



恩波考研

ENBO

考研英语

通过阅读学词汇

根据最新考研大纲编写

李 寄 主编
恩 波 审订

省时高效 开启未来



- 美文欣赏, 背句学词
- 多次分块重现, 强化记忆
- 集词汇、阅读、翻译于一体, 一本多用

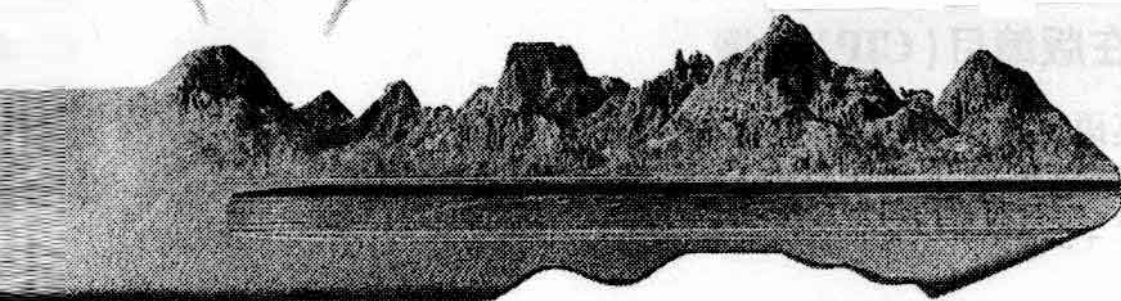


新浪考研
edu.sina.com.cn/kaoyan

网站推荐

中国对外翻译出版公司

省时高效 开启未来



考研英语 通过阅读学词汇

主编 李 寄
编者 马 寄 虎 博 刘 波
 翁 小 青 傅 俭



中国对外翻译出版公司

图书在版编目(CIP)数据

考研英语通过阅读学词汇/李寄编著.
北京:中国对外翻译出版公司,2005.3
ISBN 7-5001-1332-3

I. 考… II. 李… III. 英语-词汇-研究生-入
学考试 自学参考资料 IV. H313

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 004179 号

出版发行/中国对外翻译出版公司

地 址/北京市西城区车公庄大街甲 4 号物华大厦六层

电 话/(010)68002481 68002482

邮 编/100044

传 真/(010)68002480

E-mail:ctpc@public.bta.net.cn

http://www.ctpc.com.cn

策划编辑/铁 钧

责任编辑/赵铁伶

责任校对/姚凤嘉

封面设计/锦 虹

排 版/锦 虹

印 刷/北京拓瑞斯印务有限公司

经 销/新华书店北京发行所

规 格/889×1194 毫米 1/48

印 张/9.75

版 次/2005 年 3 月第一版

印 次/2005 年 3 月第一次

印 数/0001—12000 册

ISBN 7-5001-1332-3/G·470 定价:17.80 元



版权所有 侵权必究
中国对外翻译出版公司

通过阅读学词汇

——最佳词汇记忆方略

(代前言)

要想通过研究生入学考试,阅读是至关重要的;而阅读的基础在于阅读词汇量。考研所涉及的词汇量约为5,600个左右。如何在极短的时间内背会、记住这些单词,并在此基础上提高自身阅读能力,除了毅力、决心之外,还要讲究方略。

传统的词汇记忆方略是按字母顺序逐条记忆,此方法死板机械,而且对于提高阅读能力收效甚微。本书作者倡导的是通过阅读学词汇的方法,这也是语言教学专家和心理专家的一致推荐方法。在轻松阅读的同时,在上下文语境中,“死词”变成了“活词”。错落有致的词汇编排不再枯燥乏味,数以千计的单词也不再令人生畏。这本《考研英语通过阅读学词汇》就是这种先进的词汇记忆方略的具体体现。

在编写中,我们注意了以下几点:

美文欣赏,背句学词。一个单词脱离了实际使用的上下文语境,要想记牢会用是难以想象的。我们精心挑选了70篇优美短文,并配上了短文的汉语语境。将词汇(其中左上角加[▲]者为考研大纲以外的四、六级单词)置于英汉双语语境中,读者在欣赏优美短文、背诵地道语句(在英语语境中用不同字体及下划波浪线标出)的同时,可以牢牢地记住这些单词并学会如何运用。英汉语境并置是本书最大的特点,也是国内外同

类图书中前所未有的。

分块(chunking)或定量记忆。我们把考研大纲中除去中学词汇后的3,200多个单词分成70个单元,使看似浩瀚的词海在心理上变少变易,使读者一步一个脚印到达最终目标。特别是新大纲新增加的500单词也已融入到这70篇范文中。

注重重现率,强化记忆。据语言专家研究,一个单词重现5次以上学习者方能记牢。本书中相当一部分单词的重现率在3-5次之间(参见书后导学),而且是出现在不同语境中。不同语境中如此高的重现率将达到快速记忆和活用的效果。短期记忆还可以转化为长期记忆。

重点突破词汇,兼及阅读、翻译。本书所选单词多为考研核心常考词汇。词条的第一层意义即是最常用的、也是该词在英语语境中的词义。该词的发散词义也应尽可能掌握。我们还将所选短文译成汉语,并就要点、难点作注。所以本书更是理想的考研阅读理解、英汉翻译的辅导教材。

本书属于恩波英语阅读词汇系列之一,先前由本人主编的四级和六级篇出版以来得到了千百万读者的热烈欢迎,一年中多次再版,在数以百计的同类书中脱颖而出,名列多个外文图书排行榜前列。应广大考生的呼吁和请求,我们着力精心编写了考研篇,我们认为读者的收获就是我们最大的收获。

编者

目 录

Unit 1	<i>Web Business</i>	2
	网上商务	3
Unit 2	<i>Mad Cow Fears</i>	8
	疯牛病恐慌	9
Unit 3	<i>Hackers: The Enemy on the Internet</i>	14
	互联网敌人——黑客	15
Unit 4	<i>El Niño</i>	20
	厄尔尼诺	21
Unit 5	<i>American Economic System</i>	26
	美国的经济体系	27
Unit 6	<i>The Rail Industry Consolidation</i>	32
	铁路行业大联合	33
Unit 7	<i>Netiquette</i>	38
	网上礼仪	39
Unit 8	<i>Strategy to Curb Juvenile Violent Crimes</i>	44
	打击青少年暴力犯罪	45
Unit 9	<i>Information Is Power</i>	50
	信息就是力量	51
Unit 10	<i>Cashless Society</i>	56
	无现金社会	57
Unit 11	<i>Kind Bill Gates</i>	62
	慈善的比尔·盖茨	63

Unit 12	<i>On Alphabetism</i>	68
	说说字母主义	69
Unit 13	<i>Professionals and Amateurs</i>	74
	专业人员与业余人员	75
Unit 14	<i>The Virtue Americans Value Highly</i>	80
	美国人看重的美德	81
Unit 15	<i>Gene Therapy</i>	86
	基因疗法	87
Unit 16	<i>Who Is Liable for Customers' Misfortunes?</i>	92
	谁对顾客的不幸负责?	93
Unit 17	<i>Economic Models of the World</i>	98
	世界经济模式	99
Unit 18	<i>Personality and Environment</i>	104
	个性与环境	105
Unit 19	<i>Want-to-dos or Have-to-dos?</i>	110
	“我要做”还是“不得不做”?	111
Unit 20	<i>What Is Drug?</i>	116
	什么是药物?	117
Unit 21	<i>Develop a Peaceful Heart</i>	122
	静心二则	123
Unit 22	<i>Economics: a Precise Science?</i>	128
	经济学是一门精密的科学吗?	129
Unit 23	<i>Bring Birth Rate under Control</i>	134
	控制人口出生率	135
Unit 24	<i>Entrepreneur</i>	140
	开拓型企业家	141
Unit 25	<i>How New York Became America's Largest City?</i>	146

	纽约是怎么变成美国最大城市的	147
Unit 26	<i>Credit Card</i>	152
	信用卡	153
Unit 27	<i>A New Currency "Euro"</i>	158
	新货币“欧元”	159
Unit 28	<i>Alphabet for Effective Manager</i>	164
	效率高的经理的基本条件	165
Unit 29	<i>The Merging of Man and Computer</i> <i>in 21 Century</i>	170
	21 世纪人与计算机的契合	171
Unit 30	<i>Postwar Japan</i>	176
	战后日本	177
Unit 31	<i>There Is More We Can Do</i>	182
	我们可以做得更多	183
Unit 32	<i>Don't Try to Clone People</i>	188
	不要试图克隆人	189
Unit 33	<i>Is It Safe to Buy Online?</i>	194
	网上购物安全吗?	195
Unit 34	<i>The Prospects for Cancer Treatment</i>	200
	癌症治疗的前景	201
Unit 35	<i>Global Warming Hits Ocean</i>	206
	全球气候变暖使海洋遭殃	207
Unit 36	<i>National Parties in the United States</i>	212
	美国的全国性政党	213
Unit 37	<i>Vocabulary Evolution</i>	218
	词汇演变	219
Unit 38	<i>On Patents</i>	224
	专利漫谈	225

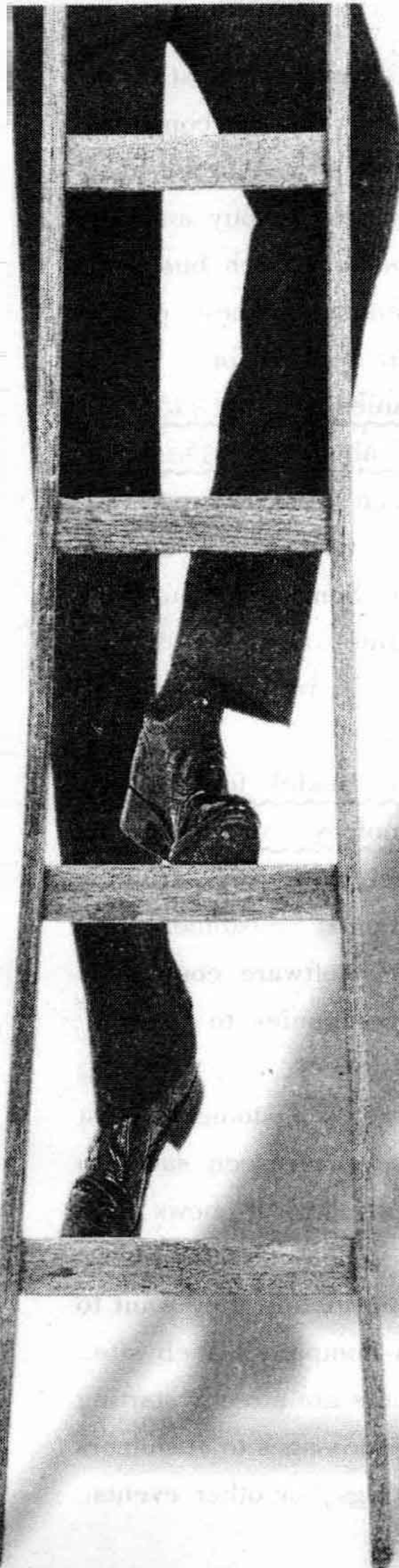
Unit 39	<i>The Anti-intellectualism in America</i>	
		230
	美国的反学识思潮	231
Unit 40	<i>Humor</i>	236
	幽默	237
Unit 41	<i>Future Trend in World Trade</i>	242
	世界贸易的未来趋势	243
Unit 42	<i>GM Food</i>	248
	转基因食品	249
Unit 43	<i>Agriculture in America</i>	254
	美国的农业	255
Unit 44	<i>Children's Language Acquisition</i>	260
	儿童言语习得	261
Unit 45	<i>Noise Pollution</i>	266
	噪音污染	267
Unit 46	<i>Implications of Private Car</i>	272
	私人汽车意味着什么	273
Unit 47	<i>The Aral Sea — Saving the Last Drop</i>	
		278
	拯救濒临干涸的咸海	279
Unit 48	<i>Intelligent Gizmos</i>	284
	智能化机械	285
Unit 49	<i>Lions Give Birth to Tigers</i>	290
	狮子要生老虎	291
Unit 50	<i>How Far to Go in Health Care?</i>	296
	在医疗服务上该走多远?	297
Unit 51	<i>The Second Industrial Revolution</i>	
		302
	第二次工业革命	303

Unit 52	<i>Entropy</i>	308
	熵	309
Unit 53	<i>Religions in the World</i>	314
	世界上的宗教	315
Unit 54	<i>The Great American Millionaires</i>	320
	美国大富豪	321
Unit 55	<i>Small Enterprises</i>	326
	小企业	327
Unit 56	<i>Disputes on Euthanasia</i>	332
	有关安乐死的争论	333
Unit 57	<i>Address before the Congress Following the Moon Landing</i>	338
	登月之后在国会的演讲	339
Unit 58	<i>On Ambition</i>	344
	说野心	345
Unit 59	<i>Reflections on Life</i>	350
	人生沉思	351
Unit 60	<i>To Workaholics</i>	356
	致工作狂	357
Unit 61	<i>Every Person Is Responsible for His/Her Actions</i>	362
	每个人都要对自己的行为负责	363
Unit 62	<i>Arctic Ocean Will Soon Be an Open Sea</i>	368
	北冰洋不久将成为不冻海	369
Unit 63	<i>Postwar America</i>	374
	战后美国	375
Unit 64	<i>Inaugural Address by Bill Clinton</i>	

208		380
209	克林顿总统就职演说	381
Unit 65	<i>Rules for Behavior in Public Places</i>	
212		386
	公共场所的行为规范	387
Unit 66	<i>Could Economic Decline Return?</i>	
152		392
220	经济衰退会重来吗?	393
Unit 67	<i>Amazing Aspirin</i>	398
221	神奇的阿司匹林	399
Unit 68	<i>Recreations in US</i>	404
	美国的娱乐活动	405
Unit 69	<i>Americans: a Definition</i>	410
222	我说美国人	411
Unit 70	<i>Hydrogen: Car Fuel of the Future</i>	
241		416
242	氢:未来的汽车燃料	417
	考研核心词汇导学	422



隽语携君



It has been my philosophy of life that difficultise vanish when faced boldly.

如果勇敢地正视困难，困难就会消失，这一直是我的生活哲学。

In life's earnest battle they only prevail, who daily march onward and never say fail.

在严肃的人生奋斗中，唯有日目前行、永不言败的人才能获胜。

Look at a day when you are supremely satisfied at the end. It's not a day when you lounge around doing nothing. It's when you've had everything to do, and you've done it.

让我们来看看你感到最满足的一天。这一天不应是你懒散度日，一事无成的一天，而应是你刚开始有一大堆事儿要干，最后都干完的一天。

Unit 1

Web Business

In the first year or so of Web business, most of the action has revolved around efforts to tap the consumer market. More recently, as the Web proved to be more than a fashion, companies have started to buy and sell products and services with one another. Such business-to-business sales make sense because business people typically know what product they're looking for.

Nonetheless, many companies still hesitate to use the Web because of doubts about its reliability.

"Businesses need to feel they can trust the pathway between them and the supplier," says senior analyst Blane Erwin of Forrester Research. Some companies are limiting the risk by conducting online transactions only with established business partners who are given access to the company's private Internet.

Another major shift in the model for Internet commerce concerns the technology available for marketing. Until recently, Internet marketing activities have focused on strategies to "pull" customers into sites. In the past year, however, software companies have developed tools that allow companies to "push" information directly out to consumers, transmitting marketing messages directly to targeted customers. Most notably, the Pointcast Network uses a screen saver to deliver a continually updated stream of news and advertisements to subscribers' computer monitors. Subscribers can customize the information they want to receive and proceed directly to a company's Web site. Companies such as Virtual Vineyards are already starting to use similar technologies to push messages to customers about special sales, product offerings, or other events.

第一单元

网上商务

在网上商务开通的第一年左右,绝大部分商务活动是围绕着打开消费者市场而展开的。就在最近,网络已被证实不仅仅是一种时髦事物,公司之间也开始买卖商品和互相提供服务。这样的公司对公司的销售方式很有意义,因为商业人士通常知道他们在寻找什么样的产品。

然而,许多公司仍在犹豫是否应该使用网络,因为他们对网络的可靠性感到怀疑。“公司对他们和供应商之间的渠道要求一种信任感,”福里斯特研究院的高级分析师布莱恩·欧文说。一些公司只授权几个固定的商业伙伴进入公司的私家网络,进行在线交易,以此降低风险。

电子商务模式的另一重大改变是网络营销技术的应用。直至最近,网络营销活动都一直集中关注“拉”顾客到网站的战略手段上。然而,在过去一年里,软件公司已经开发出一些工具,通过它们公司可将信息直接“推”给顾客,把市场信息直接传给目标消费群体。最惹人注意的是,Pointcast 网络公司利用一个屏幕保护程序将不断更新的新闻和广告发送到联网者的计算机显示器上。联网者便能够取得他们需要的信息并可以直接进入某公司网页。像 Virtual Vineyards 这样的公司已经开始使用类似的技术将有关特价、产品信息、样

But push technology has earned the contempt of many Web users. Online culture thinks highly of the notion that the information flowing onto the screen comes there by specific request. Once commercial promotion begins to fill the screen uninvited, the distinction between the Web and television fades. That's a prospect that horrifies Net purists.

But it is hardly inevitable that companies on the Web will need to resort to push strategies to make money. The examples of Virtual Vineyards, Amazon.com, and other pioneers show that a Web site selling the right kind of products with the right mix of interactivity, hospitality, and security will attract online customers. And the cost of computing power continues to free fall, which is a good sign for any enterprise setting up shop in silicon. People looking back 5 or 10 years from now may well wonder why so few companies took the online plunge.

名人名言

Nature never deceives us, it is always us who deceive ourselves.

——Rousseau

品以及其他信息推向顾客。但是许多网络用户反感这种硬塞的方式。在线文化高度重视这样的概念:涌到屏幕上的信息是应具体要求而来的。一旦商业促销未经许可就能涌入电脑屏幕,网络和电视之间的区别就会消失。这是一个令从事网络的人感到恐惧的前景。

但是网上公司并非一定需要求助于硬塞策略来赚钱。Virtual Vineyards、亚马逊和其他先锋网络公司的例子证明,一个网站若能恰当使用互动、友好和安全的方式销售合适的产品,是能够招来顾客的。硬件成本的不断下降,对任何一个想要在网上开电子商店的企业来说都是一个好迹象。回望过去的五年或者十年,人们会奇怪当时只有那么少的公司涉足在线营销领域。

名人名言

大自然永远不会欺骗我们,欺骗我们的往往是我们自己。

——卢梭

web /web/ *n.* 网, 蜘蛛网 ||

[联想词] **Internet**

/'intənet/ *n.* [the I-] 国际
互联网, 因特网

typical /'tipikəl/ *adj.* (of) 典
型的, 有代表性的

nonetheless /,nʌnðə'les/ *I*

conj. 然而, 不过 || *adv.* 仍
然, 不过 || [联想词] **ne-**

vertheless /,nevəðə'les/ *I*
conj. 然而, 不过 || *adv.* 仍
然, 不过

hesitate /'heziteit/ *v.* 1. 犹
豫, 踌躇 2. 含糊, 支吾

reliable /ri'laɪəbl/ *adj.* 可靠
的, 可信赖的 || [联想词]

reliability /ri,laɪə'biliti/ *n.*
可靠性 □ **reliance**
/ri'laɪəns/ *n.* 信赖, 依赖

risk /risk/ *I v.* 冒…的危险
|| *n.* 冒险, 风险 || [联想

词] **hazard** /'hæzəd/ *I n.*
危险, 冒险, 危害 || *v.* 冒
险, 拼命 □ **peril** /'peril/ *n.*

1. 险境, 险情, 风险 2. 冒
险行为 □ **venture**
/'ventʃə/ *v.* 冒险, 拼, 敢于

transaction /træn'zækʃən/
n. 1. 办理, 处理 2. 交易,
事务 3. [pl.] 会报, 学报

access /'ækses/ *n.* 1. 接近,
进入 2. 入口, 通路 3. 接近
(或进入)的方法 || [联想
词] **entry** /'entri/ *n.* 1. 进
入, 入口 2. 通道 3. 记载,
条目

shift /ʃift/ *I v.* 1. 替换, 转
换 2. 移动 || *n.* 1. 转换, 转

变 2. (轮)班, (换)班 ||

[联想词] **transfer**

/træns'fə:/ *v.* 1. 转移, 调
动 2. 转让, 过户

commerce /'kɒmə:s/ *n.* 商
业, 贸易 || [联想词] **com-**
mercial /kə'mə:ʃəl/ *adj.* 商
业的, 商务的, 贸易的

available /ə'veɪləbl/ *adj.* 1.
可用的, 可得到的 2. 可以
见到的, 随时可来的

strategy /'strætɪdʒi/ *n.* 战
略, 策略 || [联想词] **ma-**
neuver /mə'nu:və/ *I n.*
策略; 调动 || *v.* 用策略; 调
动 □ **contrive** /kən'traɪv/
v. 1. 谋划, 策划 2. 设法做
到

transmit /trænz'mɪt/ *v.* 1. 传
播, 发射 2. 传递, 传导 ||
[联想词] **relay** /'ri:lei/ *I v.*
中继, 转播, 接力 || *n.* 接替
人员, 替班

deliver /di'livə/ *v.* 1. 交付,
递送 2. 发表, 表达 3. 释放
4. 接生 || [联想词] **con-**

vey /kən'vei/ *v.* 1. 运送,
搬运 2. 转运 3. 传达, 传播

subscribe /səb'skraɪb/ *v.* 订
购, 订阅

contempt /kən'tempt/ *n.* 轻
蔑, 藐视 || [联想词]
scorn /skɔ:n/ *v. /n.* 轻蔑,
藐视

promote /prə'məʊt/ *v.* 1. 促
进, 发扬 2. 提升, 提拔 3.
增进, 助长 || [联想词]

promotion /prə'məʊʃən/