

ENJOY
READING

Newsweek

THE INTERNATIONAL NEWSMAGAZINE

阅读捷径 指引

汪和瑛 林训民
编著

世界图书出版公司

NEWSWEEK

阅读捷径指引

汪和璞 林训民 编著

世界图书出版公司

北京·广州·上海·西安

1994

内 容 简 介

美国《新闻周刊》(NEWSWEEK)、《时代》(TIME)、《美国新闻和世界报道》(U. S. NEWS & WORLD REPORT)为世界周刊性新闻杂志三巨头,在全世界具有一定的影响力。为使人们熟悉了解这三本刊物并迅速达到阅读水平,该书首先介绍《新闻周刊》的沿革、风格与特色,接着从多方面将三刊进行比较,然后论述阅读捷径之关键,最后给出5000个三刊中出现频率最高的单词和词组,并附有中文。

读者对象:广大的英语学习者。

NEWSWEEK 阅读捷径指引

汪和瑛 林训民 编著

世界图书出版公司北京分公司 出版

北京朝阳门内大街137号

北京昌平百善印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行 各地新华书店经营

*

1994年9月第一版 开本:787×1092 1/32

1994年9月第一次印刷 印张:9.125

印数:0001-3000 字数:20万字

ISBN: 7-5062-1804-6/H·96

定价:8.80元

目 录

代序/

向新闻周刊的三大天王巨星挑战 1

A 享受阅读 NEWSWEEK 的乐趣 5

一、NEWSWEEK 的成功故事 6

二、为什么选择 NEWSWEEK

——阅读 NEWSWEEK 的好处16

三、NEWSWEEK 亚洲读者群像21

B 阅读捷径指引23

一、认识及比较三大杂志的风格和特色24

二、美国三大新闻周刊为何广受欢迎38

三、以兴趣专长作阅读的目标和方向43

四、着眼“标题乃新闻焦点”，撷取“专栏的知识精华”...46

五、速读能力为阅读成败的关键51

六、破解难词新词，跨越阅读障碍54

七、做个自信、成功、快乐的国际人57

C 难词、新词、例句整理61

代序/

向新闻周刊的三大天王巨星挑战

TIME、NEWSWEEK 和 U. S. NEWS & WORLD REPORT 是目前大家公认全球最著名、最权威的国际性英文新闻周刊杂志。TIME 目前有拥有 600 多万的发行量，NEWSWEEK 也有 500 多万的销售数，U. S. NEWS & WORLD REPORT 的销售数则在 250 万左右。

这三个天王巨星般的新闻性周刊合计起来就有约近 1500 万份的销售数，他们并自豪地宣称拥有世界上约 7500 万份庞大读者群，而读者群中大部分都是受过良好教育，收入中上，在政经、工商、文化等界十分活跃又居专业、领导、决策地位的人士，这也是这三大国际性杂志的最大特色之一。他们多方面的报道、记载可说是五花八门，包罗万象，却也能获得极高的评价和信赖，光看美国在一年内引用这三种杂志上的文章到各种传播媒体达数万次以上，即可窥见其影响力和权威性之一斑。

此三种杂志从各层面和角度来报道世界上发生的事件，并以大众化、趣味性的手法来加以调查、分析和诠释，以满足人类对新闻时事的求知欲及好奇心，并丰裕人们的知性和素养；不仅如

此，更提供读者博大精深的用词和词汇，精雕细琢的辞藻，悬疑气氛的标题，及令人印象深刻的英文表现，使人有与最洗练的现代英文接触的机会。

从学习英文的观点来说，这三本杂志可说是第一流教材。希望透过英文新闻周刊杂志来学习英文的人士愈来愈多，甚至已成了流行的风尚和时潮。这些人包括学生，企业主管和干部，甚至教英文的教师、教授，还有记者，家庭主妇及一般社会大众。

市面上有许多教学英语的杂志经常取用这三种杂志上的文章来作教材，但是有极多学生和初学的社会青年，在阅读这些杂志上的文章时，因为单词词汇不够，总无法贯通了解，而始终停留在逐一翻查新词，以求设法认识那些对理解整篇文章具有连线功能的单词；甚至有些新词难词翻遍了词典也查不到，有的虽查得到却也只能猜测或推想，常有隔鞋抓痒，却搔不到痒处之憾！距离原本期望能收集资料、吸收新知或提升文化素养的目标甚远，这实在是件很可惜的事！

如要读通这三本杂志的话，丰富的词汇能力是最重要的。但为了读通此杂志，究竟需要具备多少词汇能力呢？一般是 1.5 万个单词左右，而比这个数字更重要的是单词出现或使用的频

率，因此本书即按此三刊物出现的统计数字收集了近 5000 个常用词汇及新词，使成为研读此三杂志的便利工具书。现在国内由于事实的需要，阅读此三本英文杂志的人愈来愈多，本书即为此三种杂志作为阅读挑战之人士而收录了所有必要的单词，及新句、新句型，故亦可作为欲参加出国留学及托福考试检定词汇实力的参考书。同时本书假设读者已具备基本单词拼音及发音能力，故对高中及初中必修的单词片语就不包括在内。最后本书收录词汇包括政治、外交、经济、产业、商业、心理、运动、科技、艺术等，至于宗教、医学及生态等则较少或不予包括在内。如果你已下了向此三大国际权威杂志挑战的雄心，那么你就已在迈向“学习成功”之路上踏出了一大步，祝福也加油吧！

1987. 2. 1

A
·
享受阅读
NEWSWEEK
的乐趣

- 一、NEWSWEEK 的成功故事
- 二、为什么选择 NEWSWEEK
——阅读 NEWSWEEK 的好处
- 三、NEWSWEEK 亚洲读者群像

1990 · 2 · 1

一、NEWSWEEK 的成功故事

1. 无畏的第一步

对创业者而言，1933 年是相当凄冷的一年，平均每 4 个人中就有一人失业，每天有 230 家公司倒闭。然而 NEWSWEEK 的创办人马丁却毅然决然地在此时迈出第一步。

〈诞生〉

在经济最萧条的 1933 年，前时代周刊记者马丁 (Thomas J. C. Martyn) 以“我认为这个世界仍有空间，可容纳一份报道公正深入，能够发掘新闻真相并赋予意义的新闻杂志”，号召了 22 位志同道合的编辑人员，于 2 月 17 日在纽约创立了一份全新的新闻周刊——《NEWS-WEEK》，当时每期只卖 10 分钱，发行量为 5 万份。

1937 年，也就是创刊后的第五年，《新闻周刊》(NEWS-WEEK) 的发行量虽已增到 25 万份，却因为缺乏广告支持，濒临破产边缘。最后，只得和《今日周刊》(TODAY) 合并，又从麦克劳尔公司 (McGraw-Hill) 将《商业周刊》(BUSINESSWEEK) 的创办人米尔 (Malcolm Muir) 请来担任这份新刊物的总裁兼发行人，并邀请 FDR's Brain Trust 的主持人莫利 (Raymond Moley) 担任首任编辑，莫利将原先的刊名

“NEWS-WEEK”改为“NEWSWEEK”，并沿用至今。

改组后的头几年，财务情况仍不甚稳定，亚斯特（《TODAY》的创办人之一）有时还得用他个人支票支付员工的微薄薪资。即使是65分钱一通的业务性长途电话，也得事先获得批准，且必须长话短说。甚至总裁米尔也亲自招揽广告，以增加公司的收入。

〈转机〉

40年代，第二次世界大战为《新闻周刊》的编辑与财务带来转机，1942年首度有了盈余。

一份成功的新闻性刊物，不仅要在新闻采访上拔得头筹，在制作与发行上也必须分秒必争。因此，《新闻周刊》自50年代起即在美国东、西两岸，及俄亥俄州的Dayton同时印刷，这不但使得编辑可以尽量容纳最新讯息，读者也能提早看到杂志。这项改变使《新闻周刊》的发行量在1954年突破100万份。

到1960年时，《新闻周刊》全年广告页数也已达2877页，根据当时出版资讯局（Publisher Information Bureau）的统计，NEWSWEEK的广告量在所有杂志中名列第五。

〈成长〉

1959年亚斯特逝世后，他的股权转移到亚斯

特基金会。但副总裁兼财务长贝茨 (Allan Betts) 认为，基金会不应拥有企业并参与经营决策，遂决定将 NEWSWEEK 公开出售。角逐者相当多，最后由华盛顿邮报公司 (Washington Post Co.) 的总裁格雷厄姆 (Philip Graham) 以 1500 万美元标得。这项投资使得华盛顿邮报公司在往后的 20 年获得了数倍于此的报偿。

《新闻周刊》成为华盛顿邮报的关系企业后，由于负责人政策的改变，曾一度因言论太过保守而损失了许多订户与广告客户。后来的主管谨守“商业考虑不得介入编辑决策”的原则下共同努力，终于再次赢回读者与广告主的信赖，使《新闻周刊》成为纽约麦迪逊大道的“热书”。1968 年《新闻周刊》的广告页数正高居新闻周刊类之冠，至今仍保持其领先地位。

〈拓展〉

1972 年《新闻周刊》创立国际版 (Newsweek International)，当时有太平洋版及大西洋版。次年，各国际版均拥有自己的编辑群。1978 年再增加拉丁美洲版，这三种国际版都是以英文印行。

国际版的创立使《新闻周刊》真正成为全球性的新闻杂志。她的报道素材来自于全球 27 个大都市的新闻联络处。各联络处均以电脑连线和

纽约总部保持迅速且密切的联系，使纽约的编辑得以随时掌握世界上每个地区的政治、经济、文化、社会……等各方面的最新动态。此外，各国际版的编辑也针对该地区的特色，及读者的兴趣和需要，策划地区性的报道。

目前国际版的全球总发行量为 69 万册，包括太平洋版 32.5 万册，大西洋版 31 万册，及拉丁美洲版 5.5 万册。

〈新里程〉

继国际版之后，1986 年 NEWSWEEK 再迈入合作出版的新里程——首先与日本 TBS-Britannica 合作出版《日本版 NEWSWEEK》，这是第一份以日文发行的美国新闻周刊，至今每期已有 12 万份的发行量。同年，NEWSWEEK 又与美国运通公司 (American Express) 合作出版风格高雅的旅游杂志，即亚洲版《Travel & Leisure》，目前发行量为 11 万份，且继续在成长中。

除了海外的扩展，NEWSWEEK 也在美国推出了二种分益性杂志《NEWSWEEK ON CAMPUS》和《NEWSWEEK ON HEALTH》。

《NEWSWEEK ON CAMPUS》1982 年 9 月创刊，每期印行 85 万册，赠阅给全美各大学院校学生，由于深受学生欢迎，创刊后两个月即

改为每半年出刊六期（增加了两期），目前发行量已增加到 130 万册。

于 1987 年春季推出的《NEWSWEEK ON HEALTH》季刊，是在全美各医院、诊所候诊室发售的最新医学报道杂志，每期发行 50 万册。

80 年代，最新通讯科技的启用，使 NEWSWEEK 在采访、编辑及制作上更具时效性，而且可以在全球八大城市同步印刷，运送时间也大为缩短。1982 年《新闻周刊》的历史再创新页——发行量超过 300 万份。

到 1987 年 NEWSWEEK 纽约总部已有 1600 余员工，发行量比创刊时成长了 80 倍达 400 万册，在全球 190 个国家拥有 2100 万读者，年营业额也高在 3 亿美元，《新闻周刊》已成为受读者和广告主信赖，及全世界领导人物和同业赞赏的杂志。

2. 半世纪的考验

《新闻周刊》从 56 年前文摘式的报道，到今天成为最常为人引用的权威性国际时事新闻杂志，是一段由辛勤努力、创新、熟练、独家报道及无数个第一的记录，所累积的成长历程。

〈掌握先机〉

1942 年，欧陆正笼罩在第二次世界大战的战

火下，战地新闻的采访，对所有的传播媒体而言，不啻为一项艰巨的挑战。然而，《新闻周刊》却适时地发挥了她掌握先机与独家报道的潜力。

1945年第一个公开发布巴黎停战协定消息的，就是《新闻周刊》的战地记者麦凯布（Gibson McCabe，后来曾当到 NEWSWEEK 总裁）。麦凯布从美军消息来源，获知即将在巴黎签订停战协定的内容时，这个消息仍在美军的封锁中。正当其他读者和巴黎市民狂欢痛饮，等待解除禁令之际，麦凯布已悄悄地买通他的印刷工人彻夜加班，又征调了一些手推车将印好的刊物送到街上。德军正式宣布投降后不到一分钟，出现在民众手里的第一份刊物就是《新闻周刊》的“战地袖珍版”（Battle Baby Issue），这可说是全世界真正的独家报道。

这份由麦凯布在巴黎创刊的袖珍版，也是《新闻周刊》国际版的前身。

同时，在地球的另一边，《新闻周刊》驻南太平洋的唯一记者薛富南（Robert Shaplen）也屯积了一些黑市纸张，偷了一部有故障的印刷机，并找到唯一会修理这部机器的技师，正准备出太平洋版。

这位记者后来在 The New Yorker 工作，曾写了不少书，也荣获多项奖励，然而他最珍视的

一项恭维，却是 1944 年与他一起在菲律宾，竞相采访 Leyte 湾战事的时代周刊记者的一席话。那记者曾经对他说：“我刚收到纽约来的电报，上面说：‘谢谢你荟集的资料，我们从《新闻周刊》获得了其余的消息’”。这又是一项掌握先机的例证。

〈探讨真相〉

几十年来，随着世界潮流的发展，《新闻周刊》也记录了社会变迁的趋势，她不仅反应事实，更深入探讨事件背后的真相，这种精神使《新闻周刊》深获读者与广告主的心。

1964 年，《新闻周刊》记者崔派特 (Trippett) 回到密西西比的家乡，采访大家对约翰逊总统所颁人权法案的反应时，有位老农夫曾对他说：“你尽管回北方去写我们的谎言吧！”这位记者答说：“我不打算那么做——我要说实话。”

面对风云变幻的政治局势，《新闻周刊》总是以前瞻性的角度，审视重要政治事件的真相及其影响。水门案是半世纪以来美国最重大的政治新闻，对于这个事件，《新闻周刊》从 1973 年 5 月的：“Can He Stay Afloat”，到 1974 年 7 月的：“The Eleventh Hour”，曾推出 39 个有关水门事件的封面故事，其中更不乏阐述事实与预测发展的独家报道：如华盛顿特派员林赛 (John Lindsay)

首先披露，将尼克松扯进水门案的是迪安（John Dean）；另一位记者莱谢尔（Stephen Leshner）则正确地预测了高等法院会命尼克松交出录音带。

〈为社会变迁注入人文关怀〉

“人权运动”一直是《新闻周刊》不放弃的主题。自60年代开始，《新闻周刊》的编辑尝试以新的角度——提出主张和解决的办法——报道政府当前所面临的重要社会问题。例如1967年的“The Negro in America: What Must Be Done”即为《新闻周刊》首次的辩护式报道，这篇报道赢得了“国家杂志奖”，这也是新闻性周刊首度获此奖。

在报道处理上，《新闻周刊》最擅长以平凡人的故事阐述复杂且严肃的主题，如1971年的“Justice on Trial”就是追踪一个黑人从犯罪到受审定刑的历程，探讨审判制度的公正。1983年50周年特刊中的特别报道，也是透过俄亥俄州春田镇五个家庭的故事，追寻50年来的社会变迁。

在越战及水门案之后，《新闻周刊》的报道主题再度转向社会关怀，探讨现代家庭的改变及儿童面临的危机，例如：“What TV is Doing to Kids”、“Saving the Family”、“How Men are Changing”、“Living Together”都是充满人性关