

# 2014 考研英语 高分技巧：三层递进 攻克阅读理解

徐绽英语全程规划系列之

5

全面剖析2000-2013年历年真题阅读理解

适用于考研英语(一)和英语(二)

主编◎徐绽

阅读强者，得考研英语之天下！

- 【核心词汇】原文呈现轻松记忆
- 【难句剖析】化解阅读理解障碍
- 【文章类型】焦点热点了然于胸
- 【试题解析】一步到位精准透彻
- 【全文精译】理解翻译实现双赢
- 【分段导读】别出心裁祝君全胜



H31P.37  
201357

阅 览



# 2014 考研英语 高分技巧：三层递进 攻克阅读理解

徐绽英语全程规划系列之

5

全面剖析2000-2013年历年真题阅读理解

适用于考研英语(一)和英语(二)

主编◎徐绽



祝所有使用本书的考生考研成功!

元.29.00 价



海豚出版社  
DOLPHIN PUBLISHING HOUSE  
中国国际出版集团

## 图书在版编目(CIP)数据

考研英语高分技巧. 三层递进攻克阅读理解 / 徐绽主编. —北京:  
海豚出版社, 2013. 2

ISBN 978-7-5110-1216-6

I. ①考… II. ①徐… III. ①英语—阅读教学—研究生—入  
学考试—自学参考资料 IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 036006 号

## 敬告读者

本书封面贴有专用防伪标识,凡有防伪标识  
的为正版图书,请读者注意识别。

书 名:考研英语高分技巧:三层递进攻克阅读理解

主 编:徐绽

责任编辑:董锋 徐婵媛

出 版:海豚出版社

网 址:<http://www.dolphin-books.com.cn>

地 址:北京市百万庄大街 24 号

邮 编:100037

电 话:010-68997480(销售)

010-68998879(总编室)

传 真:010-68994018

印 刷:大厂回族自治县彩虹印刷有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:20

字 数:470 千字

版 次:2013 年 3 月第 1 版

印 次:2013 年 3 月第 1 次印刷

书 号:ISBN 978-7-5110-1216-6

定 价:29.00 元

图书如有印装质量问题,请与印刷厂联系调换 电话:(010)51906740

版权所有 侵权必究

# 前言

《孙子兵法》曰：“知己知彼”才能“百战不殆”。对待考研英语，我们应该首先明白考研英语的考试要求，做到“知彼”，然后分析自己的强项、弱项，做到“知己”。阅读理解是考研英语的重头戏，所谓“得阅读者，得天下”，能否顺利通过此关，影响着考研全局，因此考生必须对阅读理解的题型特点、解题技巧等有个清楚的认识。

最近几年，笔者利用教学间隙在自己的博客上写了多篇有关英语学习与如何掌握英语的文章，并先后在一些杂志上发表。不少读者来信或在博客上留言，表示希望我将这些文章收集起来，出版一本文集，以便他们保存和查阅。加入考研英语辅导培训以来，我就与这项工作结下了不解之缘，首先编写了《考研英语词汇速记宝典》，而且这本书一再加印，受到考生的欢迎与认可。在平时教学的过程中，我就一直关注考生英语阅读技巧的提高，并对其进行了深入思考。经过长久酝酿和准备，决定出版这本《考研英语三层递进攻克阅读理解难关》。书中的内容都是笔者从事英语教学的心得，也是笔者“三更眠、五更起”积累起来的考研英语阅读理解的解题方法和技巧。

阅读在考研英语中有着举足轻重的地位，但英语阅读常常是考生的弱项。本书内容包括考研英语历年真题(2013年~2000年)阅读理解部分，围绕真题进行剖析，三层递进，帮助考生迅速全面提高考研英语阅读水平和应试能力，攻克阅读难关。首先，学习并掌握每篇文章的核心词汇，先攻克词汇难关；其次，针对阅读中的最大障碍——长难句，对其相应的语法结构进行详细剖析；再次，克服以上两道难关之后，继续向高分冲刺——具体到考研英语阅读题目的设置，本书的点睛之笔在于依据考研大纲对阅读考查的测试重点(细节事实、词义判断、指代关系、概念理解、逻辑关系、信息归纳、信息判断、态度推断、主旨思想)的要求，对十四年真题的出题思路进行归纳，总结十大题目类型：细节事实题、词汇题、句子理解题、例证题、推断题、指代题、判断题、作者态度题、文章态度题、中心主旨题，并对历年试题每道题目解题方法及相关知识点进行详细解析。最后是锦上添花——通过原文精译，帮助考生在精确理解原文的同时，提高翻译技能，并取得长足进步。

学习几乎没有捷径，但是却有方法可寻。有了方法，做起事情来，有如贵人帮助，得心应手，无往不利，不仅节省时间，而且可以及早达到预期的目标。相反的，如果没有方法，做起事情来，如同盲人瞎马，寸步难移，不但浪费时间，甚至有可能徒劳无功。本书不是空谈学习历程，而是描述立竿见影的方法和技巧。我希望这本书能成为广大考生的贵人，帮助大家节省学习时间，加强学习效果，缩短学习过程，缔造学习佳绩，少为考研英语奋斗几个月。

我相信，本书为考生提供了考研英语阅读的最佳解决方案，它将使你的考研复习过程更有计划性、针对性。善用并仔细阅读本书，突破阅读难关指日可待。

祝所有使用本书的考生考研成功!

# 目录

考研英语真题阅读理解分类索引表(2013~2000年)	1
2013年考研英语三层递进攻克阅读理解	4
2012年考研英语三层递进攻克阅读理解	21
2011年考研英语三层递进攻克阅读理解	42
2010年考研英语三层递进攻克阅读理解	61
2009年考研英语三层递进攻克阅读理解	81
2008年考研英语三层递进攻克阅读理解	101
2007年考研英语三层递进攻克阅读理解	120
2006年考研英语三层递进攻克阅读理解	141
2005年考研英语三层递进攻克阅读理解	161
2004年考研英语三层递进攻克阅读理解	180
2003年考研英语三层递进攻克阅读理解	198
2002年考研英语三层递进攻克阅读理解	218
2001年考研英语三层递进攻克阅读理解	238
2000年考研英语三层递进攻克阅读理解	261
附录:1999年考研英语阅读理解真题	283
1998年考研英语阅读理解真题	289
1997年考研英语阅读理解真题	295
1996年考研英语阅读理解真题	301
1995年考研英语阅读理解真题	307
1994年考研英语阅读理解真题	312

考研英语真题阅读理解分类索引表(2013~2000年)

2013~2000年真题阅读理解分类索引

单元	文章	文章主题	内容题材分类				文章体裁分类		索引页
			社会类	科普类	经济类	人文类	说明文	议论文	
2013	Text 1	高成本的廉价时尚	★					★	4
	Text 2	微软取消跟踪用户在线行为引起广告商的恐慌	★					★	8
	Text 3	人类的未来		★				★	12
	Text 4	美国联邦政府和州政府之间的立法权力之争	★					★	16
2012	Text 1	“同侪压力”的双面作用	★					★	21
	Text 2	核电厂的经营承诺与管理冲突			★			★	26
	Text 3	关于科学发现的密码		★			★		31
	Text 4	美国工会改革面临的挑战	★					★	36
2011	Text 1	推广古典音乐				★		★	42
	Text 2	高管辞取			★			★	46
	Text 3	传统付费媒介之外			★			★	51
	Text 4	养育孩子争议	★					★	56
2010	Text 1	新闻业的演变				★	★		61
	Text 2	商业方法专利权的争议			★			★	66
	Text 3	对两级传播理论的新讨论	★					★	71
	Text 4	财会委员会与银行的博弈			★			★	76
2009	Text 1	培养习惯	★					★	81
	Text 2	基因检测		★				★	86
	Text 3	教育与经济的关系				★		★	90
	Text 4	新英格兰的学术状况				★		★	95
2008	Text 1	压力对女性的负面影响	★					★	101
	Text 2	新网络出版模式				★		★	105
	Text 3	美国人身高之谜		★				★	110
	Text 4	美国奴隶制演变的历史渊源				★		★	114

2013~2000 年真题阅读理解分类索引

单元	文章	文章主题	内容题材分类				文章体裁分类		索引页
			社会类	科普类	经济类	人文类	说明文	议论文	
2007	Text 1	才华的来源		★			★		120
	Text 2	智商检测				★		★	125
	Text 3	美国的经济政策问题			★			★	130
	Text 4	信息保护的重要性			★			★	135
2006	Text 1	美国文化的同化现象	★					★	141
	Text 2	莎士比亚故居的事情				★		★	146
	Text 3	海洋鱼类的过度捕捞		★			★		151
	Text 4	幸福感的真谛				★		★	155
2005	Text 1	动物行为与心理的实验		★				★	161
	Text 2	全球气候变暖问题	★					★	166
	Text 3	梦与情绪的关系		★			★		170
	Text 4	语言的变化				★		★	175
2004	Text 1	网上求职	★				★		180
	Text 2	英文字母排序引发的不公平现象				★		★	184
	Text 3	美国经济下滑的后果			★			★	189
	Text 4	对学术的看法				★		★	193
2003	Text 1	互联网发展	★				★		198
	Text 2	动物保护		★				★	203
	Text 3	铁路行业的并购			★			★	207
	Text 4	死亡话题	★					★	212
2002	Text 1	幽默的使用				★	★		218
	Text 2	机器人科学		★				★	222
	Text 3	油价波动对世界经济的影响			★			★	227
	Text 4	安乐死的法律争议	★					★	232
2001	Text 1	科学知识				★	★		238
	Text 2	数字分化		★				★	243
	Text 3	大众传媒	★					★	247
	Text 4	企业并购			★			★	251
	Text 5	生活态度的转变				★		★	255

2013~2000 年真题阅读理解分类索引

单元	文章	文章主题	内容题材分类				文章体裁分类		索引页
			社会类	科普类	经济类	人文类	说明文	议论文	
2000	Text 1	美国经济			★			★	261
	Text 2	进化论		★				★	265
	Text 3	未来派诗歌的演变				★		★	269
	Text 4	生活职业化	★					★	273
	Text 5	如何对待雄心				★		★	277

**使用说明:**

1. 本索引将全书十四年的所有文章按照新旧顺序依次列出,方便考生按照顺序查找所需文章。

2. 本索引将每篇文章分别按照内容题材(4类)、文章体裁(2类)进行了分类,并在各栏中用“★”表示其所属类别,便于考生针对某一专项类别进行集中训练。具体用法举例:

(1) 要专门训练“科普类”方面的文章,可从“内容题材分类”栏中查找“科普类”一栏依次向下,可查到属于此类别的文章。

(2) 要专门训练说明文,可从“文章体裁分类”栏中查找“说明文”一栏依次向下,可查到属于说明文的文章。



2013年

## 考研英语三层递进攻克阅读理解

## Text 1

In the 2006 film version of *The Devil Wears Prada*, Miranda Priestly, played by Meryl Streep, scolds her unattractive assistant for imagining that high fashion doesn't affect her. Priestly explains how the deep blue color of the assistant's sweater descended over the years from fashion shows to department stores and to the bargain bin in which the poor girl doubtless found her garment.

This top-down conception of the fashion business couldn't be more out of date or at odds with the feverish world described in *Overdressed*, Elizabeth Cline's three-year indictment of "fast fashion". In the last decade or so, advances in technology have allowed mass-market labels such as Zara, H&M, and Uniqlo to react to trends more quickly and anticipate demand more precisely. Quicker turnarounds mean less wasted inventory, more frequent release, and more profit. These labels encourage style-conscious consumers to see clothes as disposable—meant to last only a wash or two, although they don't advertise that—and to renew their wardrobe every few weeks. By offering on-trend items at dirt-cheap prices, Cline argues, these brands have hijacked fashion cycles, shaking an industry long accustomed to a seasonal pace.

The victims of this revolution, of course, are not limited to designers. For H&M to offer a \$5.95 knit miniskirt in all its 2,300-plus stores around the world, it must rely on low-wage overseas labor, order in volumes that strain natural resources, and use massive amounts of harmful chemicals.

*Overdressed* is the fashion world's answer to consumer-activist bestsellers like Michael Pollan's *The Omnivore's Dilemma*. "Mass-produced clothing, like fast food, fills a hunger and need, yet is non-durable and wasteful," Cline argues. Americans, she finds, buy roughly 20 billion garments a year—about 64 items per person—and no matter how much they give away, this excess leads to waste.

Towards the end of *Overdressed*, Cline introduced her ideal, a Brooklyn woman named Sarah Kate Beaumont, who since 2008 has made all of her own clothes—and beautifully. But as Cline is the first to note, it took Beaumont decades to perfect her craft; her example can't be knocked off.

Though several fast-fashion companies have made efforts to curb their impact on labor and the environment—including H&M, with its green Conscious Collection line—Cline believes lasting change can only be effected by the customer. She exhibits the idealism common to many advocates of sustainability, be it in food or in energy. Vanity is a constant; people will only start shopping more sustainably when they can't afford not to.

21. Priestly criticizes her assistant for her \_\_\_\_\_.

[A] poor bargaining skill

[B] insensitivity to fashion

[C] obsession with high fashion

[D] lack of imagination

22. According to Cline, mass-market labels urge consumers to \_\_\_\_\_.

[A] combat unnecessary waste

[B] shut out the feverish fashion world

- [C] resist the influence of advertisements [D] shop for their garments more frequently
23. The word "indictment" (Line 2, Para. 2) is closest in meaning to \_\_\_\_\_.
- [A] accusation [B] enthusiasm  
[C] indifference [D] tolerance
24. Which of the following can be inferred from the last paragraph?
- [A] Vanity has more often been found in idealists.  
[B] The fast-fashion industry ignores sustainability.  
[C] People are more interested in unaffordable garments.  
[D] Pricing is vital to environment-friendly purchasing.
25. What is the subject of the text?
- [A] Satire on an extravagant lifestyle [B] Challenge to a high-fashion myth  
[C] Criticism of the fast-fashion industry [D] Exposure of a mass-market secret

## 核心词汇

garment ['gɑ:mənt]

n. 衣服, 服装

feverish ['fi:vəriʃ]

a. 发热的; 极度兴奋的

indictment [in'daɪtmənt]

n. 起诉书; 控告

turnaround ['tʌnə,raʊnd]

n. 周转时间

inventory ['ɪnventri]

n. 存货, 存货清单

wardrobe ['wɔ:drəʊb]

n. 衣柜; 衣橱

overdress ['əʊvə'dres]

vt. 过度装饰; 使穿着过分讲究

## 难句剖析

1. In the 2006 film version of *The Devil Wears Prada*, Miranda Priestly, played by Meryl Streep, scolds her unattractive assistant for imagining that high fashion doesn't affect her, Priestly explains how the deep blue color of the assistant's sweater descended over the years from fashion shows to department stores and to the bargain bin in which the poor girl doubtless found her garment.

**【译文】**在2006年上映的电影版《穿普拉达的女魔头》一片中,由梅丽尔·斯特里普扮演的米兰达·普利斯特对自己那位其貌不扬的助理大加斥责,因为她妄加揣测,以为高端时尚与自己毫无干系。普利斯特解释了这位助理身上所穿毛衣的深蓝色是如何在几年之间从时装秀场委身嫁入百货商店又辗转流入廉价小店的,而这位可怜的女助理显然是从此处购得这件行头的。

**【解析】**本段为单个长句组成的段落。句子主干为“... Miranda Priestly... scolds her unattractive assistant for imagining that ... Priestly explains how...”句首为“in”引导的地点状语从句,“Miranda Priestly”后跟过去分词短语引导的定语短语,“scold... for...”为固定搭配,指“为某事而责备某人”,后跟imagining引导的原因状语,“that”引导宾语从句。“Priestly explains...”后跟“how”引导的宾语从句,句子结构为“how the deep blue color... descended... from... to... and to...”,“bargain bin”后跟“in which”引导的定语从句。

2. By offering on-trend items at dirt-cheap prices, Cline argues, these brands have hijacked fashion cycles, shaking an industry long accustomed to a seasonal pace.

**【译文】**克莱恩指出,这些品牌以极其低廉的价格提供当下最为流行的服饰,它们劫持了时尚周期,令这个早已习惯于按季节推出新品的行业动荡不已。

【解析】主干结构是“... these brands have hijacked fashion cycles...”。句首为 by 引导的方式状语从句，后跟现在分词 shaking 引导的结果状语从句，“accustomed...”为过去分词引导的后置定语。

## 文章类型

社会科学——社会学——流行“快时尚”破坏了时尚的周期

这篇文章节选自 2012 年 6 月 21 日的 *Bloomberg Businessweek*，是一篇书评，介绍了作者克莱恩 (Cline) 写的一本批判当下“快时尚”服装品牌的书，认为 H&M、Zara 和优衣库等便宜的“快时尚”品牌对时装界、消费者本身乃至环境和社会都有不良影响：破坏了时尚的周期，动摇了时尚产业，并带来了许多弊端。作者认为，人们的虚荣心是源源不断的，唯有通过调整价格来督促人们合理的消费。本文话题新颖，考生对该话题和背景还相当熟悉。

## 试题解析

21. 米兰达·普利斯特对自己的助理大加斥责是因为她\_\_\_\_\_。

- [A] 不会讨价还价 [B] 对时尚浑然无知  
[C] 痴迷于高端时尚 [D] 缺乏想象力

细节事实题【正确答案】[B]

根据文章首段首句后半句“... scolds her unattractive assistant for imagining that high fashion doesn't affect her.”意思是：“……因为她妄加揣测，以为高端时尚与自己毫无干系”。Priestly 斥责 (scold) 她的助手，即是说认为助手对时尚不敏感。题干中 criticize 是对 scolds 的同义替换，[B] 项中的“insensitivity to fashion”是“imagining that high fashion doesn't affect her.”的同义替换。所以 [B] 项为正确答案。[A] 项在文中并未提及，[C] 项和 [D] 项是对文章第一句的曲解。

22. 在克莱恩看来，大众市场品牌促使消费者\_\_\_\_\_。

- [A] 反对不必要的铺张浪费 [B] 对狂热的时尚世界退避三舍  
[C] 抵制广告的影响 [D] 更加频繁地购买衣物丰富衣橱

细节事实题【正确答案】[D]

根据题干信息直接定位到第二段倒数第二句：“these labels encourage style-conscious consumers to see clothes as disposable, ..., and to renew their wardrobe every few weeks.”出现“encourage”对应题干的“urge”，意思是“这些品牌鼓励那些追逐时尚的消费者将服装视为一次性商品 (disposable), ..., 每隔几周就让衣橱大换血一次，虽然它们并未大张旗鼓地将此广而告之。”[D] 选项正好是“renew their wardrobe every few weeks”的同义替换。[A]、[B]、[C] 项均属于无中生有项。

23. “indictment”(第 2 段, 第 2 行) 的意思最接近\_\_\_\_\_。

- [A] 谴责, 控告 [B] 热情  
[C] 漠不关心 [D] 容忍

词汇题【正确答案】[A]

需要猜测词义的单词出现在第二段的第一句“... the feverish world described in *Overdressed*, Elizabeth Cline's three-year indictment of 'fast fashion'”。联系上下文语境，“indictment”是伊丽莎白·克莱恩对“快时尚”的态度。该段下文开始描述这本书中的细节，直到该段末句克莱恩提出，段中谈到的 fast fashion 品牌已经“劫持”(hijacked)了时尚圈，打击(shaking)了整个产业。由“hijack”和“shaking”可知，克莱恩对“fast fashion”持明显的负面态度，四个选项中只有“accusation(谴责)”为明确的负面态度，所以选项 [A] “accusation(谴责)”是正确选项。

24. 下面哪一项可以从最后一段中推断出来？

- [A] 虚荣心在理想主义者身上更为常见

- [B] 快时尚行业忽视了可持续性发展  
 [C] 人们对无力购买的服饰更感兴趣  
 [D] 价格是在良好的购物氛围中购买行为的关键

#### 推理题【正确答案】[D]

文章最后一段段首句中克莱恩指出只有消费者才能引起真正的改变,段尾句提到消费者总会有虚荣心,只有当人们承担不起“非可持续”消费(即文章所描述的便宜、过度的衣物消费)时,人们才会“可持续地”消费。即是说只有通过价格的提升才能改变现在过度的衣物消费,实现有利于环境的消费。关键词是“afford”和“shop more sustainably”对应于[D]项中的“pricing”和“environmentally friendly purchasing”。[A]项是对于本段的曲解。[B]项与文中“several fast-fashion companies have made efforts to curb their impact on labor and the environment...”(一些时尚服饰公司已经做出努力减少对劳动力和环境的影响)意思相悖。[C]项文中未提及。

25. 本文的主题是?

- [A] 对奢侈生活方式的嘲讽 [B] 对高端时尚神话的挑战  
 [C] 对快时尚行业的批评 [D] 大众市场大揭秘

#### 中心主旨题【正确答案】[C]

从整个文章脉络来看,文章的第一段举用事例,第二段段首便引入了全文话题“快时尚”(fast-fashion)。第三、四段指出“快时尚”这种变革的弊端;最后两段提到针对“快时尚”的不良影响,可以采取的解决办法。话题词及对它的批评贯穿全文。由此可知,[C]项切合全文主题,[A]、[B]、[D]项都不是文章所论述的中心。

## 全文精译

在2006年上映的电影版《穿普拉达的女魔头》一片中,由梅丽尔·斯特里普扮演的米兰达·普利斯特对自己那位其貌不扬的助理大加斥责,因为她妄加揣测,以为高端时尚与自己毫无干系。普利斯特解释了这位助理身上所穿毛衣的深蓝色是如何在几年之间从时装秀场委身嫁入百货商店又辗转流入廉价小店的,而这位可怜的女助理显然是从此处购得这件行头的。

这种认为时装商业自上而下传播的观念早已是昨日黄花,亦与狂热分子在《锦衣华服》一书中所作出的描述大相径庭,该书为伊丽莎白·克莱恩历时三年完成的对“快时尚”的一纸诉状。在过去十年左右的时间里,科技进步使得Zara、H&M、优衣库这些畅销品牌能够更快的响应流行趋势,更为精准地预估市场需求。周转更快则意味着投资浪费减少,发布频率更高,利润更丰厚。这些品牌鼓励那些追逐时尚的消费者将服装视为一次性商品,就是说,下过一两次水就扔掉,每隔几周就让衣橱大换血一次,虽然它们并未大张旗鼓地将此广而告之。克莱恩指出,这些品牌以极其低廉的价格提供当下最为流行的服饰,它们劫持了时尚周期,令这个早已习惯于按季节推出新品的行业动荡不已。

当然,这一革命的受害者远非只有设计师自己。H&M在全球2300家门店兜售标价5.95美元的针织短裙,为此,它必须依赖于廉价的海外劳动力,大量订购原料导致自然资源紧张,并且使用大量有害药剂。

文章共六段,可划分为三部分。第一段为第一部分,从读者耳熟能详的电影片段讲起,引起读者兴趣,为后文介绍《锦衣华服》一书打下铺垫。第二段到第四段为第二部分,具体介绍《锦衣华服》这部作品的主要观点。

第二段说明了克莱恩对一系列畅销品牌鼓吹的消费观念的批评,第三段指出了“快时尚”的危害,它不仅打乱了时尚界的节奏,更导致了资源紧张、环境污染的问题。在第四段中,作者指出“快时尚”还将导致严重的浪费问题。

《锦衣华服》是时尚界对消费者权益积极分子编著的畅销书,如出自迈克尔·波伦笔下的《杂食者的困境》等书的回应。克莱恩指出,“和快餐一样,大批量生产的服装能够满足人们的渴望和需求,但并不耐用,极为浪费。”她发现,美国人每年花在服饰上的钱约有200亿美元,人均约为64美元。而且,无论他们浪费了多少,这种铺张过度都会造成浪费。

在《锦衣华服》一书行将结束时,克莱恩介绍了自己的偶像,一位生活在布鲁克林的名为萨拉·凯特·博蒙特的女性,自2008年开始,她就一手缝制了自己的全部服装,而且美丽动人。但克莱恩率先注意到,她花费了数十年的时间才变得手艺娴熟,她的范例无法被复制。

尽管几家快时尚公司已然有所行动来控制自己对劳工和环境的影响,其中就包括H&M,该公司推出了“环保自觉行动系列”。克莱恩坚信,持续改进只能借由消费者实现。她将这种众多可持续发展的拥护者耳熟能详的理想主义展示给世人,无论是在食品方面还是在能源方面。虚荣浮华永远骚动不止,人们只有在囊中羞涩无力购买时才会开始更加可持续地购物。

第五段和第六段为第三部分,介绍了克莱恩针对这些问题提出的解决之道。第五段讲述了一位手工缝制衣服的女士的事迹,但这一方法难以推广。第六段指出真正的解决方法只能藉由消费者实现。

## Text 2

An old saying has it that half of all advertising budgets are wasted—the trouble is, no one knows which half. In the internet age, at least in theory, this fraction can be much reduced. By watching what people search for, click on and say online, companies can aim “behavioral” ads at those most likely to buy.

In the past couple of weeks a quarrel has illustrated the value to advertisers of such fine-grained information: Should advertisers assume that people are happy to be tracked and sent behavioral ads? Or should they have explicit permission?

In December 2010 America's Federal Trade Commission (FTC) proposed adding a “do not track” (DNT) option to internet browsers, so that users could tell advertisers that they did not want to be followed. Microsoft's Internet Explorer and Apple's Safari both offer DNT; Google's Chrome is due to do so this year. In February the FTC and Digital Advertising Alliance (DAA) agreed that the industry would get cracking on responding to DNT requests.

On May 31st Microsoft set off the row: It said that Internet Explorer 10, the version due to appear windows 8, would have DNT as a default.

Advertisers are horrified. Human nature being what it is, most people stick with default settings. Few switch DNT on now, but if tracking is off it will stay off. Bob Liodice, the chief executive of the Association of National Advertisers, one of the groups in the DAA, says consumers will be worse off if the industry cannot collect information about their preferences. People will not get fewer ads, he says. “They'll get less meaningful, less targeted ads.”

It is not yet clear how advertisers will respond. Getting a DNT signal does not oblige anyone to stop tracking, although some companies have promised to do so. Unable to tell whether someone really objects to behavioral ads or whether they are sticking with Microsoft's default, some may ignore a DNT signal and press on anyway.

Also unclear is why Microsoft has gone it alone. After all, it has an ad business too, which it says

will comply with DNT requests, though it is still working out how. If it is trying to upset Google, which relies almost wholly on default will become the norm. DNT does not seem an obviously huge selling point for windows 8-though the firm has compared some of its other products favorably with Google's on that count before. Brendon Lynch, Microsoft's chief privacy officer, blogged: "we believe consumers should have more control." Could it really be that simple?

26. It is suggested in paragraph 1 that "behavioural" ads help advertisers to \_\_\_\_\_.

- [A] ease competition among themselves [B] lower their operational costs  
[C] avoid complaints from consumers [D] provide better online services

27. "The industry" (Line 4, Para. 3) refers to \_\_\_\_\_.

- [A] online advertisers [B] e-commerce conductors  
[C] digital information analysis [D] internet browser developers

28. Bob Liodice holds that setting DNT as a default \_\_\_\_\_.

- [A] many cut the number of junk ads [B] fails to affect the ad industry  
[C] will not benefit consumers [D] goes against human nature

29. which of the following is true according to Paragraph. 6?

- [A] DNT may not serve its intended purpose.  
[B] Advertisers are willing to implement DNT.  
[C] DNT is losing its popularity among consumers.  
[D] Advertisers are obliged to offer behavioural ads.

30. The author's attitude towards what Brendon Lynch said in his blog is one of \_\_\_\_\_.

- [A] indulgence [B] understanding  
[C] appreciation [D] skepticism

## 核心词汇

behavioral [br'hɛvɪjər(ə)]

a. 行为的

Safari [sə'fɑ:ri]

n. 苹果(Apple)公司的网页浏览器

Comply [kəm'plai]

vi. 遵守; 顺从, 遵从; 答应

oblige [ə'blaɪdʒ]

vt. 迫使; 强制; 赐, 施恩惠; 责成

norm [nɔ:m]

n. 规范, 基准

selling point

卖点, (吸引顾客的) 产品特色; 销售特色; 服务特色

favorably ['feɪərəbli]

ad. 顺利地; 亲切地; 好意地

## 难句剖析

1. **By watching what people search for, click on and say online, companies can aim "behavioral" ads at those most likely to buy.**

**【译文】**公司通过观察人们在搜索什么, 点击什么, 表达什么, 就能够针对那些最有可能掏钱包的人发送“行为”广告。

**【解析】**句子主干为“companies can aim... at those...”。句首为“by”引导的方式状语从句, “watching”后跟“what”引导的宾语从句, “those”后跟后置定语。

2. **After all, it has an ad business too, which it says will comply with DNT requests, though it is still working**

out how.

**【译文】**毕竟微软也有自己的广告业务，它表示说自己将会严格遵守 DNT 请求，尽管对如何去做尚无良策。

**【解析】**主干结构是“... it has an ad business too...”。“Which”引导非限定性定语从句，“though”引导的让步状语从句表示转折。

## 文章类型

社会科学——行为伦理学——微软取消跟踪用户在线行为引起广告商的恐慌

本篇文章节选自 2012 年 6 月 9 日的 *The Economist* 《经济学人》，原文名 *Microsoft and Privacy: Change of track*（《微软和隐私：追踪的变化》）主要介绍了目前浏览器准备将“拒绝追踪”功能设为用户默认，并探讨了这对广告行业和浏览器行业可能的影响。跟踪用户行为是否合理是本文主要探讨的一个问题。作者对于微软单独采取这一措施的动机表示质疑，认为它们的目的是为了与谷歌竞争。本文话题与大家的网络生活关系密切。

## 试题解析

26. 第一段暗示说，“行为”广告有助于广告商\_\_\_\_\_。

[A] 减缓彼此间的竞争

[B] 降低其运营费用

[C] 免遭消费者的抱怨

[D] 提供更好的在线服务

**细节事实题【正确答案】[B]**

文章首段首句提出论点：“广告预算中有一半打了水漂”。过去广告预算被浪费了，而现在，广告商通过消费者“behavioral ads”可以追踪购买者的搜索习惯和评价，从而降低预算成本，浪费的这个部分可以减少。可知“行为”广告能帮助减少广告操作的花费。也就是“this fraction can be much reduced”。所以[B]为正确答案，[A]、[C]和[D]选项文中未提及。

27. “the industry”(第 3 段, 第 4 行)是指\_\_\_\_\_。

[A] 在线广告商

[B] 电子商务领导者

[C] 数字信息分析师

[D] 互联网浏览器开发者

**词汇题【正确答案】[D]**

“the industry”在第三段最后一句。该段首句提到 internet browsers, 中部已经列举了很多例子, 包括微软的 IE、苹果的 Safari 和谷歌的 Chrome。下段更是明确点出微软的 IE10 浏览器“打了头阵”(set off the row)。可知前后谈论的都是网络浏览器。所以[D]为正确答案,[B]和[C]选项文中并未提及, 属于无中生有。[A]选项并非本段中心论点。

28. 鲍勃·里奥的斯认为将 DNT 作为默认选项\_\_\_\_\_。

[A] 大幅减少垃圾广告的数量

[B] 不会影响广告行业

[C] 不会令消费者受益

[D] 与人类的本性向左

**细节事实题【正确答案】[C]**

鲍勃·里奥的斯在第五段第四句出现。解题关键在于“... consumers will be worse off if the industry cannot collect information about their preferences”, 含义为“当浏览器开发者不能收集消费者网上购物倾向时, 消费者并不能从中受益”。也就是说, 如果不跟踪收集消费者的信息, 对消费者会更糟糕(worse off)。所以说[C]为正确选项。[A]、[B]和[D]选项不符合题意。

29. 从第六段来看, 下面哪个选项是真的?

[A] DNT 可能无法达到预期的目的

[B] 广告商乐于实行 DNT

[C] DNT 正在失去消费者的欢心

[D] 广告商是被迫提供行为广告的

## 判断题【正确答案】[A]

第六段的行文逻辑结构“unable to tell whether...or whether, some may ignore...”。该段提到尚不清楚广告者对浏览器默认 DNT 的反应, DNT 也不强制要求广告者停止跟踪信息。但同时 DNT 也无法得知用户是真的反对广告, 还只是习惯使用浏览器默认设置。即是说 DNT 可能也不能实现它原始的目的(即表达用户不愿意被跟踪的要求)。由此可见, [A] 项最符合题意。[B]、[C] 和 [D] 选项内容在本段中均没有提及。

30. 作者对布兰登·林奇在其博客中所言的态度是\_\_\_\_\_。

- [A] 纵容 [B] 理解  
[C] 欣赏 [D] 怀疑

## 态度题【正确答案】[D]

题目问作者对 Lynch 博客言论的态度, 可以定位到文章末段倒数第二句提到 Lynch 的博客言论, 末句解题关键在于最后一句“Could it be really that simple?”, 作者反问“真的那么简单吗”, 明确表示对其的质疑。所以 [D] 项是“怀疑”为正确选项, [A] 项“纵容”, [B] 选项是“理解”, [C] 项是“欣赏”的意思。

## 全文精译

老话说, 广告预算中有一半打了水漂——问题是, 谁都不知道是哪一半。在互联网时代, 这一比例可以大为降低, 至少理论上如此。公司通过观察人们在搜索什么, 点击什么, 表达什么, 就能够针对那些最有可能掏腰包的人发送“行为”广告。

过去的几周里爆发的一项争吵揭示了如此细致入微的信息对于广告商的价值: 广告商是否应当假设人们乐于被追踪并接收到行为广告, 还是应当得到人们的明确许可?

2010年十二月, 美国联邦贸易委员会(FTC)提议在网络浏览器中增加一个“拒绝追踪”(DNT)选项, 这样用户就可以告诉广告商, 自己不希望被追踪。微软公司的 IE 浏览器和苹果公司的 Safari 浏览器都提供了 DNT 选项; 谷歌的 Chrome 将于年内推出该选项。二月, FTC 和数字广告联盟(DAA)一致同意认为在 DNT 请求的影响之下, 该行业将日臻卓越。

5月31日, 微软的举动打了头阵。该公司宣布即将在安装于 Windows 8 中的 IE10 版本将把 DNT 作为默认选项。

广告商们惊惶不已。人性使然, 多数人会坚持使用默认选项。现在开启 DNT 的人屈指可数, 但是一旦跟踪被关闭, 就会一直关闭下去。DAA 联盟集团之一, 全国广告商协会的首席执行官鲍伯·里奥迪斯表示, 如果广告业无法收集到反映消费者偏好的信息, 那么消费者的处境就会每况愈下。他说道, 人们看到的广告不会变少, “广告会变得更加索然无味, 无的放矢”。

广告商将如何应对尚不明朗。尽管有些公司信誓旦旦地表示将会停止追踪, 然而获取一个 DNT 信号并不会让任何公司停下追踪用户的脚步。公司无法获悉用户究竟是的确厌恶行为广告还是保留了微软的默认选项, 无论如何, 有些公司会对 DNT 信号视若无睹, 继续我行我素。

另一件不解之谜是缘何只有微软一家作此表示。毕竟微软

全文共七段, 可划分为三部分。前两段为第一部分, 介绍了广告行业的现状——盲目投放广告效果不佳, 搜集用户行为发送“行为广告”行之有效, 但是存在用户是否许可的问题, 点明了文章讨论的主题。

三、四两段介绍了政府和公司对此问题的应对措施, 即为用户提供“拒绝追踪”默认选项。

第五、六、七三段说明各方对这一举动的观点和态度。首先从广告商的角度来看, “拒绝追踪”并不能改变广告泛滥的现状, 只能令情况更糟, 并且很难判断消费者是出于何种情况选择了这一选项。第七段讨论了微软做出这一举动的动机, 认为事情并不是表面上那么简单, 背后还有更深刻的原因。



也有自己的广告业务，它表示说自己将会严格遵守 DNT 请求，尽管对如何做尚无良策。如果微软是在试图颠覆谷歌，后者几乎完全依靠默认选项实现，即将成为标准。尽管微软很早就曾经拿自家的其它一些优势明显的产品与谷歌的相比，然而 DNT 看起来并不足以成为 Windows 8 的一个显而易见的巨大卖点。微软首席隐私保护官布兰登·林奇在博客中写道：“我们相信，消费应该拥有更多控制权。”事情是否真的如此简单？

### Text 3

Up until a few decades ago, our visions of the future were largely—though by no means uniformly—glowingly positive. Science and technology would cure all the ills of humanity, leading to lives of fulfillment and opportunity for all.

Now utopia has grown unfashionable, as we have gained a deeper appreciation of the range of threats facing us, from asteroid strike to pandemic flu to climate change. You might even be tempted to assume that humanity has little future to look forward to.

But such gloominess is misplaced. The fossil record shows that many species have endured for millions of years—so why shouldn't we? Take a broader look at our species' place in the universe, and it becomes clear that we have an excellent chance of surviving for tens, if not hundreds, of thousands of years (see "*100,000 AD: Living in the deep future*"). Look up *Homo sapiens* in the IUCN's "Red List" of threatened species, and you will read: "Listed as Least Concern as the species is very widely distributed, adaptable, currently increasing, and there are no major threats resulting in an overall population decline."

So what does our deep future hold? A growing number of researchers and organisations are now thinking seriously about that question. For example, the Long Now Foundation has its flagship project a medical clock that is designed to still be marking time thousands of years hence.

Perhaps willfully, it may be easier to think about such lengthy timescales than about the more immediate future. The potential evolution of today's technology, and its social consequences, is dazzlingly complicated, and it's perhaps best left to science-fiction writers and futurologists to explore the many possibilities we can envisage. That's one reason why we have launched *Arc*, a new publication dedicated to the near future.

But take a longer view and there is a surprising amount that we can say with considerable assurance. As so often, the past holds the key to the future; we have now identified enough of the long-term patterns shaping the history of the planet, and our species, to make evidence-based forecasts about the situations in which our descendants will find themselves. This long perspective makes the pessimistic view of our prospects seem more likely to be a passing fad. To be sure, the future is not all rosy; while our species may flourish, a great many individuals may not. But we are now knowledgeable enough to mitigate many of the risks that threatened the existence of earlier humans, and to improve the lot of those to come. Thinking about our place in deep time is a good way to focus on the challenges that confront us today, and to make a future worth living in.

31. Our vision of the future used to be inspired by \_\_\_\_\_.

[A] our desire for ares of fulfillment

[B] our faith in science and teched

[C] our awareness of potential risks

[D] ourbdief in equal opportunity