

恩波 考研英语辅导丛书

提高阅读词汇量

考研篇

主编 / 李寄

审订 / 恩波



阅读突破
词义发散
双语语境
美文欣赏



集词汇、阅读、翻译于一体
国内独创 一本多用

国家行政学院出版社

根据最新考研大纲要求编写

提高阅读词汇量

考研篇

主编	李	寄		
编者	马	寄	虎	博
	刘	波	翁	小青

国家行政学院出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

提高阅读词汇量. 考研篇/李寄主编. —北京: 国家行政学院出版社, 2003

ISBN 7-80140-278-2

I. 提… II. 李… III. ①英语-阅读教学-研究生-入学考试-自学参考资料②英语-词汇-研究生-入学考试-自学参考资料 IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 017258 号

敬告读者: 本书封面贴有防伪标识, 揭下表层后可见阴阳相对镂空“行政学院”字样, 无此者均为盗版。

提高阅读词汇量. 考研篇

李寄 主编

*

国家行政学院出版社出版发行

北京市海淀区长春桥路 6 号

邮政编码: 100089

发行部电话: 68920589 68929098

新华书店经销

北京市高岭印刷厂印刷

*

787 × 960 1/32 开本 14.5 印张 324 千字

2003 年 3 月第 1 版 2003 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 7-80140-278-2/H·64 定价: 17.80 元

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《提高阅读词汇量——考研篇》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。

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。提高阅读词汇量

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
于南京大学

目 录

Unit 1	Web Business	2
	网上商务	3
Unit 2	Mad Cow Fears	8
	疯牛病恐慌	9
Unit 3	Hackers: The Enemy on the Internet	14
	互联网敌人——黑客	15
Unit 4	El Niño	20
	厄尔尼诺	21
Unit 5	American Economic System	26
	美国的经济体系	27
Unit 6	How to See a Person's Growth	32
	如何看待一个人的成长	33
Unit 7	Netiquette (I)	38
	网上礼仪(一)	39
Unit 8	Netiquette (II)	44
	网上礼仪(二)	45
Unit 9	Information Is Power	50
	信息就是力量	51
Unit 10	Cashless Society	56
	无现金社会	57
Unit 11	Kind Bill Gates	62
	慈善的比尔·盖茨	63
Unit 12	Dance of Death	68
	死亡之舞	69
Unit 13	Professionals and Amateurs	74
	专业人员与业余人员	75

Unit 14	The Virtue Americans Value Highly	80
	美国人看重的美德	81
Unit 15	Gene Therapy	86
	基因疗法	87
Unit 16	Who Is Liable for Customers' Misfortunes?	92
	谁对顾客的不幸负责?	93
Unit 17	Economic Models of the World	98
	世界经济模式	99
Unit 18	Personality and Environment	104
	个性与环境	105
Unit 19	Want-to-dos or Have-to-dos?	110
	“我要做”还是“不得不做”?	111
Unit 20	What Is Drug?	116
	什么是药物?	117
Unit 21	Develop a Peaceful Heart	122
	静心二则	123
Unit 22	Economics: a Precise Science?	128
	经济学是一门精密的科学吗?	129
Unit 23	Bring Birth Rate under Control	134
	控制人口出生率	135
Unit 24	Entrepreneur	140
	开拓型企业家	141
Unit 25	How New York Became America's Largest City?	146
	纽约是怎么变成美国最大城市的	147
Unit 26	Credit Card	152
	信用卡	153
Unit 27	A New Currency "Euro"	158
	新货币“欧元”	159
Unit 28	Alphabet for Effective Manager	164
	效率高的经理的基本条件	165

Unit 29	The Merging of Man and Computer	
	in 21 Century	170
	21 世纪人与计算机的契合	171
Unit 30	Postwar Japan	176
	战后日本	177
Unit 31	There Is More We Can Do	182
	我们可以做得更多	183
Unit 32	Don't Try to Clone People	188
	不要试图克隆人	189
Unit 33	Is It Safe to Buy Online?	194
	网上购物安全吗?	195
Unit 34	The Prospects for Cancer Treatment	200
	癌症治疗的前景	201
Unit 35	Global Warming Hits Ocean	206
	全球气候变暖使海洋遭殃	207
Unit 36	National Parties in the United States	212
	美国的全国性政党	213
Unit 37	Vocabulary Evolution	218
	词汇演变	219
Unit 38	On Patents	224
	专利漫谈	225
Unit 39	The Impact of WTO on China's	
	Telecommunications	230
	加入 WTO 对中国电信的影响	231
Unit 40	Humor	236
	幽默	237
Unit 41	Cholesterol and Heart Disease	242
	胆固醇与心脏病	243
Unit 42	GM Food	248
	转基因食品	249
Unit 43	Agriculture in America	254

	美国的农业	255
Unit 44	Children's Language Acquisition	260
	儿童言语习得	261
Unit 45	Noise Pollution	266
	噪音污染	267
Unit 46	Implications of Private Car	272
	私人汽车意味着什么	273
Unit 47	The Aral Sea —— Saving the Last Drop	278
	拯救濒临干涸的咸海	279
Unit 48	Intelligent Gizmos	284
	智能化机械	285
Unit 49	Lions Give Birth to Tigers	290
	狮子要生老虎	291
Unit 50	Physician-assisted Suicide	296
	医助自杀	297
Unit 51	The Second Industrial Revolution	302
	第二次工业革命	303
Unit 52	Entropy	308
	熵	309
Unit 53	Religions in the World	314
	世界上的宗教	315
Unit 54	The Great American Millionaires	320
	美国大富豪	321
Unit 55	Small Enterprises	326
	小企业	327
Unit 56	Disputes on Euthanasia	332
	有关安乐死的争论	333
Unit 57	Address before the Congress Following the Moon Landing	338
	登月之后在国会的演讲	339
Unit 58	Hollywood Legend —— Marilyn Monroe	344

	好莱坞传奇——玛莉莲·梦露	345
Unit 59	Reflections on Life	350
	人生沉思	351
Unit 60	To Workaholics	356
	致工作狂	357
Unit 61	Every Person Is Responsible for His/Her Actions	362
	每个人都要对自己的行为负责	363
Unit 62	Arctic Ocean Will Soon Be an Open Sea	368
	北冰洋不久将成为不冻海	369
Unit 63	Postwar America	374
	战后美国	375
Unit 64	Inaugural Address by Bill Clinton	380
	克林顿总统就职演说	381
Unit 65	Rules for Behavior in Public Places	386
	公共场所的行为规范	387
Unit 66	Could Economic Decline Return?	392
	经济衰退会重来吗?	393
Unit 67	Amazing Aspirin	398
	神奇的阿斯匹林	399
Unit 68	Recreations in US	404
	美国的娱乐活动	405
Unit 69	Americans; a Definition	410
	我说美国人	411
Unit 70	Hydrogen: Car Fuel of the Future	416
	氢:未来的汽车燃料	417
	考研核心词汇导学	422

	美国的农业	255
Unit 44	Children's Language Acquisition	260
	儿童言语习得	261
Unit 45	Noise Pollution	266
	噪音污染	267
Unit 46	Implications of Private Car	272
	私人汽车意味着什么	273
Unit 47	The Aral Sea —— Saving the Last Drop	278
	拯救濒临干涸的咸海	279
Unit 48	Intelligent Gizmos	284
	智能化机械	285
Unit 49	Lions Give Birth to Tigers	290
	狮子要生老虎	291
Unit 50	Physician-assisted Suicide	296
	医助自杀	297
Unit 51	The Second Industrial Revolution	302
	第二次工业革命	303
Unit 52	Entropy	308
	熵	309
Unit 53	Religions in the World	314
	世界上的宗教	315
Unit 54	The Great American Millionaires	320
	美国大富豪	321
Unit 55	Small Enterprises	326
	小企业	327
Unit 56	Disputes on Euthanasia	332
	有关安乐死的争论	333
Unit 57	Address before the Congress Following the Moon Landing	338
	登月之后在国会的演讲	339
Unit 58	Hollywood Legend —— Marilyn Monroe	344

隽语携君

It has been my philosophy of life that difficulties 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，唯有日日前行、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

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

starting to use similar technologies to push messages to customers about special sales, product offerings, or other events. 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 is conquered by obeying her.

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

——Rousseau

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

服从自然,方可战胜自然。

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** /'intənət/ *n.*

[the I -] 国际互联网, 因特网

revolve /ri'vɒlv/ *v.* (使) 旋转 ||

[联想词] **rotate** /rəu'teɪt/ *v.*

(使) 旋转 □ **rotary** /'rəutəri/

adj. 旋转的 □ **spin** /spɪn/ *v.*

(spun /spʌn/) 旋转; 纺纱; 织

网; 吐丝 □ **reel** /ri:l/ *v.* 卷,

绕

consume /kən'sju:m/ *v.* 消费,

消耗, 耗尽 || [联想词] **con-**

sumer /kən'sju:mə/ *n.* 消费

者, 用户

typical /'tipɪkəl/ *adj.* (of) 典型

的, 有代表性的 || [联想词]

representative /,reprɪ-

'zentətɪv/ *I adj.* (of) 典型

的, 有代表性的 *II n.* 代表, 代

理人

nonetheless /,nʌnðə'sles/ *I*

conj. 然而, 不过 *II adv.* 仍

然, 不过 || [联想词] **never-**

theless /,nevəðə'sles/ *I conj.*

然而, 不过 *II adv.* 仍然, 不过

hesitate /'hezɪteɪt/ *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] **relia-**

bility /ri,laɪə'biliti/ *n.* 可靠性

□ **reliance** /ri'laɪəns/ *n.* 信

赖, 依赖 □ **rely** /ri'laɪ/ *v.* 1.

(on) 依赖, 依靠 2. 信赖, 信任

analysis /ə'neɪləsɪs/ *n.* 分析, 分

解 || [联想词] **analytic** (al)

/,ænə'litik (əl)/ *adj.* 分析的,

分解的 □ **analyze** /'ænblaɪz/

v. 分析, 分解 □ **analyst**

/'ænəlist/ *n.* (擅长计算机程

序、化学等的) 分析师, 分析专

家

risk /risk/ *I v.* 冒... 的危险 *II*

n. 冒险, 风险 || [联想词]

hazard /'hæzəd/ *I n.* 危险,

冒险, 危害 *II v.* 冒险, 拼命

□ **peril** /'perɪl/ *n.* 1. 险境, 险

情, 风险 2. 冒险行为 □ **ven-**

ture /'ventʃə/ *I v.* 1. 冒险,

拼, 敢于 2. 大胆表示 *II n.* 冒

险事业, 拼, 闯

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 /ʃɪft/ *I v.* 1. 替换, 转换

2. 移动 *II n.* 1. 转换, 转变 2.

(轮) 班, (换) 班 || [联想词]

transfer /træns'fɔ:/ *v.* 1. 转

移, 调动 2. 转车 3. 转业, 转

学 4. 转让, 过户

commerce /'kɒmə:s/ *n.* 商业,

贸易 || [联想词] **comm-**

ercial /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