

OVERSEAS ENGLISH

海外英语

2006下半年

合订本

2006.7 ~ 2006.12

本合订本另配内容精选 MP3 一张

本



2006年《海外英语》下半年合订本

《海外英语》

(7月~12月)



安徽科学技术出版社

图书在版编目(CIP)数据

海外英语. 2006 年下半年合订本/《海外英语》编辑部编. —合肥:安徽科学技术出版社, 2007. 3
ISBN 978-7-5337-3755-9

I. 海… II. 海… III. 英语-语言读物
IV. H319.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 026867 号

海外英语. 2006 年下半年合订本 《海外英语》编辑部 编

出 版 人: 朱智润
策 划: 《海外英语》编辑部
封面设计: 王 艳
出版发行: 安徽科学技术出版社(合肥市跃进路 1 号, 邮编: 230063)
电 话: (0551)2833431
网 址: www. ahstp. com. cn
E - mail: yougoubu@sina. com
经 销: 新华书店
印 刷: 合肥义兴印务有限责任公司
开 本: 889×1194 1/16
印 张: 21 插页: 3
字 数: 800 千
版 次: 2007 年 3 月第 1 版 2007 年 3 月第 1 次印刷
定 价: 23.00 元

(本书如有印装质量问题, 影响阅读, 请向本社市场营销部调换)

Overseas English

海外英语

2006年7/8月

每月5日出版

(总第69/70期)

主管:安徽省新闻出版局
主办:安徽科学技术出版社
社长:朱智润
总编:黄和平

顾问 (以姓氏笔画为序):
丁往道 教授(北京外国语大学)
方宜庆 教授 硕士生导师
(中国科学技术大学外语系)
朱志瑜 教授(香港理工大学中文及
双语学系)
许俊农 副教授 留英大众传媒硕士
(安徽教育学院)
伍谦光 教授(广东外语外贸大学)
何刚强 教授 硕士生导师
(复旦大学外国语言文学系)
张柏然 教授 博士生导师
(南京大学外国语学院)
顾曰国 教授 博士生导师 副院长
(北京外国语大学网络教育
学院)
徐胜远 教授 硕士生导师
(上海交通大学外国语学院)
黄建华 教授 博士生导师 前校长
(广东外语外贸大学)
薄冰 教授(北京外国语大学)

编辑出版:《海外英语》编辑部

执行主编:张楚武

栏目编辑:张楚武 张 雯 王莉娟

封面设计:王 艳

内文设计:伊 凯

刊号:ISSN1009-5039

CN 34-1209/G4

邮发代号:26-166

零售价:8.00元

编辑部地址:合肥市跃进路1号新闻出版大厦

邮 编:230063

编辑部电话:(0551)2846192

传 真:(0551)2840176

期刊发行联系电话:(0551)2846191

发行总监:孙 立

E-mail:sunxizhuo@sina.com

电脑制作:伊凯平面工作室

E-mail:ekstudio@126.com

生命不息,生活不止

Life Still Has A Meaning

If there is a future there is time for mending—
Time to see your troubles coming to an ending.

Life is never hopeless however great your sorrow—
If you're looking forward to a new tomorrow.

If there is time for wishing then there is time for hoping—
When through doubt and darkness you are blindly groping.

Though the heart be heavy and hurt you may be feeling—
If there is time for praying there is time for healing.

So if through your window there is a new day breaking—
Thank God for the promise, though mind and soul be aching.

If with harvest over there is grain enough for glean—
There is a new tomorrow and life still has a meaning.



OVERSEAS 录 ENGLISH

卷首语

生命不息,生活不止 /1

特别策划

出国·雅思

出国留学考试指南 /4

出国·托福

新托福最新动向 /12

我的新托福 /13

我的托福感悟 /14

时文阅读

外刊精读

广告里的画外音是哪个名流配的? /15

外报精选

来自青少年的教训:或许下一代真的很好 /18

外电精读

世界著名沉船事件之五 贝尔格拉诺将军号 /20

投稿热线

helensway@126.com

chuwu_zhang@126.com

angelwlj@126.com

邮购地址 安徽省合肥市跃进路1号新闻出版大厦1204"

《海外英语》编辑部

邮政编码 230063

口语训练营

教你一招

观英文电影,学英语听说 /22

生命中的每一天 /23

酷英语

流利美语脱口出 /24

超级成语 SHOW /26

俗语经典英译欣赏 /27

美国生活俗语看过来 /28

常用电影俚语词汇集萃 /30

流行劲歌

生命之巅 /31

电影对白

深层的文化撞击

——《撞车》(CRASH)精彩对白欣赏 /32

经典诵读

穷与富 /34

年轻姑娘 /35

环球文化

海外之旅

布莱顿 /36

风俗习惯

孤注一掷节 /37

成为天使节 /37

闲谈旗袍 /38

文化视野

生活是酒 /39

墨西哥人的玉米情结 /40

欧洲田野诞生美国假日传统 /42

“东”写“西”说(四) /44

颜色文化——橙色 /47

巨星访谈

艾娃·朗格利亚风头正劲 /48

早餐时间

欧陆式早餐(continental breakfast)之名据说是和英式早餐(English breakfast)相对的。英式早餐一般以谷类食物(cereal)、熏肉(bacon)为主,欧陆早餐则仅面包、咖啡(或红茶)而已。

C君多年前参加旅行团游美,早餐十分丰富:They serve a big breakfast of pancakes, eggs and fruit.他以为美国人早餐吃得多,但是后来在美国朋友家做客,见到他们通常在厨房中用早餐。厨房中有小桌,置于墙角,称为 breakfast nook,是吃早餐用的。标准美式早餐是:果汁、面包、鸡蛋、牛奶或者咖啡(或红茶)。面包是 toast,或者 roll,总之是相当简单的。

有人说美国人不讲究吃,早餐更加随便。据说一般人结婚后都会经过一个危急时期,被称作“早餐时间”(breakfast-time)。夫妻两人心情都不佳,像坐下来吃早餐时的心情。但是,一般在吃完了早餐心情转好,互相谅解,也就相安无事了。西谚有:Sing before breakfast, cry before night. 亦作:Cry before breakfast. sing before night. 以 sing 表示欢乐,cry 表示悲哀,喻人生之变化无常也。

沙漠岩画



阿杰尔高原(Tassili n' Ajjer)是位于非洲阿尔及利亚境内撒哈拉沙漠中的山脉,有数以千计的岩画,得“白色巨神”(Le Grand Dieu Blanc)之称。

撒哈拉之名源于阿拉伯话之“撒拉”,意思是“褐色不毛大地”。这片大地面积有美国那么大,阿杰尔山脉在它中心之处。1956年由罗托率领的法国探险队开始在那里进行调查,还带回不少摹绘的岩画。这些岩画展出后曾引起一些议论,因为岩画是从8000年前开始不断绘画的,但是它们之中见到的有象、牛、马、犀牛、鳄鱼、河马等各种不会生存于沙漠中的动物,令人不解。罗托和他的探险队面对“岩画是假的”非议进行深入调查,终于明白了其中真相。

原来撒哈拉的沙漠化估计是4000年前开始的。岩画经历四个时期,最早的是中石器“狩猎时代”,画的是撒哈拉仍在绿色草原时的情景。稍后开始畜牧,进入“牛的时代”,画的是平原放牧情景。后来绘画主题变化,进入“马的时代”,画的是撒哈拉沙漠化开始,骑马种族追逐住在岩石处的敌人的情景。公元前2世纪,沙漠化加剧,骆驼替代了马,进入“骆驼时代”。沧桑变化,vicissitude of the world,反映于岩画之中。



您知道在英语里动物怎么“叫”吗？

石家庄经济学院外国语学院 孔 莹

人类有自己的语言,生物界许多动物也都有各自独特的“语言”——叫声。据不完全统计,世界上人的语言有 2000 种左右,而在动物王国里,动物的叫声远不止 2000 种。

对于各种动物的叫声,汉语称谓较简单,虽有狗“吠”、狼“嚎”、狮“吼”、虎“啸”之说,但我们可以笼统称之为“叫”。可在英语里,就不能这样“叫”了。我们可以说“cocks crow”,却不能说“dogs crow”;可以说“cats mew”,却不能说“goats mew”。不知什么原因,英语民族把动物的叫声分得如此细小,如此繁杂。我们作为英语学习者不得不注意这一点。为了能在各个场合里“听懂”叫声,现将部分动物及其叫声收录如下:

- ass (驴): bray (嘟嘟地叫,嘶);
- bees (蜜蜂): hum, buzz, drone (嗡嗡地叫);
- beetles (甲虫): drone (嗡嗡地叫);
- birds (鸟): sing (啼唱, 啭), twitter (啾啾地叫);
- doves (鸽子): coo (咕咕地叫);
- crow (乌鸦): caw, croak (呱呱地叫);
- goats (山羊): bleat (咩咩叫);
- hawks (鹰): scream (尖叫);
- pigs (猪): grunt (咕噜咕噜地叫)、squeal (吱吱地尖叫);
- sheep (绵羊): bleat (咩咩地叫)、baa (咩咩地叫);
- sparrow (麻雀): chirrup (唧唧叫)、twitter (叽叽喳喳地叫);
- tiger (老虎): growl (嗥)、roar (怒吼, 吼叫);
- wolves (狼): howl (嚎叫)、growl (嗥叫);
- lions (狮子): roar (吼叫)、growl (嗥叫);
- larks (百灵): sing (啼唱, 啭)、warble (啁啾, 啭);
- nightingales (夜莺): sing (啼唱)、warble (啁啾);
- mosquitoes (蚊子): buzz, hum, drone, whine (嗡嗡叫);
- parrots (鹦鹉): talk (近似人语声)、squall (尖叫声)、squawk (咯咯叫声);
- horse (马): neigh (嘶叫)、whinny (高兴时的嘶鸣)、snort (鼻子里发出的喷喷声);
- cats (猫): mew (咪咪叫)、meow (咪咪叫, 喵喵叫)、purr (咕噜咕噜叫);
- cows (母牛): bellow (吼叫)、low (哞哞叫)、moo (哞哞叫);
- foxes (狐狸): bark (吠)、yelp (嗥叫);
- ducks (鸭子): quack (呷呷地叫)、squawk (咯咯地叫);
- monkey (猴子): chatter (啾)、screech (尖声地叫)、gibber (叽里呱啦地叫)、jabber (叽叽喳喳地叫);
- dogs (狗): yelp (汪汪地叫)、yap (罗罗地叫)、bark (吠)、growl (嗥叫)、snarl (嗥)、howl (远吠)、whine (低声哀叫);
- owls (猫头鹰): hoot (嘎嘎地叫)、whoop (大声呼叫)、scream (尖叫, 悲鸣)、screech (惊恐、痛苦或发怒时的尖叫)。(OE)

总目录

2006

(7月~12月)

I 卷首语

卷首语

- ☆ 生命不息,生活不止 /7-8-1 ①
- ☆ 宽恕 /9-1 ⑪
- ☆ 生命的轮回 /10-1 ⑮
- ☆ 美好愿望 /11-1 ⑳
- ☆ 寻找爱情 /12-1 ㉓

II 时文阅读

外刊集粹

- 广告里的画外音是哪个名流配的? /7-8-15
- 劝说的科学 /9-3
- 如何交朋友 /9-6
- 非凡而又敏捷的家蝇 /11-5
- 21年的辉煌传奇——阿加西 /11-6
- 毕业建议:从每天一杯牛奶咖啡开始 /12-10

外电精读

- 世界著名沉船事件之五:
贝尔格拉诺将军号 /7-8-20
- 牛仔裤风靡美国 and 全世界 /9-8
- 改变之美 /10-5
- 2006年度世界最有影响力女性排行榜 /11-8

外报精选

- 来自青少年的教训:或许下一代真的很好 /7-8-18
- 学生着眼于全球问题的解决 /12-12

III 特别策划 + 名家有约

出国·雅思

- 出国留学考试指南 /7-8-4

出国·托福

- 新托福最新动向 /7-8-12
- 我的新托福 /7-8-13
- 我的托福感悟 /7-8-14

费话连篇

- 做题要厚“道” /10-3
- 做题要厚“道” /11-3

考试速递

- 四级新题型攻略 /12-3
- 四级新题型听力测试应对技巧 /12-7

IV 口语训练营

教你一招

- 观英文电影,学英语听说 /7-8-22
- ☆ 生命中的每一天 /7-8-23 ②

酷英语

- 流利美语脱口出 /7.8-24
 超级成语 SHOW /7.8-26
 论语经典英译欣赏 /7.8-27
 美国生活俗语看过来 /7.8-28
 常用电影俚语词汇集萃 /7.8-30
 流利美语脱口出 /9-10
 超级成语 SHOW /9-12
 流利美语脱口出 /10-10
 超级成语 SHOW /10-12
 流利美语脱口出 /11-10
 超级成语 SHOW /11-12
 流利美语脱口出 /12-14
 超级成语 SHOW /12-16

流行劲歌

- ★ 生命之巅 /7.8-31 ⑥
 ★ 我的所有 /9-13 15
 ★ 不羁的女孩
 ——Billboard 单曲榜冠军歌曲 /10-13 23
 ★ 枪炮与玫瑰 /11-13 30
 新一代的音乐顽童 /12-17

电影对白

- ★ 深层的文化撞击
 ——《撞车》(CRASH)精彩对白欣赏 /7.8-32 4
 ★ 情感冲撞
 ——经典英文电影对白欣赏 /9-14 14
 ★ 出租车司机
 ——经典电影对白欣赏 /10-14 22
 ★ 生存的勇气
 ——经典电影对白欣赏 /11-14 29
 精彩对白猜猜猜 /12-18

经典诵读

- 穷与富 /7.8-34
 年轻姑娘 /7.8-35

V

环球文化

海外之旅

- ★ 布莱顿 /7.8-36 ③

巴塞罗那

——来自地中海的城市 /11-18

城市梦想 /12-20

风俗习惯

- 孤注一掷节 /7.8-37
 成为天使节 /7.8-37
 闲谈旗袍 /7.8-38
 俄罗斯的传统婚礼 /11-20

文化视野

- ★ 生活是酒 /7.8-39 ⑤
 墨西哥人的玉米情结 /7.8-40
 欧洲田野诞生美国假日传统 /7.8-42
 “东”写“西”说(四) /7.8-44
 颜色文化——橙色 /7.8-47
 颜色文化——红色 /9-17
 颜色文化——绿色 /10-17
 ★ 颜色文化——黄色 /11-17 27
 事业与婚姻 /12-22

巨星访谈

- 艾娃·朗格利亚风头正劲 /7.8-48
 成为乌玛 /9-16
 哈莉·贝瑞 /10-16
 揭开“凯奇” /11-16
 传说
 俄罗斯传说 /12-25

VI

精品文选

心灵驿站

- 朋友 /7.8-49
 飞呀,飞 /7.8-50
 寻根记 /7.8-52
 完美礼物 /7.8-54
 我是老师 /7.8-56
 我的阳光,我的祖母 /7.8-60
 陌生人的礼物 /9-18

- ☆ 一封致母亲的信 /9-33 16
- ☆ 情书 /10-18 19
- ☆ 孤独 /10-19 20
- 吉米的新鞋 /10-28
- ☆ 勇气和爱的真实故事 /10-24 24
- 呵护梦想 /10-25
- 真爱爸爸 /10-26
- 一个谎言的代价 /11-34
- 我记得当年你这么高 /12-34
- 午餐饭盒短笺 /12-36

人世间

- 双手 /7-8-58
- 亲爱的朋友 /7-8-59
- 形*影 /9-20
- ☆ 生活感言 /9-21 12
- 选择乐观 /9-22
- 书写你的人生 /9-23
- 眼睛让人更诚实 /9-24
- ☆ 人生三部曲 /10-20 21
- 伏特加、冰和火 /10-22
- 唱走悲伤的男孩 /11-28
- ☆ 传播流言蜚语的人 /11-30 33
- 人草大战 /11-32
- 一万步 /12-26
- ☆ 微笑 /12-27 35
- 特迪 /12-28

原创地带

- 神奇、美好的国度 /7-8-62
- 壮汉子 /9-34
- 琳的故事 /9-36
- 星期天晚上的“下午茶厅” /10-33
- 婉约的艺术 /10-34
- 一次奇妙的就餐经历 /11-36
- 女孩辛迪 /12-40

翻译大赛

- 邀请 /7-8-68

心灵鸡汤

- ☆ 苹果树 /7-8-64 7
- ☆ 你内心的财富 /7-8-65 8
- ☆ 为你等待 /7-8-66 9
- 百分百生活 /7-8-67

宽容的艺术 /7-8-70

男人 VS 女人 /7-8-71

情人节玫瑰 /9-26

☆ 幸福的奥秘 /9-28 13

是福还是祸? /9-29

☆ 情书 /9-41 17

勇气和爱的真实故事 /10-24

呵护梦想 /10-25

真爱爸爸 /10-26

婚姻中的款款柔情 /11-23

☆ 奶奶的奖品 /11-24 31

☆ 永远不晚 /11-25 32

死于17岁 /11-26

☆ 差距 /12-30 36

☆ 我的黄金时代 /12-31 37

风中蔷薇花 /12-32

成功之路

我们需要什么样的职业观?

——由一则木匠的故事所想到的 /7-8-72

跨越真正的高度 /9-30

生活的艺术 /10-30

执著以求,荒漠变绿洲 /11-38

☆ 拯救我们星球的11个做法 /12-33 38

☆ 面貌与性格 /12-39 39

科技阅读

在中国发现了能发出“无声”鸣叫的青蛙 /7-8-74

睡出自己的苗条身姿 /7-8-76

牙齿里的身份证 /10-32

美国医生首次利用病人自身细胞培养出人体器官 /10-38

熊猫的世界不仅仅是黑与白 /12-38

象牙塔

☆ 谢谢 /7-8-77 10

分手 /7-8-78

考试,考试,还是考试 /11-31

名著导读

爱之花 /7-8-80

毛姆短篇小说“The Luncheon”一文赏析及评论 /9-38

花园里的独角兽 /9-40

运气 /10-36

刺激时代 /12-42

VII 学习园地

外教课堂

- 教你正确用(十四) /7.8-82
- 教你正确用(十五) /9-42
- 教你正确用(十六) /10-44
- 教你正确用(十七) /11-40
- 教你正确用(十八) /12-44

古典赏析

- 春梦随云散
——再谈秦学 /7.8-84
- 没完没了的“笑道” /9-44
- 宝玉挨打的众生相 /10-46
- 说猴 /11-42
- 俗语不俗 译趣津津 /12-46

语法精解

- 介词用法中的“一字之差” /7.8-86
- Wish 祝愿句的变体 /7.8-88
- “苍蝇”VS“蜜蜂” /7.8-89
- Time 种种 /7.8-94
- 非谓语动词常考的一些结构小结 /7.8-96
- 音相近,意相远
——同音异义词 /7.8-97
- 英语“让步”的另类表达形式 /9-46
- 谈谈英语阅读中的文化语义 /9-47
- 值得注意的英语隐喻句 /9-48
- As Well As 的用法及翻译 /9-50
- 意义丰富的 more...than.../more than... /10-48
- 汉式英语思维下的常见错误搭配 /10-50
- any 等同于“任何”吗 /11-46
- 英语中表示反对(Opposition)的说法 /11-47

万象英语

- 关于主谓一致应注意的几个问题 /7.8-90
- 英文错别字趣谈 /7.8-91
- 写好英语作文中的三“T” /7.8-92
- 英语脑筋急转弯 /7.8-93
- 逗号中的学问 /7.8-98
- 单词拾趣 /7.8-99
- 英语谚语中的修辞格 /7.8-100

英语中有关 duck 的趣味习语 /7.8-102

什么是你的吸引力? /7.8-103

汉英植物名称与修辞比较 /7.8-104

享受纷繁英文世界中风情万种的“宁静” /7.8-105

你知道在英语里动物怎么“叫”吗? /7.8-112

名人的爱情观 /9-49

咖啡英语 /9-56

英语巧问妙答拾趣 /10-43

看英文《圣经》 学英语修辞 /10-51

咖啡英语 /10-56

I Have a Dream 的修辞艺术 /11-44

中英文典故中的巧合 /11-48

英语做题就是这么想出来的 /11-50

咖啡英语 /11-56

浅谈英语中的搭配问题 /12-48

双关之中见幽默 /12-50

F1,你知道多少? /12-51

咖啡英语 /12-56

实战演练

- 阅读特训营 /7.8-106
- 快速阅读 /7.8-107
- 阅读特训营 /9-52
- 快速阅读 /9-53
- 阅读特训营 /10-52
- 快速阅读 /10-53
- 阅读特训营 /11-52
- 快速阅读 /11-53
- 阅读特训营 /12-52
- 快速阅读 /12-53

名师课堂

- 元曲的鉴赏与翻译
——元曲翻译中的“留白” /10-40

爱舍小屋

- 我们原本同宗 /7.8-108
- 主动与被动 /9-54
- 欧洲之旅(一) /10-54
- 欧洲之旅(二) /11-54
- 浅谈:“外国人”和英语 /12-54

笑话 /7.8-29/85/109

笑话/脑筋急转弯 /9-32/35/55

笑话/英语脑筋急转弯 /11-45/49

笑话 /12-49/55

★小知识 鼻子 /10-31 25

★小知识 我们的大脑 /11-19 28

Overseas English

海外英语

2006年9月

每月5日出版

(总第71期)

主管: 安徽省新闻出版局
主办: 安徽科学技术出版社
社长: 朱智润
总编: 黄和平

顾问 (以姓氏笔画为序):
丁往道 教授(北京外国语大学)
方宜庆 教授 硕士生导师
(中国科学技术大学外语系)
朱志瑜 教授(香港理工大学中文及
双语学系)
许俊农 副教授 留英大众传媒硕士
(安徽教育学院)
伍谦光 教授(广东外语外贸大学)
何刚强 教授 硕士生导师
(复旦大学外国语言文学系)
张柏然 教授 博士生导师
(南京大学外国语学院)
顾曰国 教授 博士生导师 副院长
(北京外国语大学网络教育
学院)
徐胜远 教授 硕士生导师
(上海交通大学外国语学院)
黄建华 教授 博士生导师 前校长
(广东外语外贸大学)
薄冰 教授(北京外国语大学)

编辑出版:《海外英语》编辑部

执行主编: 张楚武

栏目编辑: 张楚武 张 雯 王莉娟

封面设计: 王 艳

内文设计: 伊 凯

刊号: ISSN1009-5039
CN 34-1209/G4

邮发代号: 26-166

零售价: 4.80 元

编辑部地址: 合肥市跃进路1号新闻
出版大厦1003室

邮 编: 230063

编辑部电话: (0551) 2846192

传 真: (0551) 2840176

期刊发行联系电话: (0551) 2846192

E-mail: chuwu_zhang@126.com

电脑制作: 伊凯平面设计工作室

E-mail: ekestudio@126.com

Forgiveness

By Sherry-lyne Mitchell

Forgiveness is a conscious choice
It must begin first in your head
In an aware and planned way
Sometimes change engenders dread

Sincerity involves the heart
Need to realize time to let go
Monsters live and thrive in the dark
Pain involved in having to grow

Prison caused by anger and hurt
Trust is not something that is free
Forgiveness is a conscious decision
Trust is destroyed for you and me

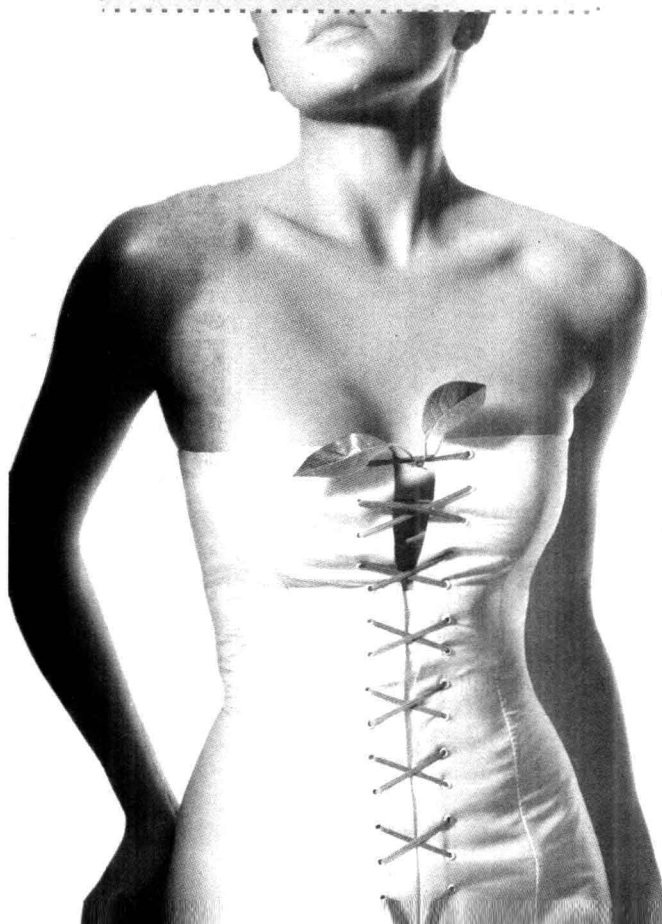
Will never be okay, never
Forgiving does not mean to say
What was done then, is now okay
Wasn't right when it was done

Forever it will not be right
Forgiveness does not change the past
Does not erase what was done then
The years are passing too fast

No consent for enabling
Time to move on with living
Thoughts are ever turning backward
Have been thinking of forgiving

When I have it all worked out
I shall write for you a letter
Leaving it for you to read
When I am gone, this is better

宽 恕



OVERSEAS 目录 ENGLISH

卷首语

宽恕 /1

外刊集粹

劝说的科学 /3

如何交朋友 /6

外电精读

牛仔裤风靡美国和全世界 /8

酷英语

流利美语脱口出 /10

超级成语 SHOW /12

流行劲歌

我的所有 /13

电影对白

情感冲撞

——经典英文电影对白欣赏 /14

巨星访谈

成为乌玛 /16

文化视野

颜色文化——红色 /17

投稿热线

helensway@126.com

chuwu_zhang@126.com

angelwlj@126.com

邮购地址 安徽省合肥市跃进路1号新闻出版大厦1003室

《海外英语》编辑部

邮政编码 230063

精品文选

心灵驿站

陌生人的礼物 /18

一封致母亲的信 /33

人世间

形*影 /20

生活感言 /21

选择乐观 /22

书写你的人生 /23

眼睛让人更诚实 /24

心灵鸡汤

情人节玫瑰 /26

幸福的奥秘 /28

是福还是祸? /29

情书 /41

成功之路

跨越真正的高度 /30

原创地带

壮汉子 /34

琳的故事 /36

名著导读

毛姆短篇小说“The Luncheon”一文赏析及评论 /38

花园里的独角兽 /40

学习园地

外教课堂

教你正确用(十五) /42

古典赏析

没完没了的“笑道” /44

语法精解

英语“让步”的另类表达形式 /46

谈谈英语阅读中的文化语义 /47

值得注意的英语隐喻句 /48

As Well As 的用法及翻译 /50

万象英语

名人的爱情观 /49

咖啡英语 /56

实战演练

阅读特训营 /52

快速阅读 /53

爱舍小屋

主动与被动 /54

笑话/脑筋急转弯 /32/35/55

时文阅读

口语训练营

环球文化

English



The Science of Persuasion

BY JIMMY WHITE

吉米·怀特 著
徐正星 译

Scientists are uncovering ways of making messages more persuasive. Politicians and salesmen use such tricks already. Who can afford not to read on?

Eric Higgins, a professor of social psychology at the University of Arkansas said that he had experimental evidence to support a new approach to persuasion—one that works on removing people's inhibitions, or lowering their resistance.

Dr Higgins is so compelling that he has managed to persuade America's National Science Foundation to give him \$163,000 to find ways of making messages and appeals more persuasive. Recently, he and a number of other researchers outlined their work on resistance-reduction at a meeting at the University of Arkansas.

When somebody is torn over a decision, some aspects will be attractive and encourage acceptance; others will be displeasing and create resistance. Researchers refer to persuasive strategies that work by making an offer more attractive as "alpha" strategies. Those that work by minimising resistance to the offer are called "omega" strategies. Dr Higgins operates at the omega end of the alphabet.

His main insight into "omega" strategies is the idea that resistance is in some sense a thing, and that it can thus be used up and replenished, rather like water in a tank. Such changes in resistance level are not necessarily the result of logical or rational argument. Once the level drops, the tank is topped up gradually until it is full again, rather as a water-closet cistern refills itself after it has been flushed. The task of the persuader is to drain the tank. That of the consumer is to keep it full enough to resist undesirable changes.

In collaboration with Jay Linn, a colleague at Arkansas, Dr Higgins recently set out to test this idea in the context of political advertising. First, the two researchers asked a few questions which they used to divide their subjects into groups

劝说的科学

科学家们正在揭示使所要传达的信息更具有说服力的方法,这些小伎俩对于政客们和推销员已是司空见惯的事,谁不能继续读下去呢?

阿肯萨斯大学社会心理学教授埃里克·希金斯声称自己掌握了实验证据证明有一种劝说他人的新方法,采用这种方法可以打消人们的顾虑,或是减少他们的抵制情绪。

希金斯博士强大的说服力使他成功说服了美国国家科学基金会给他拨 163,000 美元专门用于研究使传达的信息和请求更具有说服力的方法。最近,他和其他一些研究人员在阿肯萨斯大学会议上简要介绍了他们关于消除抵抗情绪的研究工作。

当某人对某个决定犹豫不决时,往往是因为有些方面具有诱惑力而鼓励人们接受,而另一些方面却令人感到不满,使人产生抵触情绪。研究人员把使得提议更具吸引力的说服策略称为“阿尔法”策略。而将那些使得人们对提议抵触情绪降到最小程度的策略称为“欧米伽”策略。希金斯博士从字母表的“欧米伽”端开始研究。

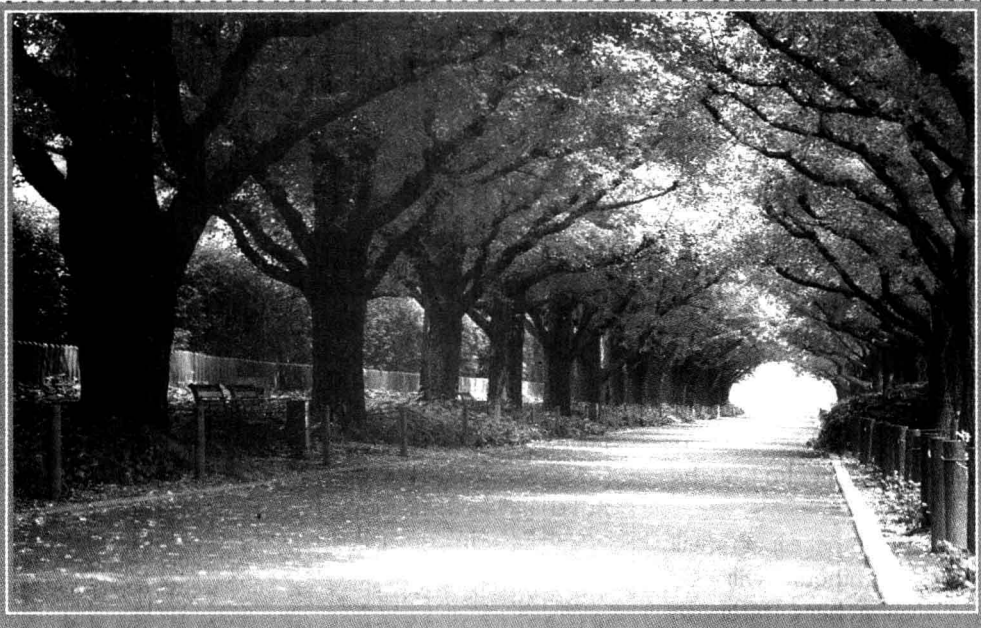
他对“欧米伽”策略的独到见地在于提出了这样一种观点,即抵触情绪很像是玻璃缸中的水,因此它可以被耗尽,也可以被再次充满。抵触程度的这种变化并不一定是逻辑或是理性依据的结果。水平一旦降低,缸中的水会逐步上升直到再次被充满,这很像是贮水箱,箱中的水一旦被冲掉又会自动填满。说服者的任务就是把缸中的水排光,而消费者的任务则是使其中的水够满以抵御不良变化。

最近希金斯博士与阿肯萨斯大学的一位同事杰·林合作,开始在政治宣传广告的环境下检验这一理论是否有效。两位研究人员首先提出一些问题,并根据对问题的回答把实验对象分成“怀疑型”和“轻信型”两类(虽然他们自己不使用这些术语)。然后他们再把实验对象分为四组。并使每组接受不同的实验“待遇”,包括观看七段陌生候选人谈论自己对某个特定问题的

that might be described (although they did not use such terms themselves) as “sceptical” and “gullible”. They then redivided them into four groups and subjected each group to a different experimental “treatment” that involved watching a series of seven video-clips showing unfamiliar candidates for office talking about where they stood on a particular issue.

One group was asked to pay special attention to the first clip; the other three had to concentrate on the last. Two of the latter three groups were also shown a short travelogue about Fiji before the final clip. One of those two groups was asked to think positively about Fiji, and the other was instructed to make a list of all the things that could go wrong on a trip to the islands. Finally, all the subjects had to criticise each advertisement and candidate.

“Gullible” subjects used up their resistance to the advertising early on. They became less and less critical of both the policies and the candidates as the experiment proceeded. Since the clips were shown in different orders to different subjects, that could not be due to some inherent lack of worth in the message or the messenger. Subjects’ reactions to the final clip depended on the approach that they had been asked to take to the



travelogue. They showed greater dislike of the final candidate when allowed to “replenish” their resistance by watching it in a positive frame of mind than if they had been asked to worry about the trip’s difficulties. This result fits well with Dr Higgins’ model.

“Sceptics” behaved differently. They were least critical of the initial candidate, but became increasingly negative as the advertisements progressed—no matter how they were asked to view the Fiji tape. In this case, repetition seemed to build up resistance, rather than draining it. Fitting that result into Dr Knowles’s model is harder. To pursue the cistern analogy, it suggests that the ballcock which detects water level is being moved upwards. The idea of resistance as a variable quantity is still there, but the relationship between its initial level and its tendency to rise or fall from that level needs further investigation.

Another powerful part of decision-making is anticipated feelings of regret. This is why people are, for example, reluctant to trade lottery tickets—they think about how awful they would feel if their numbers came

看法的视频。

一组实验对象被要求对第一段视频多加注意,而另外三组实验对象被要求特别注意最后一段视频。在放最后一段视频前还为后三组实验对象中的其中两组放映了一段关于斐济的旅行记录短片。两组中的其中一组被要求对斐济产生积极的想法,而另外两组被要求列出在去斐济群岛旅行时可能遇到的问题。最后,所有实验对象都必须对每则广告和每位候选人提出批评。

“轻信”型的实验对象不久就丧失了对广告的抵抗力。随着实验的继续,他们变的对政策和候选人越来越宽容。由于短片以不同的顺序放给不同的受试者观看,这种情况的出现不可能是信息或是传递信息的人本身缺乏某种内在价值引起的。实验对象对最后一段视频的反应取决于他们被要求对记录短片采取的态度。与让研究对象被要求担心旅行的种种困难时相比,当研究对象被要求以积极的心态观看短片而使他们的抵触情绪耗费殆尽时,他们对最后一个候选人的反感情绪更加强烈。这与希金斯博士的理论模型相吻合。

“怀疑”型的实验对象表现有所不同。他们对起初的候选人最为宽容,但随着广告的播放,他们的态度变得越来越消极——不管他们被要求以何种态度观看有关斐济的短片。在这种情况下,反复观看似乎更加深而不是耗尽反感情绪。这一结果更难与劳诺的实验模型相吻合。继续以水箱打比方,这表明感应水位的浮球阀正被向上移动。抵触情绪作为可变量的观点仍然成立,但是其最初所处的位置 and 它从那个位置上升或下降的趋势之间的关系需要做进一步研究。

决策过程的另一个具有极大影响力的方面是预期悔恨情绪。举个例子:这就是人们不愿交换彩票的原因。他们会想如果自己起初买的号码中了奖,感觉会是多么糟糕呀。直接面对这种担心是一种增强或降低抵抗情绪的方法,而这也是“欧米伽”策略起作用的又一个例子。

印第安那大学研究员史帝芬·舍曼和他的同事们最近展示了预期遗憾产生的效果:在一项试验中,两组参与者提供了两种无足轻重且表面上同样诱人的选择——该在两个足球队中的哪个上投注。试验人员在实验对象中安放的鸣响装置迫使他们选择其中一个队而不选另一个队。并让其中一个组以问卷的方式考虑如果要是没有选择提供的建议自己会感到多么后悔。这一组实验对象要比第一组选择给出的建议的可能性更大。这一结果使市场营销人员可以充分利用人们的恐惧心理。

还有其他一些伎俩可以被用来降低

up. Addressing such fears directly can be a way of increasing or reducing resistance, and is thus another example of an “omega” strategy.

Steven Sherman, a researcher at Indiana University, and his colleagues, recently demonstrated the effects of anticipated regret by offering two groups of participants in an experiment a choice between two trivial and, on the face of it, equally attractive alternatives: which of two football teams to place a bet on. A “ringer” planted among the subjects by the experimenters pushed them to choose one team rather than the other. One group was also asked, using a questionnaire, to consider how much regret they would feel if they did not take the proffered advice. Those in this group were much more likely to choose what had been recommended than those in the first group. That result gives marketers a powerful fear to play on.

There are other tricks that can be employed to lower resistance. It can, for example, be “disrupted” by the unexpected. In an experiment a few years ago, students posing as beggars found that they received small change 44% of the time that they asked directly for it without specifying a sum. If they asked for a precise sum that was a single coin (25 cents), they got it 64% of the time. But if they asked for an apparently arbitrary number (37 cents) they got it 75% of the time. The more precise and unusual the request, the less people were able to resist it.

All this talk of resistance is, of course, rather fuzzy—though it is still of great interest to advertisers and salesmen. But Dr Knowles thinks that “alpha” and “omega” strategies may be more than mere phrases. They may correspond to the separate neurological systems that animals have for behavioural activation and inhibition. According to this model, “omega” strategies work by reducing inhibitions to action.

Is resistance “hard-wired” into the developing brain, or can it also be learnt?

This suggests that the resistance mechanism is “hard-wired” into the developing brain. But researchers such as Brad Sagarin, a psychologist at Northern Illinois University, think that levels of resistance can, to some extent, be learnt—and that they can be built up by exercise. In other words, the tank itself is capable of either temporary or permanent enlargement, in response to circumstances and experience.

For example, people often do not resist advertising, because they have the illusion of invulnerability to its effects. They believe that advertising is something that only affects everybody else. But, says Dr Sagarin, if you demonstrate to somebody that this is not true by showing them that they have been fooled, this causes a powerful increase in resistance.

People want to avoid being duped or cheated. Indeed, results from evolutionary psychology, a discipline that tries to elucidate the origins as well as the nature of human emotions, suggest that detecting and avoiding cheats is one of the strongest driving forces of human psychology. That supports the idea that the resistance mechanism has been wired in by evolution.

Whether the world really needs to know more about making messages more persuasive is a different question. Needless to say, all the researchers are convincing on the subject. It is true, as Dr Knowles admits, that such knowledge can be used coercively. But he points out that it can also be used to educate. In any case, he says, “By minimising a person’s resistance, you’ll decrease the chance that they’ll experience future regrets about the decision.” Not convinced about the science of persuasion? Readers are asked to consider how regretful they may feel if they later conclude that it was right all along.

人们的抵触情绪。例如出其不意的事情可以消除人们的抵抗情绪。在几年前所做的一项实验中,装扮成乞丐的学生发现如果他们直接索要而不明确要多少时,他们得到小额零钱的几率是百分之四十四。如果他们索要是一个精确的数额(25美分)时,他们得到的可能性是百分之六十四。但是当他们索要表面上看起来很随意的一个数额时,他们得到的可能性是百分之七十五。要求越精确越不寻常,人们越无法拒绝。

当然所有关于这些抵抗的言论都十分模糊——虽然广告商和推销员对此很感兴趣。但是劳诺博士认为不仅仅只是术语而已。他们也许与动物身上的激励或禁止行为的各个不同的神经系统相适应。根据这一模式,“欧米伽”策略通过将禁止变为行动发挥作用。

抵抗情绪是不断进化的大脑中固有的还是可以习得的呢?

这表明抵抗机制是大脑固有的。但是一些研究人员例如北伊利诺伊大学的心理学家布莱得·萨格雷就认为抵抗情绪在某种程度上可以习得,而且这种情绪可以通过磨炼而增强。换句话说,水缸本身不



能根据环境和经历进行暂时或永久扩大。

例如,人们不抵制广告,因为他们错误的认为自己可以不受广告的影响。他们认为广告只会对其他人造成影响。但是萨格雷博士说如果你通过告诉其他人他们被骗了从而证明这是错误的,这将会极大地增加抵御性。

人们不想被骗。的确,进化心理学——一门试图阐明人类情感起源和本质的学科——表明看穿骗局并避免被骗是人类心理最强烈的驱动力之一。这支持了抵抗机制是由进化植入人的本性中的观点。

世人是否真有必要知道如何使所传达的信息更有说服力是另外一回事。不用说所有研究人员对此都是坚信不疑的。正如博士所承认的,这种知识可能被用来强迫他人。但是他也指出可以用来教化人们。他说不管怎么说,可以通过把人们的抵抗情绪减少到最低程度来减少人们对未来所做的这个决定懊悔的可能性。对劝说这门科学还是持怀疑态度?那么请读者想想如果最后得出结论认为这个理论一直有道理时自己可能会多么后悔。 ⑩

Need to know how to make friends? One word: attitude! Learn how to make friends simply by adjusting a few “downers” in your attitude.

Steps:

1. Try to look on the bright side of things. Smile at everybody, which will show people what a fun person you are.

2. Be positive and fill your speech with uplifting words. Never make an insulting joke to get attention. Companions are courteous and complimentary.

3. Have confidence and don't slouch when you walk. Try to always have a fun time.

4. Make sure you are organized and not sloppy because when you are sloppy, people are not going to like the real you and they will judge you by the way you look and/or the things you have.

5. If anybody asks you a question, answer in a friendly and polite way.

6. Be sincerely interested in what others have to say. Look them in the eye. Listen carefully. Ask questions. Empathize. Laugh (with them, not at them). Be good company.

7. Look for groups in your area which do something you are interested in—you could learn a new skill and meet like-minded people. The first thing on making friends is never do things you do not like to do. This may cause you to lose one friend, but it will also give you a lot of friends for sticking up for the things that you like and the things you don't like.

Tips:

Mainly, just be yourself. If people don't like you when you're yourself, maybe you shouldn't be around them.

如何交朋友

贾庆文 选译

需要知道如何交朋友吗? 一个单词: 态度! 只需要调整你态度中的一些“沮丧情绪”就可以学会交朋友。

措施:

1. 努力去看事情中光明的一面。对每个人微笑, 这将向人们展示你是一个非常快乐的人。

2. 要积极并让你的言谈中充满振奋人心的话语。永远不要开侮辱性的玩笑来引起别人的注意。同时要有礼貌并多赞美别人。

3. 当散步时要自信, 不要表现出懒散的迹象。努力过得开心。

4. 当你过分多愁善感时要努力使自己的行为有分寸而不要显得太随便, 人们不会喜欢一个真正的你, 并且他们会根据你的表面现象或你拥有的东西来对你做出判断。

5. 如果有人问你问题, 要友好而礼貌地给予回答。

6. 要真诚地对别人说的事情表示兴趣。看着他们的眼睛。细心聆听。问问题。神会。笑(朝他们笑, 但不嘲笑他们)。成为一名出色的同伴。

7. 在你附近寻找一个加入其中可以做自己喜欢事情的团体——你可以学会一种新技能并会见到具有相似意向的人。交朋友时首先要做的事情是永远不要做你不喜欢做的事情。这或许会导致你失去一位朋友, 但也会使你结交一大批与你有关的人。

How to Make Friends

