



M
Y
B
K

美英报刊 新闻作品选读

*Selected Reading of American &
British News*

王俊杰 赵树旺 栗文达 编著
赵 林 主审

中国  广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE



M
Y
B
K

H319.4
1306

美英报刊 新闻作品选读

Selected Reading of American & British News

王俊杰 赵树旺 栗文达 编著
赵 林 主审

美英报刊新闻作品选读 Selected Reading of American British News

编 著 王俊杰 赵树旺 栗文达

主 审 赵 林

责任编辑 李 颖

封面设计 李 山

责任校对 李 颖

发 行 赵 林

出版发行 中国广播电视出版社

电 话 010-635566 010-635565

邮 政 北京市西城区西便门大街二条九号 (邮政编码 100045)

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京海泰印刷厂

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 12.5

字 数 300千字

定 价 22.00元

ISBN 7-5043-5029-3/G·1876

书 号 7-5043-5029-3/G·1876

定 价 22.00元

ISBN 7-5043-5029-3/G·1876

定 价 22.00元

ISBN 7-5043-5029-3/G·1876

定 价 22.00元

ISBN 7-5043-5029-3/G·1876

定 价 22.00元

中国广播电视出版社
CHINA RADIO & TELEVISION PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (C I P) 数据

美英报刊新闻作品选读 = Selected Reading of American British News / 王俊杰, 赵树旺, 栗文达编著.

北京: 中国广播电视出版社, 2006. 8

ISBN 7-5043-5029-X

I. 美... II. ①王... ②赵... ③栗... III. 新闻—英语—阅读教学—高等学校—教材 IV. H319.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 095012 号

美英报刊新闻作品选读 Selected Reading of American British News

编 著	王俊杰 赵树旺 栗文达
主 审	赵 林
责任编辑	李晓霖
封面设计	张一山
责任校对	谭 霞
监 印	陈晓华
出版发行	中国广播电视出版社
电 话	86093580 86093583
社 址	北京市西城区真武庙二条 9 号 (邮政编码 100045)
经 销	全国各地新华书店
印 刷	北京海淀安华印刷厂
装 订	涿州市新华装订厂
开 本	787 毫米 × 1092 毫米 1/16
字 数	304 (千) 字
印 张	14.75
版 次	2006 年 8 月第 1 版 2006 年 8 月第 1 次印刷
印 数	5000 册
书 号	ISBN 7-5043-5029-X/G · 1876
定 价	27.00 元

(版权所有 翻印必究 · 印装有误 负责调换)

前 言

伴随我国新闻教育的不断深入,国内高校纷纷开展新闻专业英语教学,并出版了一系列相关教材。归纳起来,这些教材大致可以分为三类:一是经典论著类,以中国人民大学出版社出版的《新闻传播学专业英语教程》为代表。该教材以引导新闻学与传播学专业的高年级本科学生和研究生阅读专业原著为目的,主要内容是传播学论著、国外新闻发展史和著名新闻机构。二是新闻话题类,如西安交通大学出版社出版的《新闻英语教程》。该教材上册十个单元十个主题,主要是帮助新闻专业的学生了解国外新闻传播界关注的重要问题及相应观点。三是综合集纳类,如北京广播学院出版社出版的《高级新闻英语视读教程》,文章选自报纸新闻和广播、电视优秀新闻节目,便于读者学习和领会国际新闻写作技巧。

需要说明的是,国内高校英语专业最先开设“英语报刊选读”类课程。英语专业四级和八级考试都把“阅读英语报刊”列为测试的一项重要内容。2004年新版《高校英语专业四级考试大纲》规定:“能读懂难度相当于美国 Newsweek 的国际新闻报道。”《高校英语专业八级考试大纲》也明文规定:“能读懂一般英美报刊杂志上的社论和书评。”从已出版的教材来看,由南京国际关系学院端木义万教授主编的《美英报刊阅读教程》、《新编美英报刊阅读教程(中级本)》(中国社科出版社)、《美英报刊阅读教程(高级本)》(北京大学出版社)、《大学英语外报外刊阅读教程》(北京大学出版社)、《新编美英报刊阅读教程(普及本)》(世界图书出版社)等系列教材以及北京大学出版社周学艺编审主编的《美英报刊文章选读(上、下)》、《美英报刊导读》等教材,经多次重印或再版,在国内产生了

较大影响。

在新闻传播类专业英语教学中,我们发现:学生学习国外报刊优秀新闻作品,不仅能开阔知识视野,而且是掌握美英报刊英语的特点以及了解外国记者的新闻写作风格的重要途径,并有助于提高自身的阅读能力和写作能力。《美英报刊新闻作品选读》是一部专门为新闻学专业本科生编写的英文读物,它包括两部分:第一部分是美英重要报刊简介,第二部分是美英报刊新闻作品选读。前者帮助学生了解一些主要英美报刊的历史、特点、政治立场和观点等。后者按新闻题材分类,分为政治新闻、经济新闻、文化新闻、娱乐新闻、体育新闻、科技新闻、灾难新闻、暴力与犯罪新闻、讣告新闻和环境新闻等十个单元,包含22篇有代表性的作品。作者对每一部作品中的“难点”作了详尽注释。为了便于学生对新闻作品的理解,每部作品都附有“背景与分析”。

在教材编写过程中,我们参考和借鉴了国内外已出版的相关著作、教材的优点,融会和吸纳了近年来最新成果。由于作者水平有限,在选注过程中肯定会存在许多不妥之处,恳切希望同行和读者批评指正。

最后,要特别感谢本书责任编辑李晓霖老师,感谢李老师为本书付出的辛勤劳动,感谢中国广播电视出版社的宋培学副社长为本书出版给予的大力支持和帮助。

作 者

2006年6月28日

目 录

1 前 言

第一部分 美英报刊简介

3 一、美国的主要报刊

3 (一) 报纸

11 (二) 期刊

15 二、英国的主要报刊

15 (一) 报纸

19 (二) 期刊

第二部分 美英报刊新闻作品

23 Unit 1 政治新闻(Political News)

23 1. Schwarzenegger Wins

35 2. FBI's No. 2 Was "Deep Throat"

43 3. Blair's Blackest Day

52 Unit 2 经济新闻(Business News)

52 1. News Tycoon Stole Millions, U. S. Charges

61 2. IEA Urges Countries to Reduce Oil Dependence

65 3. Bush, Advisers Paint Rosy Picture of U. S. Economy

70	Unit 3 文化新闻(Cultural News)
70	1. Signing Off, Rather's Wish for Viewers Is Still "Courage"
78	2. Oxford and Cambridge Come Top of World League for Science
85	Unit 4 娱乐新闻(Entertainment News)
85	1. Books Vs. Movies
99	2. Lennon Lives
111	Unit 5 体育新闻(Sports News)
111	1. London Wins 2012 Olympic Bid
117	2. Mavericks Stall Rockets in Game 7, Cruise to 116-76 Rout
125	Unit 6 科技新闻(Science News)
125	1. NASA Offers Plan to Return to Moon by 2018
131	2. Pain Perception; Sex and Drugs
138	Unit 7 灾难新闻(Disaster News)
138	1. September 11, 2001
157	2. Storm Thrashes Gulf Coast
163	Unit 8 暴力与犯罪新闻(Violence and Crime News)
163	1. School Shooting in Minnesota Leaves 10 Dead, Many Wounded
168	2. Use of Dogs to Scare Prisoners Was Authorized
177	Unit 9 讣告新闻(Obituary News)
177	1. Ronald Reagan Dies at 93
184	2. Katharine Graham Dies at 84
196	Unit 10 环境新闻(Environment News)
196	1. Japan Expands Whaling Despite Widespread Decry
199	2. Changing Science

210	附录 1: 美英主要报刊及其网址
213	附录 2: 世界主要通讯社及缩略语
215	附录 3: 国际组织名称英汉对照
218	附录 4: 联合国机构名称英汉对照
220	附录 5: 奥运体育项目英汉对照
224	附录 6: NBA 篮球术语

第一部分

美英报刊简介

美国和英国的日报总数约两千多家，期刊约五千余种，其中绝大多数为地域性和专业性报刊，全国性日报和杂志为数并不多。下面简要介绍美英有代表性的报刊。

一、美国的主要报刊

(一) 报纸

美国的新闻业非常发达,全国有各类报纸 11000 家,其中日报 1600 多家,周报和半周报 8000 多家,各种小报不计其数。在美国,最有影响的报纸有《纽约时报》、《华盛顿邮报》、《洛杉矶时报》、《今日美国报》、《华尔街日报》、《纽约每日新闻》、《芝加哥论坛报》和《纽约邮报》;较有影响的报纸有《基督教科学箴言报》、《国际先驱论坛报》、《华盛顿新闻报》、《华盛顿每日新闻》、《巴尔的摩太阳报》等。

《纽约时报》

(The New York Times)

《纽约时报》位于纽约市中心的时报广场,为苏兹贝格(Sulzberger)家族所有。

《纽约时报》的创始人是亨利·J·雷蒙德和乔治·琼斯。他们当时打算创办一份比较严肃的报纸,来打破当时在纽约盛行的花花绿绿的新闻报道方式。1896 年,阿道夫·奥克斯将《纽约时报》纳为己有,在他领导下的《纽约时报》获得了国际性的认可和声誉。奥克斯去世后,其女婿阿瑟·苏兹贝格任发行人兼社长,1963 年由苏兹贝格之子彭区继任,1992 年由彭区之子小阿瑟接任。今天,《纽约时报》的拥有者是纽约时报公司,奥克斯的后代在这个公司内依然保持着重要的地位。

从奥克斯起,《纽约时报》就制定了独特的新闻守则,即“All the news that's fit to print”,意为“所有值得刊登的新闻”。“这句话每天印在第一版报头的左角,成了《纽约时报》办报的一个宣言,也成了新闻报道的一条铁律,它是招引数以万计读者的一块‘金字招牌’,也是百余年来报纸对读者的一种矢志不渝的承诺”^①。

这一信条后来在广告层面也有发展和延续。在广告上,《纽约时报》坚持自己的原则,保持与维护广告的格调与品位,不登欺骗、虚伪和令人误解的文字与图片,不登人身攻击的广告,不登有任何种族、宗教、性别、年龄及婚姻歧视的广告。正因为如此,《纽约时报》自创刊开始,虽历经两次世界大战、经济大萧条、罢工以及多次的家族危机,不仅历经百年长盛不

^① 杨晓明:《〈纽约时报〉的新闻“铁律”》,《青年记者》2004 年 12 月。

衰,而且以其客观严谨的报道态度,庄重凝练的大家风范,赢得了“权力机构的圣经”和20世纪人类历史的“档案记录报”的美誉。

《纽约时报》比较充分和详尽地报道了国内国际大事,尤其是国际新闻,并刊登一些重要演说及文件的全文(其他报纸一般只摘要报道)。而且它还定期编印全部文章索引,为学者进行研究工作提供了方便。美国历届总统和内阁成员常为该报提供内幕消息。该报订户包括美国各政府机关、大垄断公司、高等院校、图书馆和高级知识分子等,也是美国历届总统每天必读的一份报纸。在普利策新闻奖的获得者中,《纽约时报》遥遥领先。2004年,该报收入达三十多亿美元,在《财富》杂志“最值得羡慕的美国公司”排行榜上,名列出版业首位。

《纽约时报》分平日版和周日版两种版本,读者可以分开订阅。20世纪70年代,《纽约时报》进行了一些版面改革,平日版的内容由原来的两部分改为现在的A、B、C、D四大部分(section)。其中,A组以国际、国内、政府、政治新闻与社论为主,其头版也是全部报纸的头版,刊登国内外重大消息。B组主要以纽约新闻为主,轮流选登工业、劳工、科学、教育或福利等方面的新闻与文章。大量的分类广告也在B组。C组通常为经济、生活新闻。D组包括几个专题报道,每天轮流刊登科技、家庭、体育、旅游等新闻与特稿。星期日版中,除了报纸以外,还另附两个杂志形式的副刊:《纽约时报杂志》(*The New York Times Magazine*)和《纽约时报书评》(*The New York Times Book Review*)。

周日版的订数要高于平日版。2003年3月,《纽约时报》周日版的日平均发行量为68万份,平日版的日平均发行量为44.8万份。《纽约时报》篇幅之多,为世界报坛所罕见,有“货色齐全的新闻超级市场”之称。平日版一般为80至100个版面,星期日版是真正的“厚报”,一般为300个版面,有时高达400个版面。通常周日版有一两公斤重,夹有旅游、汽车、就业等各类周刊、专版和广告。1954年9月12日,报纸曾多达490版;1987年9月13日的周日版共1672版,重达5.15公斤,为《纽约时报》历史之最。由于报社75%的收入来自广告,那一天的广告收入也达到了创纪录的1700万美元。近年来,《纽约时报》还出现了杂志化的倾向,新开了不少周刊,比如“在家吃/出去吃”、“房与屋”等。

20世纪90年代,数字通信的飞跃发展开拓了获取新闻和信息的崭新渠道。美国报纸协会的一项调查表明:在美国,25%的19岁到34岁的青年人读网络报纸,而只有19%的年轻人读印刷报纸。传统的三大媒体不得不放下矜持的身段,与他们既爱又恨的网络“小妖女”进行合作,其中包括一度坚持严肃风格而拒绝使用彩色印刷而被戏称为“灰色贵妇”(The Gray Lady)的《纽约时报》。1995年,纽约时报公司建立了自己的报纸网站 www.nytimes.com,事实证明,这种“下嫁式的联姻”是正确的,能够为时报公司带来更广泛的影响力和滚滚的财源。目前,《纽约时报》网站已经成为美国网络报纸最大的品牌,在线业务正在以每年30%~40%的速度增长,成为纽约时报公司“旋转最快的引擎”^①。

有外国记者统计,能够保持报纸的名字80年不变的报纸家族,远东一个都没有,美国也只有三个,分别是《纽约时报》的苏兹贝格家族、《华盛顿邮报》的格雷厄姆家族和《洛杉矶时

^① 储信艳:《〈纽约时报〉——百年老报彰显经营风范》,《传媒》2005年8月。

报》的钱德勒家族。

《纽约时报》还出版《时报文传》，内容是各版新闻的摘要，一共是8页，用文传发送。《时报文传》在全球各地拥有大约10万读者，即便是在北京，只要订阅文传，也可以读到当天缩写本的《纽约时报》。另外，《纽约时报》还出版简写本和大字本：简写本为双周刊，专供中小學生阅读；大字本为周刊，主要读者是老年人。“《纽约时报》是一家媒体辛迪加，它向全球80多个国家和地区的2000多个新闻机构供稿”^①。

《华盛顿邮报》 (The Washington Post)

在美国首都出版的《华盛顿邮报》，是美国一家很有影响的对开日报，属于格雷厄姆(Graham)家族为代表的华盛顿邮报公司。该报声望仅次于《纽约时报》，被称为美国第二大报。由于它地处首都，一些记者、编辑与政界很熟，对联邦政府和国会活动的报道、评论、分析较多，而且时有“内幕”新闻透露，一直为读者所重视，号称是美国政界人士必读的报纸，也是了解和研究美国内政外交的重要报刊之一。《华盛顿邮报》尤其擅长报道美国国内政治动态，而《纽约时报》则在报道国际事务上更有威望。也有人指责《华盛顿邮报》过分关心政治，而忽略了对其他方面的报道。

《华盛顿邮报》于1877年12月6日创刊，1933年由犹太金融家梅耶(《华盛顿邮报》前老板格雷厄姆夫人的父亲)在破产拍卖会上购得。1948年后，菲利普·格雷厄姆和夫人凯瑟琳·格雷厄姆续写了《华盛顿邮报》的传奇。在20世纪70年代以前，《华盛顿邮报》并不出名，它在全国具有重大影响并享有很高声望，是继该报报道了五角大楼关于越南战争的秘密文件以及领先报道了“水门事件”(Watergate Incident)之后。《华盛顿邮报》抓住这两起事件，连篇累牍，不断以显著位置加以报道、揭露，造成空前的舆论声势，对美国的政治和社会生活产生了重大影响，最后，致使尼克松总统被迫辞职。从此，该报名声大噪，并多次获得普利策奖。

《华盛顿邮报》分平日版和星期日版两种版本。平日版通常100版左右，星期日版约200版。2004年，《华盛顿邮报》平日发行量为70万份，周日刊发行量约为110万份。它的零售价格从1981年最初的25美分已经涨到2001年的35美分。

华盛顿邮报公司是一个多媒体集团，拥有庞大的产业，维持其高效运转的是一套经多年积累和改进的内部运作机制和组织框架。公司由董事会领导，董事会主席是唐纳德·E·格雷厄姆，他是这份报纸的接班人，也是集团公司的主要负责人和决策人。集团董事会共有11人，对集团公司的一些重大事件进行研究和决策。

通过集中整合和使用自己的新闻信息资源，现在的华盛顿邮报公司已经完成了向多媒体方向的转变。作为一个多媒体集团，华盛顿邮报公司下辖六大部门，它们分别是：《华盛

^① 杨晓白编译：《影响美国的十大媒体》，《青年记者》2005年1月。

顿邮报》、《新闻周刊》杂志部、管辖七家电台的广播局、卡普兰教育培训中心、邮报电子信息服务公司、邮报在线网站和有线电视局。这些媒体和机构的分支遍布全美各地,乃至海外。还有与《洛杉矶时报》合资经营的洛杉矶时报—华盛顿邮报通讯社。

据统计,2002年,华盛顿邮报公司的营业销售额为19亿美元,进入美国报业集团的第五位。

《洛杉矶时报》 (Los Angeles Times)

《洛杉矶时报》是美国西部最大的对开日报,其影响与地位仅次于《纽约时报》和《华盛顿邮报》,被称为美国的第三大报。它于1881年12月4日在洛杉矶创刊,属于时报—镜报公司,财政上受控于美洲银行财团,与摩根财团也有关系。该报平日出100多版,星期日常在200版以上,甚至600版,发行量保持在100万~150万份,成为美国仅有的几家销量在百万份以上的大报之一,其广告登载量也为全美报纸之冠。

《洛杉矶时报》作为一家加利福尼亚州州立报纸,自从1881年由热情奔放的奥蒂斯将军创办以来,它始终是加州的主宰,垄断了美国西岸的舆论,并创造了令人吃惊的财富。如今在第四代发行人奥蒂斯·钱德勒(Otis Chandler)的指挥下,《洛杉矶时报》成功地从暴发户过渡到文明的、以杰出人才、最新电脑设备与公正的编辑理念为核心的新型报业巨子。

《洛杉矶时报》在国内设7个分社,在国外有18个记者站。它与《华盛顿邮报》合营的洛杉矶时报—华盛顿邮报通讯社每日向国内外约600家订户发稿5万多字。此外,洛杉矶时报辛迪加(Syndicate)还向国内外报刊提供特稿,和为读者生活服务的各种书籍。

20世纪60年代以前,该报在全国的影响并不很大。20世纪60年代以来,《洛杉矶时报》进行了一些改革,主要是扩大报道面,增加国内、国际新闻及其他专栏,同时对政府的一些政策持自由主义的批评态度。如1971年,《洛杉矶时报》在美国各大报刊中率先提出要美国立即撤出越南。这一切旨在改变其以往的地方保守主义报纸的形象。这些措施果然起到了立竿见影的效果,该报已发展成与《纽约时报》和《华盛顿邮报》齐名的三大报纸之一。

但是,进入20世纪90年代,《洛杉矶时报》进入了停滞状态。1995年,华尔街宠儿马克·威利斯成为时代—镜报集团的首席执行官,他雄心勃勃地试图改变现状,不料却将《洛杉矶时报》引入尴尬的境地。“这位传统企业的领导者显然不了解一张伟大的报纸意味着什么。为了节约成本,马克·威利斯关闭了包括《纽约日报》这样的分公司,他甚至鲁莽地打破了报业中的长期传统:编辑权与经营权的分开”^①。这份曾经伟大的报纸陷入了空前的混乱与不安,这种混乱局面终于导致时代—镜报集团成为收购对象。2000年3月,芝加哥论坛报业集团出资90亿美元兼并了该公司。《洛杉矶时报》的新闻理念备受怀疑,士气跌到了谷

^① 许知远:《百年〈洛杉矶时报〉的衰落与复兴》,《经济观察报》2001年10月24日。

底。最后,马克·威利斯被迫辞职。

2000年,约翰·卡罗尔走马上任,出任《洛杉矶时报》总编辑。他上任后扭转局面,挽救了《洛杉矶时报》,并将该报发展为全美最重要大报之一。但他关心的只是报纸内容,而不是发行量。虽然他在五年内为该报夺得了13项普利策奖,但他总是忽视地方报道,导致有人怀疑他的办报方针。2005年7月,约翰·卡罗尔选择了辞职。而接任总编辑的是他的心腹部下丁恩·巴克。大换血之后的《洛杉矶时报》自然还有很长的路要走。

《今日美国报》

(USA Today)

《今日美国报》是美国唯一的彩色版全国性对开日报,1982年9月15日创刊,总部设在弗吉尼亚州的罗斯林,为全美最大的甘尼特报团所有。该报团创办这份报纸的初衷是,虽然美国报纸众多,几乎达到平均2.15人就拥有一份报纸,而且许多报纸的影响遍及全国,乃至海外,但遗憾的是,它们的报道重点都是地区性的。随着美国社会、经济、文化的发展,国内旅游者和每天出差的公务人员日益增多,没有一张地方报纸能满足这些人全面了解有关整个美国的新闻、市场、金融、气象、娱乐、体育等方面内容的需求,人们为此感到十分苦恼,颇为不便。甘尼特报团的老板们及时发现并意识到了这一巨大的潜在的读者市场,开始筹办起这份全国性的综合日报。《今日美国报》依靠大胆的版面设计、彩色照片和简短的文章,来吸引厌倦了传统的长篇大论而喜欢新闻“快餐”的城市读者。截至2003年年底,《今日美国报》依然是全美最畅销的报纸,平日刊的发行量达到230万份左右。

《今日美国报》的诞生得益于新科技。《今日美国报》在弗吉尼亚州阿灵顿编辑排版,然后通过卫星传送到分布在全国各地的32个印刷点和设在欧洲瑞士的苏黎世及亚洲的新加坡这两个印刷点。《今日美国报》每周出版五天,有国内版和国际版两种版本。国内版每天56版,国际版每天16版,向50多个国家发行。它的发行量从创刊时的20万份已一跃而达140万份,创造了美国报业史上发行量增长速度最快的纪录。据统计,1988年,在全美十家发行量最大的报纸中,它已高居第二,仅次于《华尔街日报》。

《今日美国报》虽办报时间还不长,但自创办之日起,就以其新颖独特的姿态,跻于强手如林的美国报界。它主要有四大特点:一是专门辟有“美国各地”和“世界新闻摘要”专栏,便于读者从单一一张报纸上了解美国各地及世界上的重大新闻;二是仿效电视气象预报形式,首创了用整版篇幅的彩色气象图表,报道全国50个州、100多个主要城市三天天气趋势的做法;三是独创地使用生动的彩色图片和图表来配合新闻报道,使之图文并茂,增添了美感,激发了读者的读报欲望和兴趣;四是注重使用简洁明快的报道文体,偏爱使用短句、短字来浓缩文章,有时,一两句话就构成了一条新闻,这样就充分节省了篇幅,便于登载尽可能多的信息,以突出其综合性大报的特点。

《华尔街日报》 (The Wall Street Journal)

《华尔街日报》是美国发行量经常位居第一的对开日报,也是美国金融界最具权威的专业报纸。该报于1889年7月8日由美国主要财政金融新闻出版企业集团道·琼斯公司在纽约市华尔街附近的科兰特街创办,发行量约200万份,发行量排名美国第二,仅次于《今日美国报》,在纽约、芝加哥、达拉斯、洛杉矶、旧金山等十个城市出版。读者对象主要为大资产阶级和高薪经营管理人员,其中包括约20万名大公司的董事长、总经理、副总经理。美国500家最大的企业,50家最大的运输、公用事业公司和几十家大银行的2500多名管理人员中,有近90%的人看《华尔街日报》。值得一提的是,该报每日发布的综合反映美国股票价格升降趋势的道·琼斯平均指数(Dow-Jones Average),是西方经济界衡量美国政治与经济形势的重要依据。

1882年,两位记者查尔斯·道和爱德华·琼创办了道·琼斯公司,他们编印了一份《客户晚函》(Customers Afternoon Letter)的金融布告向外发售。由于信息比其他竞争对手更及时更可靠,该印刷品很受欢迎,订户迅速增多。1889年,两人将《客户晚函》扩容,注册出版了《华尔街日报》。出版该报的同时,他们编制了12类主要股票的指数,用以表现股票市场的变化。这些指数后来扩大到20种,到20世纪90年代后期,进一步发展至30种。它们被习惯称为道·琼斯平均工业指数,迄今仍是世界股票市场的重要指标。

《华尔街日报》是一份做给投资者看的综合性报纸。这一点在发行周期上有明显体现,它是周五刊,跟证券市场的步伐一致。后来增加了周末版,是为同一读者群提供的休闲服务刊。当然,《华尔街日报》是一份服务证券市场的报纸,还主要体现在它的头条选取标准上。头条反映的是当天证券市场上最重要的消息,换句话说,就是对股市走势影响最大的事件。

1940年以前,《华尔街日报》只报道股票交易等方面的金融新闻,之后,逐渐扩大内容,除刊登财政金融消息和就国内外重大事件发表评论外,还刊载社会、科学、教育、娱乐及艺术等方面的新闻或特写文章。一般每日出三叠:A叠通常18版左右,主要是新闻和综合内容,除了财经要闻、国内国际新闻外,还有政策、来信、艺术、休闲等内容;B叠是市场板块,通常16版,包括市场要闻、重要兼并或交易、合作经营、行业日志、外汇交易、经济简讯等内容;C叠即金钱与投资,通常18版,包含金融市场日记、道·琼斯等各类股票指数、股市数据库、股票行情、基金行情、债券行情、期货行情、货币利率、世界各国股市动态等。

《华尔街日报》在报道非事件性新闻时,开头往往先讲一个与新闻主题有关的人物故事,通过这个人引出所要报道的新闻,进而一步步展开、深化新闻主题,使本来抽象、枯燥的非事件性新闻,因人物的介入变得容易赢得读者的注意,以人情味提高传播效果。这种写法由于引人入胜,很受西方新闻学者的推崇,被称为“华尔街日报文体”。早在20世纪30年代,《华尔街时报》开始注重增加“解释性报道”(interpretative reporting)的比重,对新闻事件提供背景,并为适应普通读者的阅读能力,注意顾及经济报道和评论问题,尽量减少行话,用一般读

者也易理解的英语来表达专门术语的内容,交代事件的来龙去脉,从而作进一步的分析和说明。

另外,《华尔街时报》不同于美国其他报纸的另一个特点是,它保持近六十年版面风格不变:黑白印刷、除手工制作的人物头像外几乎没有图片。而其他报纸,无论大报、小报,一般都刊登大量的新闻照片及漫画。美国人常说,他们有几样东西 50 年来不曾改变,那就是绿色的美元、“莫顿牌”食盐的包装以及《华尔街日报》的头版。2002 年 4 月 9 日,报纸终于改为彩版,加入了一些图片,但简约的风格仍未改变,除了图片和一些分栏的底纹为彩色,版面风格依旧。《华尔街日报》甚至不设自己的摄影记者。该报口号是“让报道比颜色更出彩”。

1976 年,《华尔街时报》在全美率先采用卫星传版技术,将在纽约排好的版面通过卫星送往美国各地 18 个分印点。1980 年,该报的发行量首次超过纽约《每日新闻》(*Daily News*),成为美国发行量最大的报纸。1983 年,首次突破 200 万份的发行量,并保持至今。

《华尔街日报》共有美国、欧洲、亚洲三个不同版本,亚洲版的总部设在香港,欧洲版的设在布鲁塞尔,美国版的设在纽约,每个板块都有独立的编辑班子和记者队伍,也仅仅在各自特定的区域市场上发行。“美国版《华尔街日报》的读者平均年龄在 55 岁,多为中产阶级以上人士”^①。

1976 年,《华尔街日报》同香港《南华早报》(*South China Morning Post*)、新加坡《海峡时报》(*The Strait Times*)、马来西亚《新海峡时报》(*The New Strait Times*)合股在香港出版了《亚洲华尔街日报》(*The Asian Wall Street Journal*)。

《华尔街日报》的电子版是美国唯一向读者收阅读费的报纸网站,现有订户近 60 万个。该网站连同其他一些网上收费项目,年收入超过 3 亿美元。《华尔街日报》是美国唯一一份有能力将网络版付费订户纳入发行量的主要报纸,因为大多数美国报刊的网络版是免费阅览的。拿发行量在百万以上的《纽约时报》来说,其网络版的内容(包括广告)实际上与印刷版相同,但付费订户只有 3000 人左右。

《基督教科学箴言报》 (*The Christian Science Monitor*)

《基督教科学箴言报》是基督教科学协会在美国波士顿出版的面向美国全国的四开日报。1908 年 11 月,由科学基督教创始人玛丽·贝克·埃迪夫人(Mrs. Mary Baker Eddy)在马萨诸塞州的波士顿创刊,由基督教科学出版社出版,报名便由此而来。埃迪夫人为报纸设立的办报方针是:“不伤害任何人,并帮助所有的人”。这个原则后来成为《基督教科学箴言报》的格言,每天刊登在报头的左上角。该报虽与宗教团体有关,但并不是纯宗教性的报纸,而是一份面向“世俗”的一般性报纸,自称是“国际性的报纸”(international newspaper)。它重视科教文化,以解释性报道见长。发行量不大,排在美国全国日报百名之外,但因报道和

^① 杨晓白编译:《影响美国的十大媒体》,《青年记者》2005 年 1 月。

言论有分量,历来受到美国国内外舆论界的关注。

《基督教科学箴言报》虽然是一张略带宗教性质的报纸,却很少直接宣讲教义,而是企图通过对各种事件的正面报道来启示和感化人们。它一般不刊登暴力与色情等诲淫诲盗之类的报道,有时即使发表一些犯罪和灾祸性新闻,也回避细节描写,着重分析事件产生的前因后果。它以善于报道国内国际重大事件,并对其进行见解独到的述评和分析而著称于报界,受到知识界的推崇。

《基督教科学箴言报》分国内版和国际版两种,每天24版至28版。国内版每周出版五天(星期一至星期五),在波士顿等城市出版;国际版以同名周报的形式在英国伦敦出版,以刊载国际新闻和评论为主。这样一份比较严肃正派的报纸,发行量一直在20万份上下波动。

《基督教科学箴言报》刊登的新闻、评论和社论短小精悍,所报道的内容及题材也很广,辟有文学、艺术、文化、科学、教育、生活等方面的特稿专栏,在国际新闻报道方面尤负盛名。它还是解释性报道手法的重要倡导者和实践者,对一些国际问题(包括中国问题)的分析都比较客观、公正,为此,这份报纸不仅受到美国中上层知识分子的欢迎,而且还为美国国会、政府部门以及海外研究国际问题的人士所广泛重视。

与其他美国报纸明显不同的是,《基督教科学箴言报》在刊登广告方面有三个特点:一是它登广告比例大大低于其他各个大报,每天刊登的篇幅仅占整个版面的25%,而一般美国报纸的广告约占70%的版面;二是对广告的内容限制颇严,一般不接受烟、酒、专利药品、咖啡等广告,有时甚至像旅馆、疗养所、旅游、墓地等广告也在拒登之列;三是拥有较多的国外广告,这主要是由于该报在国外读者中有较高的声誉和广泛的影响,因而一些外国客商乐于在该报刊登广告,旨在扩大产品的国际销路。

“为本报捐款”是这家报纸独有的项目。《基督教科学箴言报》是社会团体办的报纸,不同于一般商业报纸。它的经费来源有三:公众捐助、发行收入、广告,而捐助要占到总收入的60%左右。捐款人在网站上点击该项目后,先填写表格,写明自己的地址、电话、信用卡号码、捐助数额(可以是一次性的,也可以逐月提供),以后就在网上付款。公众也可以通过邮汇、电话等其他方式捐助。

《波士顿环球报》 (*The Boston Globe*)

《波士顿环球报》创刊于1872年3月4日,1993年,以11亿美元的历史最高价被纽约时报集团收购,是美国新英格兰地区六个州(美国东北角的六个州,从北往南依次为缅因州、佛蒙特州、新罕布什尔州、马萨诸塞州、罗德岛州和康涅狄格州)发行量最大的日报。2001年3月至9月,平日刊平均日发行量为50多万份;星期天刊平均发行量为70万份。

《波士顿环球报》创刊的第二年,被查尔斯·H·泰勒(Charles H. Taylor)将军收购并自任发行人,当时的发行量为8000份。后来泰勒又创办了一个晚报版,加强了报纸的可读性。到1890年,该报的晨刊和晚刊总发行量高达15万份,成为美国十大报纸之一。此后该报长