



快餐英语

丛书

丛书主编 柴明颀 本书编著 程斐恩

10分钟娱乐英语

Ten Minutes to Brush up

ENTERTAINMENT



世界图书出版公司

世图音像电子出版社



快餐英语

丛书

丛书主编 程艾慈 本书编著 程艾慈

10

分钟娱乐英语

Ten Minutes to Brush up

ENTERTAINMENT



世界图书出版公司

世图音像电子出版社

书 名：10 分钟娱乐英语(录音带 1 盒)

编 者：程斐恩

责任编辑：金 舫

封面设计：范峤青

出版发行：上海 **世界图书出版公司**

版 次：2001 年 12 月第 1 版第 1 次印刷

印 刷：上海出版印刷有限公司印刷

ISBN：7-88742-099-7

ISRC：CN-M46-01-0099-0/A·H77

前言

众所周知,英语是国际交往中不可或缺的重要交际工具。随着我国改革开放的不断深入,国际交往的频率不断加快,英语的使用领域也越来越广泛。从酒店、商店等服务性行业到工厂的生产流水线等的加工行业,从商业洽谈到政务交流,从学习吸收、合作研究到共同开发、互相交流,无处不在使用英语。如今 APEC 会议的召开,申奥成功,加入 WTO 都进一步地向人们预示着学习英语的重要性。同时学习英语者队伍的不断壮大也充分展示出人们对外语的重视程度。

在现代社会中,人们的工作和生活节奏越来越快。为了更好地适应社会发展的需求,大家需要不断地挤出时间去学习掌握新的知识和技能。是否能以一种轻松愉快、闲时翻看、随时上口的休闲方式学习英语就成了我们广





大英语教学者寻求的教学目标。我们这套《快餐英语丛书》正是在这种形势下应运而生的。丛书集知识性、实用性和趣味性于一体,能帮助广大英语学习者较为轻松地学英语。

丛书的知识性体现在选材的丰富多彩和语言的循序渐进,以及对语言点恰到好处的注释。无论是成语,还是文章都为读者提供了增长知识的好机会。这里的知识包括语言知识,如:语法、词汇以及句型和功能等,和文化知识,如:人文、历史、风俗和社会等。

丛书又不乏其实用的一面。全书从语言使用的情景和功能,以及在不同场合下使用的变化讲授语言的句型和词汇。更主要的是丛书突出了语言实际应用的情景。日常会话、商务洽谈,大家可以通过学习举一反三。

当然为了提高广大读者的学习兴趣,丛书的趣味性也是必不可少的。枯燥乏味的学习只能导致学习的退步甚至停顿。丛书中丰富的英语文化背景知识将大大提高学习英语的趣味性,使学习更为有效。

不过要学好英语,光有以上这些外部条

件是不够的,坚持每天花一些时间,哪怕只是10到20分钟是很有必要的。一次学习的时间不需要很长,但是坚持每天不断地学习、练习,才能较有效地学会使用英语。不看、不听、不讲或三天打鱼式的学习是不能学会使用英语的。《快餐英语丛书》正是为适应今天快节奏的生活中少量的空闲时间而编写出版的。工作之余、上班途中、茶余饭后,随手翻看、随口哼吟,长此以往收益将是很丰厚的。每天短短几分钟的学习将会起到意想不到的成效。

不过学习英语不仅仅是学习英语语法和词汇,学习英语是一种文化的学习。只有在一定程度上了解掌握了所学语言的文化内涵,语言学习才会取得理想的效果。丛书中的句型、成语以及故事内容都给读者提供了丰富的语言文化。

《快餐英语丛书》还是增加学生英语学习操练的机会,扩大阅读量和补充词汇量的辅助学习材料。语言是和生活紧密结合的。如果把英语学习仅仅禁锢于课本学习上是远远





不能满足学习的要求的。通过课外英语操练的增加,学生自身的英语技能才能巩固和提高。同时丛书提供的句型和词汇以及文章的文体和内容等也能促进帮助学生完成英语学习。无论是成人还是青少年学生,无论是闲来翻看还是为了参加考试,从这套丛书中学习英语都可获益。

在此我要感谢全体编撰人员为我们的英语学习者编写了一套学习英语的好书。同时也要感谢世界图书出版公司的陈平健先生的鼓励和督促。没有大家的辛勤劳动,出版这套丛书是不可能的。当然,我们也敬请广大读者在学习的同时给我们提出宝贵的意见和建议,以便我们编写出更适合大家学习的英语教材和读物来。

柴明颀

2001年8月6日于上海

编 者 的 话

要学习地道纯正的英语,不能光学英语语法,还应该学习英国和美国人的说话。而人们日常讲话的随意性又给规范的语言语法学习带来种种障碍和困惑,所以语言学习是一个长期的过程,需要语境、文化背景以及大量的实例和体验。

无论小孩还是成人,只要是有兴趣的东西就能事半功倍地习得,这已经是不争的事实。我们希望你能说一口流利的英语,能迅速看懂国外的报章杂志,能在上网时用最少的时间获取最大量的信息。既学习英语,又在短时间内感受西方娱乐文化资讯,了解西方文化习俗。但是,学习语言往往没有捷径,需要你付出大量的时间和精力,如何能将这时间变得有趣而有效,这就是我们这本娱乐英语的宗旨。

娱乐事业不仅仅是一个事业,而且在西方成为一个产业,一个工业化的巨头。流行明星(POP STAR)可以说是西方文化产业的





结果。影视对白和歌词文化反映最新最流行的欧美青年语言及心理,而且并不特别强制要通过艰苦的学习过程,所以在平时看电影、听流行歌曲的过程中,可以自然而然地习惯欧美英语的语言思维,提高英语交际能力。而且,流行文化涉及的词汇和语言都是最简单通俗,又是最流行生动的。久而久之,你就能培养英语语感,以及用英语交流的自信。

另一方面,大量的阅读材料泛滥于我们的生活。如果你能够在日常生活中阅读自己感兴趣的英语文章或娱乐资讯,那么对于你个人的英语语感,或者是语言学习的自信,都会有极大的帮助。希望通过阅读这本小书,你会对英语感到有兴趣,能够体会到语言学习的五花八门,精彩纷呈。所以,我们在精选小文章的同时在每个章节后加入了“缤纷一刻”,引入了小幽默、娱乐简讯、有用的娱乐英语的网址等等,都是希望这本小书能够带给你真正的放松。

当然,真正的原版电影、流行歌曲、动漫卡通,都不可能在这本平面的小书上完全体现。我们只是希望让文字展现的崭新思路,让您有所启示。编写过程中如有任何疏漏欠妥,也敬请指正。

目 录

第一章 影视英语.....	1
一、开场白	1
二、有关看电影和谈论电影的句型	5
三、有用的词汇	9
四、电影奖项	12
五、有关电影译名	17
六、影迷的对话	19
七、学会看娱乐新闻	23
八、缤纷一刻(精彩电影对白)	31
第二章 流行音乐	39
一、开场白	39
二、有用的词汇	43
三、对话	47
四、阅读	49
五、缤纷一刻(歌词选辑)	78
第三章 饮食文化	86
一、开场白	86
二、有用的句型	88





三、常用词汇	93
四、酒吧里的对话	96
五、咖啡文化	99
六、缤纷一刻(幽默和笑话)	110

第四章 体育运动——塑身、健美、 减压	114
一、开场白	114
二、有关各项体育活动的词汇	116
三、对话	126
四、有用的句型	133
五、阅读	138
六、缤纷一刻	146

第五章 看卡通漫画	155
一、开场白	155
二、卡通与漫画的专业名词	157
三、谈论卡通	158
四、阅读	160
五、缤纷一刻	172

第六章 宠物情结	178
一、开场白	178

二、谈论宠物	179
三、有关宠物话题的词汇	182
四、阅读	182
五、缤纷一刻	196
 第七章 西方节俗娱乐	 204
一、开场白	204
二、美国主要节日	206
三、西方星座与中国生肖对比	207
四、常用的句型	207
五、对话	209
六、阅读	217
七、幽默和笑话	230



第一章

影视英语

一、开场白

电影起源于美国,在全世界非常流行,是人们日常生活中一项普通的休闲社交活动。如今,虽然受到电视和影碟的冲击,它仍旧成为人们约会和休闲娱乐的重要项目。西方的电影院比剧院要随意得多,没有着装限制,可以随时买票,随时入场。随着私人汽车的普及,汽车影院也应运而生,人们在开车旅行的途中,可以开进汽车影院,舒服地坐在自己的车里,观看大屏幕的电影。

影片的内容针对不同的年龄阶层分为几级:G 代表普通级 (GENERAL AUDIENCE), PG 级 (PARENTAL GUIDANCE NEEDED)指未成年的小孩必须由其父母陪同观看, X 级 (X-rated movie)是成人(限制

1

10
分钟
娱乐
英语





级)电影,18岁以下禁止观看。

全世界最发达的电影业首推美国。位于美国加利福尼亚的好莱坞是美国电影工业的中心,也是全球瞩目的电影之都。大量电影在这里生产,风靡全球,大批明星和准明星云集此地,实现他们的梦想。好莱坞被称作梦想之都,而有一家电影公司干脆取名就叫“梦工厂”(Dream Works)。精心编排的情节冲突,迷人的明星,特别的镜头语言,甚至是拍片的巨资,都使电影成为人们谈论的兴奋点。虽然大大小小的电影公司在不断的兼并中汲汲营营,但是大规模的巨星企业仍然集中在好莱坞,如派拉蒙、米高梅等。

早在20世纪二三十年代,派拉蒙公司就是好莱坞五大电影制片厂中的最重要的一个,而今仍然在美国电影业中占有重要的一席之地。20世纪初,在阿尔道夫·楚克曲的领导下,派拉蒙公司就建立了“一揽子租片”的方法,并在20年代控制了全国1000多家影院。从某种意义上说,这是个导演和作家的公司,它拥有像思斯特·刘别谦、冯·斯登堡、比莱·怀尔德、西席·地密尔和里奥·哈莱等众多著名的电影制作者。由于该公司雇

用了大量的欧洲导演,因此影片也稍具有一定的欧洲味道。近期派拉蒙公司出品的 *The Mission Impossible: 2* 和 *Shaft* 仍受到广大影迷的喜爱。

早期的米高梅公司,是在路易斯·梅育和欧文·萨尔堡的控制下。虽然此时它的年产量和首轮影院等都相对低于派拉蒙公司,但它却以明星公司而著称;格丽泰·嘉宝、裘蒂·嘉伦、克拉克·盖博、李昂耐尔·巴里摩和米奇·尼龙等等大明星都在这家公司。米高梅公司的影片讲究浪漫、热闹和表面的光彩,耗资巨大、气派豪华,《飘》便是这家公司的突出标志。

阅 读

POPCORN AT THE MOVIES

电影院里为什么卖爆米花

It wasn't until the early twentieth century that popcorn became a universal American snack. This was due largely to Cloyd H. Smith, an Iowa farm boy who formed the American Popcorn Company in 1914 and began selling his Jolly Time brand shortly





after. Gradually, home popping became a national fad.

The introduction of popcorn in movie theaters did not happen until a decade and a half later. Theater managers in the 1920s usually barred popcorn from the premises (经营场所), because their patrons were distracted by the crunching. They relented only in the 1930s, after having been hounded for years by vendors selling under their marquees. The managers changed their minds because they needed cash during the Depression and sought it from lobby concessions. This is not as plausible as it seems, for the movie industry actually thrived in those years, as the American public's need for escapist entertainment helped to fuel Hollywood's Golden Age. A more likely explanation is that with the introduction of sound in the late 1920s, theatergoers were no longer distracted by the crunching and could use popcorn as they had long used chewing gum—as a means of registering,

and defusing, dramatic tension.

注释:

due (largely) to 因为,(很大程度上)归因于

premise /'premis/ 经营场所

patron /'peitrən/ 资助人,赞助人

distract /dis'trækt/ 转移

crunch /krʌntʃ/ 吱吱嘎嘎声

plausible /'pləʊzəbl/ 似是而非的

defuse /di:fju:z/ 使缓和,去掉危险

二、有关看电影和谈论电影的句型

① 去看电影

● How about going to a movie?

去看场电影好吗?

● Let's go to the movie house to see what's on.

我们去电影院看看那里放什么电影。

● They are playing *Erica Brovinch*.

正上映《永不妥协》。

● Have you got any seats for tomorrow?

明天的票有吗?

5

10
分钟
娱乐
英语

