士、体育硕士、艺术硕士、工程硕士、临床医学硕士、公共卫生硕士等。

2. 英语（二）与 MBA 英语的渊源

英语（二）出现于 2009 年、实施于 2010 年，其前身是实践了十余年的 MBA 联考英语（考生可参考以下所附数据），随着英语（二）的出现，MBA 英语也于 2009 年退出了历史舞台。有鉴于英语（二）只考过 5 年，仅有 5 套真题这一事实，丛书作者对往年的 MBA 历年真题做了搜集整理，以供考生参考。

英语（二）考试大纲样题与 MBA 历年真题比对：

英语（二）大纲样题	MBA 联考英语试题
完形填空（10%）	2008 年原题
阅读理解（40%）	
Text 1	2008 年 Text 1 原题
Text 3	2007 年 Text 3 原题
Text 4	2009 年 Text 1 原题
大作文（15%）	2007 年作文原题

但务要指出，随着英语（二）近些年的发展，其逐渐形成自己鲜明的特征和风格，即最初的大纲样题及 MBA 联考英语试题渐行渐远，故考生的备考应以近 5 年英语（二）真题为主，MBA 联考英语试题仅供参考，若时间紧张，也可忽略，切莫等同视之。

3. 作者背景

蒋军虎，广大考生昵称为老蒋。京虎教育图书编委会主任委员，国家考研英语阅卷组资深成员，考研英语（二）辅导与图书创作第一人与开拓者。

自 2002 年以来，蒋军虎老师一直在讲授专硕 MBA 英语和考研英语（二），整整 12 年之久，培养的 MBA、MPAcc 等专业学位硕士遍及全国各大名校，被广大学员信赖并一致推崇，是“英语（二）辅导第一人”。“英语（二），找老蒋”的口碑在专业学位硕士考生中广为流传。

丛书四大特色

1. 紧扣大纲 精准实用

“老蒋英语（二）系列教材”严格依据《全国硕士研究生入学统一考试英语（二）考试大纲》编写而成，在素材选用上不仅与大纲的理论要求和样题风格保持一致，而且还与真题的难度值保持了高度的一致。

2. 体系科学 品种齐全

“老蒋英语（二）系列教材”分为词汇卷、难句卷、阅读卷、翻译卷、写作卷、真题卷和模考卷，共七卷，涵盖了全年各个阶段的复习：

①词汇卷	《考研英语词汇 5 合 1 老蒋详解》
②难句卷	《考研英语阅读基本功长难句老蒋精解》
③阅读卷	《考研英语（二）阅读理解精读 80 篇》
④写作卷	《考研英语（二）高分作文老蒋笔记》
⑤翻译卷	《考研英语（二）高分翻译老蒋笔记》
⑥真题卷	《考研英语（二）历年真题老蒋详解》
⑦模考卷	《考研英语（二）考前冲刺老蒋四套卷》

这些图书涉及英语知识和语言测试的各个方面，全面满足英语（二）考生的备考需要，可谓一套在手，备考无忧。

3. 老蒋视频 超值奉献

“老蒋英语（二）系列教材”附带全套老蒋英语（二）课程视频，内容涉及蒋军虎老师所讲授的①英语（二）全年备考总论、②词汇特训、③难句特训、④翻译特训、⑤阅读解题总论、⑥真题阅读特训等。这些视频课程均是蒋军虎老师在京虎辅导班上的实讲实录，其讲课效果和对复习的指导价值远非市面上一般图书搭配的影音资料可比拟。

全套视频课程俨然就是一个系统的全年英语（二）辅导班（价值数千元！），使读者不仅可以“读蒋书”，还可以“听蒋课”，相信一流的书结合一流的课肯定会给考生带来一流的战绩！

4. 品质一流 广受追捧

“老蒋英语（二）系列教材”是蒋军虎老师多年授课的结晶，也是长时间实践中被证明的图书精品。十余年来，蒋老师教书、写书紧密结合，相互促进，在教书中实践，在写书中提炼，在总结中升华，所有这些构筑了本套英语（二）复习教材的品质保障。

市场是检验图书质量的最重要手段，“老蒋英语（二）系列教材”已经毫无争议地成为同类图书的第一品牌，销量遥遥领先。考生说好，才是真的好。

丛书的使用

英语学习是个循序渐进、按部就班的过程。整体来讲，全年的备考可以分为三个阶段：基础阶段，强化阶段和冲刺阶段。每阶段复习重点各有不同，没有及时完成本阶段的学习任务，就像高息贷款一样，最后会积重难返。

1. 基础阶段

俗话说，兵马未动粮草先行，本阶段应重点学习词汇卷和难句卷，彻底夯实词汇、语法和长难句这三方面的语言基本功，为后续的篇章阅读、翻译和写作打下坚实基础。此阶段也是基础薄弱同学缩小与英语达人差距的关键阶段，建议英语菜鸟务必认真聆听书中老蒋的词汇和难句视频。

2. 强化阶段

强化阶段是一年中的攻坚阶段，重点学习阅读卷（50%）、作文卷（25%）、翻译卷（15%）和真题卷——即“读”、“写”、“译”三卷加真题研读。

阅读：考生可重点演练《精读80篇》，进一步沿着词、句、难句的轨迹前进，平稳进入到篇章阅读的环节，一方面继续提升词、句等语言“内力”，另一方面系统强化解题的“招数”。

翻译：翻译卷是针对考研英语（二）特有的段落翻译，全面讲述翻译的步骤、方法与技巧，并提供了40篇主题各异的热点短文，难度完全覆盖英语（二）大纲要求，通过40篇文章的翻译演练，考生不仅可熟化段落翻译的思路，还可进一步提升“精确理解”力，促进阅读理解水平的提升。

作文：作文卷的学习不宜太早（当然上半年有四、六级作文考试的考生除外），一般可置于7月份之后复习比较适宜，因为届时已完成词汇、语法、长难句和基础阅读的复习，考生已具备相当的词、句等语言“材料”，此时，考生只需在写作框架上做出努力并背诵一定量的经典范文即可初具成效。

真题：真题卷是本阶段复习的重中之重，一方面做真题可很好地自我检测、查漏补缺，

另一方面真题的权威性、前瞻性乃至复现性使得研读真题可迅速“强健体魄”，提高临门一脚的“命中率”。

注意：真题是不可再生资源，故仅有的五套英语（二）真题务必置于词句篇复习初具成效之后再（否则绝对是暴殄天物），并且要认真、反复地研读和熟读。

3. 冲刺阶段

重点学习模考卷。

模考卷是入学考试前 2-3 月时间考生自我模拟演练的素材，主要任务是进一步查缺补漏、体验考试的临场感觉、控制答题节奏、合理分配各题时间和找到最佳答题顺序，对于考场上考生的正常发挥起到预热作用。

注：上述复习阶段的划分是基于整体状况而言，具体尚需因人而异，比如备考较晚、基础也较薄弱的同学亦可在下半年复习词汇和长难句；反之，对于那些急于了解备考方向，以精确制定复习计划的考生来讲，也可在上半年初涉真题，掌握难度和风格！

再次感谢广大专业学位硕士考生对“老蒋英语（二）系列教材”的选用和信任，相信我们的努力必会为大家的成功助上一臂之力！

衷心祝福我们的考生朋友能圆梦 2015！

京虎专硕图书编委会

本书前言

preface

《考研英语（二）历年真题老蒋详解》（以下简称《老蒋详解》）自 2009 年问世，已连续出版 6 年。2013 年本书先后多次加印，累计销量达到专硕英语（二）考生数量的近三分之一，再加上市面盗版图书的存在，可谓名副其实的全国考研英语（二）第一书。

当前，“英语（二），找老蒋”的口碑已悄然在全国专硕考生中广为流传，甚至有读者戏言：英语（二）不看老蒋系列，对专硕考生是一种冒险！

真题的价值

古人云：博古通今。此言甚是。唯有了解过去并总结规律，才能更好地把握现在和洞悉未来。

论及考试，亦是此理。历年真题尽管都是过去考查的试题，但却体现未来的命题思路，其权威性、代表性和前瞻性是任何其他资料无法比拟的。所以，研读真题不仅仅可以很好地自测，找出问题，还可充分吸收其特有的“超级营养”，迅速“强健体魄”，即找出命题规律、提炼破解思路，提高临门一脚的命中率。

本书的结构

本书由试题分册、详解分册、老蒋视频、真题词汇掌中宝和 MBA 英语真题及解析五部分组成。试题分册：完整呈现历年英语（二）试题，并给出标准答案以便自测速查。详解分册：按照题型分类精解，每版块前面提供该题型的备考指南，为读者指点复习方向，随后是对该题型的历年试题与文章做超详细解读。老蒋视频：对于考生快速洞察英语（二）命题奥秘具有“神奇”效果，是本书的一大亮点。真题词汇掌中宝：将历年试题各题型中的词汇做了统一梳理和编排，印制成掌中宝，方便考生随时随地翻查并高效记忆真题单词，贴心好用。另有 MBA 英语真题及解析。

鉴于英语（二）仅考过 5 年，只有 5 套真题这一事实，笔者对往年的 MBA 英语历年真题做了搜集整理，以参考资料的形式提供给考生朋友，假若时间充裕，可适当练手，但务要重点突出——仍需以英语（二）试题及解析为主，切莫等同视之。

本书的优势

本书具有以下优势：1. 老蒋视频 考生最爱。本书所附“老蒋视频”，内容凝结着笔者多年的面授辅导经验和教学精华，可最大限度地帮助考生挖掘真题阅读中蕴含的规律。2. 分类破解 最详精讲。本书在分析讲解方面力求做到细致入微，尤其是考试主战场阅读理解部分，各篇文章不仅提供【文章出处】【结构导读】和【参考译文】，而且还对每一篇文章与题目做了“三层递进式”分类超精讲。第一步，语言精讲。第二步，语篇精讲。第三步，试题精讲。3. 作者权威，积淀最深。作为全国硕士研究生入学统一考试英语科目的资深阅

卷人，笔者对考试大纲、命题趋势、解题思路和备考方法等有着十多年深刻的研究，对英语（二）命题方向的把控精准可信。

本书的使用

1. “实战”自测

《试题分册》的每套试题，都要严格按照考试要求，在规定时间内（180分钟）内认真完成。实战自测是熟悉考试规则、锻炼时间控制、培养考场节奏以及发现自身问题的重要环节，必须认真对待。

既是“实战”自测，就必须考出“实在”的成绩，因此，做试卷时切忌敷衍了事，如拘泥于一词一句没有时间观念、翻查词典等工具书或受到外界的干扰等等！

2. “消化”真题

真题不同于一般的练习题目，每做完一套，不要仅仅一对答案了事，务要结合《详解分册》对每一版块的内容做到最大限度的“精读”、“细读”和“研读”。具体来讲：

（1）《试题分册》每一道题目都要做到见木见林，即做正确的题目要总结经验，做错误的题目要吸取教训；在做下一套真题之前，一定要把上一套真题中的得与失梳理一下，将做错的题目，尤其是阅读理解版块的错题，逐一摘录在特制的“纠错本”上，以方便随时复习。

（2）《详解分册》中不要只看“题目详解”，务要按照步骤，先解决“语言问题”、再解决“语篇问题”、最后再逐步过渡至“解题问题”，这三步可以从根本上解决大家对试卷的理解。

3. “熟化”真题

复习是被很多考生所遗忘的一大环节。殊不知，每套试题的“得”与“失”都是能力成长过程中难能可贵的“养分”，所以考生务要及时重复所做过的试题，不断摄取这些“养料”。具体讲来：

（1）对历年英语（二）试题的文章（每套试题含7篇文章：1篇完形文章、5篇阅读文章和1篇翻译短文）做英汉笔译。注意，是逐词逐句地精译，这一方面可以从语言层面进一步消化真题中的词汇、搭配、语法等语言知识，另一方面还可提升阅读、翻译和写作技能，当然还可以促进大家对真题的认知。

（2）反复熟读自己研读并翻译过的真题文章与题目。同学们要

相信1000道题做四遍的效果绝对大于4000道题做1遍的效果，要相信“熟”必能生“巧”，切记“简单的事情重复做，你就是专家；重复的事情坚持做，你就是赢家”，只要搞懂、搞透、搞熟历年真题，你必能悟出自己的解题“技巧”，成为考试的“赢家”。

本书在编写过程中，得到了许多老师和学员的大力支持，尤其是不少学员从学习应用的角度提出了许多改进的建议，为本书增添了光彩，在此谨表示衷心的感谢。

漫漫考研路，唯有不断奋斗，战胜自我，方能迎来最终的辉煌！

预祝广大读者金榜题名、圆梦2014！

蒋军虎

2014年6月1日于北航

目录

Contents

2014 年全国硕士研究生入学统一考试英语 (二) 试题 / 2
2013 年全国硕士研究生入学统一考试英语 (二) 试题 / 12
2012 年全国硕士研究生入学统一考试英语 (二) 试题 / 21
2011 年全国硕士研究生入学统一考试英语 (二) 试题 / 31
2010 年全国硕士研究生入学统一考试英语 (二) 试题 / 41
英语 (二) 试题标准答案速查 / 51

全国硕士研究生入学统一考试

英语(二)试题

(科目代码:204)

考生注意事项

1. 考生必须严格遵守各项考场规则。
 2. 答题前,考生应按准考证上的有关内容填写答题卡上的“考生姓名”、“报考单位”、“考生编号”等信息。
 3. 答案必须按要求填涂或书写在指定的答题纸上。
 - (1)英语知识运用和阅读理解 A 节、B 节的答案填涂在答题卡上。填涂部分应该按照答题卡上的要求用 2B 铅笔完成。如要改动,必须用橡皮擦干净。
 - (2)英译汉和写作部分必须用蓝(黑)色字迹钢笔、圆珠笔或签字笔在答题卡上作答。字迹要清楚。
 4. 考试结束,将试题、答题卡一并装入试题袋中交回。
-

2014 年全国硕士研究生入学统一考试

英语(二)试题

Section I Use of English

Directions:

Read the following text. Choose the best word(s) for each numbered blank and mark A, B, C or D on the ANSWER SHEET. (10 points)

Thinner isn't always better. A number of studies have 1 that normal-weight people are in fact at higher risk of some diseases compared to those who are overweight. And there are health conditions for which being overweight is actually 2. For example, heavier women are less likely to develop calcium deficiency than thin women. 3, among the elderly, being somewhat overweight is often an 4 of good health.

Of even greater 5 is the fact that obesity turns out to be very difficult to define. It is often defined 6 body mass index, or BMI. BMI 7 body mass divided by the square of height. An adult with a BMI of 18 to 25 is often considered to be normal weight. Between 25 and 30 is overweight. And over 30 is considered obese. Obesity, 8, can be divided into moderately obese, severely obese, and very severely obese.

While such numerical standards seem 9, they are not. Obesity is probably less a matter of weight than body fat. Some people with a high BMI are in fact extremely fit, 10 others with a low BMI may be in poor 11. For example, many collegiate and professional football players 12 as obese, though their percentage body fat is low. Conversely, someone with a small frame may have high body fat but a 13 BMI.

Today we have a(an) 14 to label obesity as a disgrace. The overweight are sometimes 15 in the media with their faces covered. Stereotypes 16 with obesity include laziness, lack of will power, and lower prospects for success. Teachers, employers, and health professionals have been shown to harbor biases against the obese. 17 very young children tend to look down on the overweight, and teasing about body build has long been a problem in schools.

Negative attitudes toward obesity, 18 in health concerns, have stimulated a number of anti-obesity 19. My own hospital system has banned sugary drinks from its facilities. Many employers have instituted weight loss and fitness initiatives. Michelle Obama has launched a high-visibility campaign 20 childhood obesity, even claiming that it represents our greatest national security threat.

- | | | | |
|-------------------|---------------|----------------|-----------------|
| 1. [A] denied | [B] concluded | [C] doubted | [D] ensured |
| 2. [A] protective | [B] dangerous | [C] sufficient | [D] troublesome |
| 3. [A] Instead | [B] However | [C] Likewise | [D] Therefore |

- | | | | |
|---------------------|------------------|-----------------|---------------------|
| 4. [A] indicator | [B] objective | [C] origin | [D] example |
| 5. [A] impact | [B] relevance | [C] assistance | [D] concern |
| 6. [A] in terms of | [B] in case of | [C] in favor of | [D] in respect of |
| 7. [A] measures | [B] determines | [C] equals | [D] modifies |
| 8. [A] in essence | [B] in contrast | [C] in turn | [D] in part |
| 9. [A] complicated | [B] conservative | [C] variable | [D] straightforward |
| 10. [A] so | [B] while | [C] since | [D] unless |
| 11. [A] shape | [B] spirit | [C] balance | [D] taste |
| 12. [A] start | [B] qualify | [C] retire | [D] stay |
| 13. [A] strange | [B] changeable | [C] normal | [D] constant |
| 14. [A] option | [B] reason | [C] opportunity | [D] tendency |
| 15. [A] employed | [B] pictured | [C] imitated | [D] monitored |
| 16. [A] compared | [B] combined | [C] settled | [D] associated |
| 17. [A] Even | [B] Still | [C] Yet | [D] Only |
| 18. [A] despised | [B] corrected | [C] ignored | [D] grounded |
| 19. [A] discussions | [B] businesses | [C] policies | [D] studies |
| 20. [A] for | [B] against | [C] with | [D] without |

Section II Reading Comprehension

Part A

Directions:

Read the following four texts. Answer the questions after each text by choosing A, B, C or D. Mark your answers on the **ANSWER SHEET**. (40 points)

Text 1

What would you do with? \$ 590m? This is now a question for Gloria Mackenzie, an 84-year-old widow who recently emerged from her small, tin-roofed house in Florida to collect the biggest undivided lottery jackpot in history. If she hopes her new-found fortune will yield lasting feelings of fulfillment, she could do worse than read *Happy Money* by Elizabeth Dunn and Michael Norton.

These two academics use an array of behavioral research to show that the most rewarding ways to spend money can be counterintuitive. Fantasies of great wealth often involve visions of fancy cars and extravagant homes. Yet satisfaction with these material purchases wears off fairly quickly. What was once exciting and new becomes old-hat; regret creeps in. It is far better to spend money on experiences, say Ms. Dunn and Mr. Norton, like interesting trips, unique meals or even going to the cinema. These purchases often become more valuable with time—as stories or memories—particularly if they involve feeling more connected to others.

This slim volume is packed with tips to help wage slaves as well as lottery winners get the most “happiness bang for your buck.” It seems most people would be better off if they could shorten their commutes to work, spend more time with friends and family and less of it watching television (something the average American spends a whopping two months a year doing, and is hardly jollier for it). Buying gifts or giving to charity is often more pleasurable than purchasing things for oneself, and luxuries are most enjoyable when they are consumed sparingly. This is apparently the reason MacDonald’s restricts the availability of its popular McRib — a marketing trick that has turned the pork sandwich into an object of obsession.

Readers of *Happy Money* are clearly a privileged lot, anxious about fulfillment, not hunger. Money may not quite buy happiness, but people in wealthier countries are generally happier than those in poor ones. Yet the link between feeling good and spending money on others can be seen among rich and poor people around the world, and scarcity enhances the pleasure of most things for most people. Not everyone will agree with the authors’ policy ideas, which range from mandating more holiday time to reducing tax incentives for American homebuyers. But most people will come away from this book believing it was money well spent.

21. According to Dunn and Norton, which of the following is the most rewarding purchase?

- [A] A big house. [B] A special tour.
[C] A stylish car. [D] A rich meal.

22. The author’s attitude toward Americans’ watching TV is _____.

- [A] critical [B] supportive
[C] sympathetic [D] ambiguous

23. McRib is mentioned in Paragraph 3 to show that _____.

- [A] consumers are sometimes irrational
[B] popularity usually comes after quality
[C] marketing tricks are often effective
[D] rarity generally increases pleasure

24. According to the last paragraph, *Happy Money* _____.

- [A] has left much room for readers’ criticism
[B] may prove to be a worthwhile purchase
[C] has predicted a wider income gap in the US
[D] may give its readers a sense of achievement

25. This text mainly discusses how to _____.

- [A] balance feeling good and spending money
[B] spend large sums of money won in lotteries
[C] obtain lasting satisfaction from money spent
[D] become more reasonable in spending on luxuries

Text 2

An article in *Scientific American* has pointed out that empirical research says that, actually, you

think you're more beautiful than you are. We have a deep-seated need to feel good about ourselves and we naturally employ a number of self-enhancing strategies to achieve this. Social psychologists have amassed oceans of research into what they call the "above average effect", or "illusory superiority", and shown that, for example, 70% of us rate ourselves as above average in leadership, 93% in driving and 85% at getting on well with others—all obviously statistical impossibilities.

We rose-tint our memories and put ourselves into self-affirming situations. We become defensive when criticised, and apply negative stereotypes to others to boost our own esteem. We stalk around thinking we're hot stuff.

Psychologist and behavioral scientist Nicholas Epley oversaw a key study into self-enhancement and attractiveness. Rather than have people simply rate their beauty compared with others, he asked them to identify an original photograph of themselves from a lineup including versions that had been altered to appear more and less attractive. Visual recognition, reads the study, is "an automatic psychological process occurring rapidly and intuitively with little or no apparent conscious deliberation". If the subjects quickly chose a falsely flattering image — which most did — they genuinely believed it was really how they looked.

Epley found no significant gender difference in responses. Nor was there any evidence that those who self-enhanced the most (that is, the participants who thought the most positively doctored pictures were real) were doing so to make up for profound insecurities. In fact, those who thought that the images higher up the attractiveness scale were real directly corresponded with those who showed other markers for having higher self-esteem. "I don't think the findings that we have are any evidence of personal delusion", says Epley. "It's a reflection simply of people generally thinking well of themselves". If you are depressed, you won't be self-enhancing.

Knowing the results of Epley's study, it makes sense that many people hate photographs of themselves so viscerally—on one level, they don't even recognise the person in the picture as themselves. Facebook, therefore, is a self-enhancer's paradise, where people can share only the most flattering photos, the cream of their wit, style, beauty, intellect and lifestyle. "It's not that people's profiles are dishonest", says Catalina Toma of Wisconsin-Madison University, "but they portray an idealized version of themselves".

26. According to the first paragraph, social psychologists have found that _____.

- [A] our self-ratings are unrealistically high
- [B] illusory superiority is baseless effect
- [C] our need for leadership is unnatural
- [D] self-enhancing strategies are ineffective

27. Visual recognition is believed to be people's _____.

- [A] rapid watching
- [B] conscious choice
- [C] intuitive response
- [D] automatic self-defence

28. Epley found that people with higher self-esteem tended to _____.

- [A] underestimate their insecurities