

图书基本信息

书名：<<考研英语工具书阅读基础-最新版-适用于考研英语>>

13位ISBN编号：9787564069247

10位ISBN编号：7564069244

出版时间：2012-10

出版时间：北京理工大学出版社

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

前言考研英语试卷由阅读理解(40%)、新题型(10%)、翻译(10%)、写作(30%)和英语知识运用(10%)五大部分构成,可见阅读理解在考试中的重要地位。

阅读理解要取得理想的成绩,需要扎实的基础和独特的解题方法,而本书编写的目的正是要帮助考生夯实阅读基础。

阅读理解始于精读在过去多年的考研教学中,很多考生都会提到一个困扰他们很久的问题——为什么已经进行了大量的阅读练习,正确率却没有明显提高?

其实,最重要的原因就是考生没有进行足够的精读训练。

所谓“精读”:第一,在练习过程中不受时间约束,考生要尽可能找到文章的主题和每个段落的中心,理解段落与段落之间的逻辑联系,分析作者的观点态度;第二,遇到不熟悉、理解不通的单词或词组时,要查阅字典和词汇书,勤做笔记;第三,每篇文章都需要摘出几个典型长难句进行分析翻译。

只有在精读的基础上,才有可能实现从感性认识向理性认识的升华,逐渐提高阅读速度和解题正确率。

与此同时,阅读理解的精读还可以帮助其他题型的复习。

在阅读过程中勤查字典与词汇书,把握词的多义,实际上带动了完形填空的复习。

其次,做阅读理解时把文章中的长难句摘出,进行分拆翻译,这就等于练习了翻译部分。

最后,在做完阅读后,把文章中常见的句型和表达记录下来,这有助于提高写作的能力。

本书的构成及使用方法本书根据考生的基础阶段复习要求编写,既巩固了前期词汇和语法的学习,又能帮助考生在基础阶段真正提高英语阅读理解能力。

全书总共分为25单元,每单元都挑选了一篇与真题体裁相同,但难度略低的文章。

考生须在规定时间内完成练习,然后参考文后试题精解的六大模块。

脉络速览概括文章主题与各段中心思想,有助于考生把握不同题材文章的整体思路。

考生可以在解题之后先做主题和各段中心的概括,然后对照脉络列表寻找自己概括中出现的偏差,重新梳理。

词汇点睛挑选文中最重要而且出现频率较高的单词进行讲解,同时提供同义词、同根词或例句帮助考生记忆。

难句赏析从文中选择三、四句具有代表性的长难句进行精析,考生可以根据前期所学的语法长难句知识进行巩固。

试题解析对每道试题的出题点、干扰信息进行了详细的分析,并提供题干与选项的中文翻译,有助于考生查找解题错误的原因。

精彩译文提供精确的文章翻译,帮助考生更好地理解文章思路,把控文章题材。

同源练习经过前面五大模块的学习和梳理,考生可以通过同源练习进行巩固。

同源练习是根据题材相同,题目设置角度相同,干扰设置相同等不同角度进行选择,可以帮助考生有效地进行回顾与演练。

阅读能力的培养非一日之功。

学习要持之以恒,坚持不懈。

只要你的学习方法符合英语学习的客观规律,那么坚持就会成功。

最后用一句经典的话给大家带去些许祝福:A person with persistence will succeed over a person with more talent, more education or more money. (敢于坚持之人胜于那些比自己聪明,博学,富有的人。

)编者

作者简介

屠皓民，考研名师，北京师范大学英语语言文学硕士，美国哥伦比亚大学访问学者，海天考研鲲鹏英语研究院副院长。

曾先后执教于北京师范大学外文学院、北京新东方学校国内部，并担任教育部考试中心、北京教科院的翻译工作。

在核心学术期刊上发表论文数十篇，多次接受新浪、腾讯等教育频道邀请进行研究生入学英语考试、四六级考试等分析、预测和点评，并出版翻译考研系列书籍、《高级听力》、《六级一本通》等。

屠老师深谙命题规律和解题套路，授课思路清晰，方法实用，将考试要点和基础知识紧密结合，易于掌握，使考生在真正提高能力的同时顺利通过考试，深受学生喜爱，口碑相传。

章节摘录

版权页： Over the past decade, many companies had perfected the art of creating automatic behaviors-habits among consumers. These habits have helped companies earn billions of dollars when customers eat snacks, apply lotions and wipe counters almost without thinking, often in response to a carefully designed set of daily cues. "There are fundamental public health problems, like dirty hands instead of a soap habit, that remain killers only because we can't figure out how to change people's habits," Dr. Curtis said. "We wanted to learn from private industry how to create new behaviors that happen automatically." The companies that Dr. Curtis turned to-Procter & Gamble, Colgate-Palmolive and Unilever-had invested hundreds of millions of dollars finding the subtle cues in consumers' lives that corporations could use to introduce new routines. If you look hard enough, you'll find that many of the products we use every day-chewing gums, skin moisturizers, disinfecting wipes, air fresheners, water purifiers, health snacks, antiperspirants, colognes, teeth whiteners, fabric softeners, vitamins are results of manufactured habits. A century ago, few people regularly brushed their teeth multiple times a day. Today, because of canny advertising and public health campaigns, many Americans habitually give their pearly whites a cavity-preventing scrub twice a day, often with Colgate, Crest or one of the other brands. A few decades ago, many people didn't drink water outside of a meal. Then beverage companies started bottling the production of far-off springs, and now office workers unthinkingly sip bottled water all day long. Chewing gum, once bought primarily by adolescent boys, is now featured in commercials as a breath freshener and teeth cleanser for use after a meal. Skin moisturizers are advertised as part of morning beauty rituals, slipped in between hair brushing and putting on makeup. "Our products succeed when they become part of daily or weekly patterns," said Carol Berning, a consumer psychologist who recently retired from Procter & Gamble, the company that sold \$ 76 billion of Tide, Crest and other products last year. "Creating positive habits is a huge part of improving our consumers' lives, and it's essential to making new products commercially viable."

编辑推荐

阅读是考研英语中的重头戏，占据举足轻重的地位。

曾有人不无夸张地说：“得阅读者得天下”。

但是英语阅读往往又是众多学习者和考生的弱项，其中一个重要原因是缺啥阅读量。

英语实践性极强，阅读尤为如此、突破英语阅读必须有针对性地做一定量的阅读练习，以战备战，对广大考生而言，这是必由之路。

阅读设计五个层次能力的运用，包括词汇认知、语法结构、阅读速度、理解能力、阅读技巧。

这些能力的掌握不是靠纸上谈兵，可以说，阅读量是阅读能力的基础。

本书是考研英语基础阶段使用的教材，覆盖应对考研英语的所有知识点与考试点。

具有较高的权威性；从精确性上讲，本书对考研英语的考点做了最准确、最精炼的总结和分析；从完整性上讲，这本书真正达到了“凡是别人有的，这本书都要有，一个字也不少；凡是别人没有的，只要考试需要，这本书也要有”的最高境界。

在严格按照大纲编写基础上，本书编者还结合自己多年的授课经验和心得，对本书做了精密的加工和提炼。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>