



现 · 代 · 传 · 播

MODERN COMMUNICATIONS

JOURNALISTIC ENGLISH

新闻

王蕾 编著

英语



浙江大学出版



现 · 代 · 传 · 播
MODERN COMMUNICATIONS

H31:G
W233

新闻

王蕾 编著

英语



浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻英语 / 王蕾编著. — 杭州: 浙江大学出版社,
2003.3
(现代传播系列丛书 / 王文科主编)
ISBN 7-308-03285-X

I. 新... II. 王... III. 新闻学—英语—教材
IV. H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 023572 号

责任编辑 黄宝忠

封面设计 张作梅

丛书责编 李海燕

出版发行 浙江大学出版社

(杭州浙大路 38 号 邮政编码 310027)

(E-mail: zupress@mail.hz.zj.cn)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

经 销 浙江省新华书店

排 版 浙江大学出版社电脑排版中心

印 刷 浙江大学印刷厂

开 本 850mm×1168mm 1/32

印 张 10

字 数 250 千字

版 次 2003 年 3 月第 1 版

印 次 2003 年 3 月第 1 次印刷

印 数 0001—4000

书 号 ISBN 7-308-03285-X/H·218

定 价 16.00 元

丛 书 主 编 王文科

丛书副主编 陈少波

王志华

序

新中国成立后,尤其是改革开放的 20 余年中,我国的新闻传播事业得到了迅猛的发展。传统的报刊、杂志等媒体不断地推陈出新,新兴的广播、电影、电视等媒体飞速发展,以网络为代表的电子媒体迅速崛起,构筑了当下多种媒体并存、相互促进、百花争艳的立体传播态势。但是,新闻传播的理论研究一直滞后于新闻传播实践,有待进一步开拓。

改革开放以来,我国引入西方的新闻传播理论仍无法摆脱西方传播理论的框架。近年来,虽然许多理论工作者为此做了许多的工作,但还远未能从根本上建立起符合我国国情的、具有自身特色的新闻传播理论体系。

这是一件必须完成的艰苦工作。它至少有以下两重意义:

一是社会主义国家的新闻传播实践必须有更为科学的新闻传播理论,必须有符合我国实际的传播理论来指导。西方传播学理论的形成、发展有其自身的历史、文化背景。它是西方特定的哲学思想、社会文化发展的结果,是对这种思想、文化影响下的新闻传播实践研究的结果。因而,在西方传播学理论的构架中,它所包含的许多社会、政治、文化的价值评判标准很难适用于我国。学理的内容可以借鉴,但不能套用,更不能照搬,否则我们将在实践中犯大错误。

二是新中国建立以来的新闻传播实践需要认真地梳理、总结。只有清醒地认识历史,才可能准确地把握将来。我们党历来重视舆论宣传工作。在几十年来的新闻传播实践中,我们形成了许多优良的传统,也走过不少弯路。所有这一切,都需要我们以严谨的



态度,科学地、全面地进行整理、分析。这同样是促使我国传播业的持续、健康、稳定发展的重要保证。

由浙江传媒学院(筹)(原浙江广播电视高等专科学校)组织编写的这套“现代传播丛书”,可以说是在这样的背景下,试图通过研究媒体传播的具体现象来丰富我国自己的新闻传播学术宝库。

立足本土文化关怀,以西方传播学理论为借鉴,努力在东西方文化的交流中形成叙述的宏大文化背景,对当下传播现象进行多元文化的探究,从而显现出一种难得的开放性,这是该丛书的首要特点。

文化是一个民族的根本。新闻传播尽管在我国也有悠久的历史,但它从出现的那一刻起就体现出自身的独特之处。“现代传播”丛书一方面力争将自己的研究对象放入深厚的文化传统之中加以审视,从本土文化传承中寻求特定问题的解释,并以此来观照西方传播学理论,审视中国对西方传播理论的引进;另一方面,又以西方传播理论来反观中国新闻传播的历史、现状和将来。在不同文明和文化的碰撞中,形成一个开放的多元的文化价值关怀体系。

开放性还体现在丛书作者们对研究对象的把握上。首先,从媒体来说,丛书包括了传统的纸质媒体,新兴的电子、数字媒体,还包括古老的人际传播。从内容来看,既有对观念的探讨,又有对具体形式、方法的研究;既有历史的钩沉,又有现状的剖析。但从整体来说,丛书所关注的主要对象和所涉及的主要内容都集中在广播电视的传播方面,而我国近20年来的广播电视媒体正处于刚刚开始、迅速发展的阶段,因而这套丛书最重要的是一种跟踪式的研究,甚至是一种原生态的描述。在多元文化中观照,但并不急于给出结论。在丛书作者们看来,与其在一个不成熟的时间里给出一个不成熟的结论,还不如让历史自己去回答人们的质疑。

其次,本丛书还试图突破当今传播形势下的单媒体的孤立、深



入的研究,突破传统研究中那种对传播手法、形式、理念等没有热情的人机之间的对话形式,以宽阔的专业视角、清晰的人文理念关注当下的传播。

面对当今多种媒体并存、互相促进、共同发展的立体传播态势,任何纯粹单一媒体的研究都无法真正反映其本质,无法预测其将来的走向。如电子媒体的出现,并没有像当初人们所预言的那样,是谁吃掉谁的问题。相反,它们之间却日益显现出良好的合作方式和前景。事实上,之所以有这种预言,就是单一媒体研究的局限所致。因此,这套丛书立足传播事实,对所有媒体、事件都给予了充分的关注,目的就在于能从全局出发,尽可能真实地反映当代传播实况。

在对具体内容的把握中,作者们更加注意传播手段之外的人文主义精神,他们追求的是科学和人文的结合、技术与艺术的统一的学术坐标。

丛书的作者来自两个方面:一是具有较深学养的院校专业教师和研究人员;二是具有丰富实践经验的一线工作人员。它的构成不仅仅说明丛书理论和实践的紧密结合,理论为实践服务,重视突出实践,也为丛书的可读性提供了保证。该丛书可以作为大专院校相关专业的教材,也可以成为从业人员的进修读物。

当然,对新闻传播理论的认知在不断向前发展,丛书难免存在种种不足。但我相信,这只是一个开始。同时也希望能有更多的同志投入这项工作,以尽快建立起具有中国特色的新闻传播理论体系。

何梓华

2001年12月

(*何梓华教授系中国新闻教育学会会长、教育部新闻学教学指导委员会主任)

目 录

第一章	世界主要英文报刊和通讯社简介	1
一	高级报纸和大众报纸	1
二	世界主要通讯社	7
第二章	英语新闻的标题语言	9
一	省略词语	9
二	新闻标题时态的习惯用法	12
三	新闻标题的修辞手法	16
四	新闻标题的用词	20
五	新闻标题的形式	26
第三章	英语新闻报道的结构、导语及消息来源	30
一	英语新闻结构上的特点	30
二	新闻导语的作用和常见的几种写法	42
第四章	英语新闻的写作特点	51
一	新闻消息的来源	51
二	充分使用背景材料	53
三	富有人情味	59
第五章	新闻英语语法上的特点	62
一	根据实际情况,灵活运用时态	62
二	广泛运用进行时	63
三	简化句子	64
四	在宾语从句中,连词 that 常省略	66
五	被动式定语从句紧缩	67
六	倒装	68
七	同位语	69

八	引语及标点符号的使用	71
第六章	词汇特点	74
一	地名、建筑物名称的借用	74
二	用简洁通俗的大众化语言	75
三	动词的选择	80
四	军事、科技、体育、商业、外来语以及俚语的借用	81
五	创造新词语	82
第七章	新闻英语中改变含义的社会化新科学术语及新词语	
	的翻译	91
一	何谓改变含义的社会化新科学术语	91
二	改变含义的社会化新科学术语和新词语的翻译	
	原则及方法	92
第八章	新闻英语中成语的运用及文化色彩的异同	99
一	生活环境的不同带来的差异	100
二	风俗习惯的不同	100
三	不同民族语言反映了本民族的历史背景	101
四	古典文学名著和诗歌是成语的来源之一	101
五	宗教广泛的群众性使得成语中出现了较多的	
	宗教用语	102
六	社会制度对成语也产生过深刻的影响	103
第九章	新闻写作的体裁	106
一	简讯	106
二	新闻报道	108
三	特写	119
四	新闻评论	136
五	深度报道	169
附 录		
	报刊文章选读	173

第一章 世界主要英文报刊和通讯社简介

一 高级报纸和大众报纸

(一)起源与概述

最早的新闻媒介是报纸。近代英文报纸的雏形起源于 16 世纪的英国,其第一家日报《每日新闻》(*The Daily Courant*)由马利特(Edward Mallet)于 1702 年在伦敦创办。该报最初较为粗糙,仅一版,且以翻译荷文、法文消息为主,直到 19 世纪后才陆续增加了财经、金融、工商企业、娱乐消息、体育及读者信箱等内容,从而和人们的日常生活日趋相关,成为人人每天必读的信息来源。

英文报纸分为“高级报纸”(quality paper)和“大众报纸”(popular paper)两大类。“高级报纸”的读者主要是上流社会人士,故又称为“上流社会报纸”。高级报纸一般以对开纸张印刷,篇幅较大,报价高,版面严谨。内容既详细报道国内外政治、经济新闻,又刊登工商企业、科技文教、体育娱乐等各方面的信息。高级报纸发行量一般,但对社会影响较大,具有较高的权威性。大众报纸均以四开小报形式出现,面向中下阶层,也被称为廉价报纸(cheap newspaper)。此类报纸不但注重地方新闻、社会新闻,还提供消遣和娱乐(leisure and entertainment)信息。这类报纸文字通俗易懂、版面活泼且可读性强,常常采用煽情主义和骇人听闻的手法刊登警事新闻和绯闻等,以此来吸引读者。

英国的高级报纸主要有《泰晤士报》(*The Times*)、《每日电讯

报》(*Daily Telegraph*)、《卫报》(*The Guardian*)、《独立报》(*The Independent*)和《金融时报》(*Financial Times*)等。

在美国,属于高级报纸的有《纽约时报》(*The New York Times*)、《洛杉矶时报》(*Los Angeles Times*)、《华盛顿邮报》(*The Washington Post*)、《华尔街日报》(*The Wall Street Journal*)等。

在英国,属于大众报纸的主要有《太阳报》(*The Sun*)、《每日邮报》(*Daily Mail*)、《每日镜报》(*Daily Mirror*)及《每日快讯》(*Daily Express*)等。

美国从1916年开始也陆续出现了廉价报纸,较有代表性的有《芝加哥论坛报》(*The Chicago Tribune*)、《每日画报》(*Illustrated Daily News*)、《世界报》(*The World*)及《今日美国》(*USA Today*)等。

(二)主要报刊介绍

《泰晤士报》(*The Times*)

《泰晤士报》是英国历史悠久、最有权威和影响力的报纸。该报创刊于1785年,原名《每日环球记事报》(*The Daily Universal Register*),1788年改为现名。该报创办人为约翰·华尔特(John Walter),由泰晤士报业公司(*The Times Newspaper Ltd.*)出版,隶属于英国泰晤士报业集团。

《泰晤士报》大概是中国人最早接触的西方报纸。它以消息灵通、来源可靠、内容翔实、报道和评论严肃著称。该报的新闻从业者两百多年来坚持“忠实地记录”的立场,为它赢得了“雷神”(The Thunder)的谥称。

1980年默多克成为它的第五代主人。面对电子传播媒介的冲击和报纸同行的激烈竞争,默多克在该报的内容和编排方面不断进行改革和创新,“图片增大,人情味新闻和犯罪新闻取代了部分严肃的新闻报道”。



自 1986 年 1 月开始,该报纸采用电子技术出版;1996 年 1 月 1 日它开始在互联网上发行。

《每日电讯报》(*The Daily Telegraph*)

1855 年创办于伦敦,由电讯报业公司(*Telegraph Newspaper Ltd.*)出版。在四家全国性“高级报纸”中,它是发行量最大的一家。1937 年该报与《晨邮报》合并。该报公开标榜持“独立保守”的政治观点,其宗旨是“提供充分、明了和易于理解的新闻”,而实际上其观点倾向保守党,是保守党的舆论工具。该报注重国际报道,国际新闻一般占编辑内容的 1/3,1993 年日均发行量 10 万份。现已上网。

《金融时报》(*The Financial Times*)

《金融时报》创刊于 1888 年,由皮尔逊公司所属的《金融时报》公司出版,是一张英国的全国性经济新闻报纸,也是四家全国性“高级报纸”中发行量最少的,仅 20 万份;但该报在西方国家中影响甚大,其读者遍布 120 多个国家。

该报政治上较保守,主要报道财政、金融和工商业方面的消息及与经济有关的国际国内重要新闻和社论,很受企业界人士的欢迎。该报现已上网。

《卫报》(*The Guardian*)

《卫报》前身叫《曼彻斯特卫报》(*The Manchester Guardian*),是一家地方性报纸,更名后逐步发展成全国性的报纸。该报在新闻报道与编辑质量等方面同《泰晤士报》不相上下,但在政治上标榜“自由主义”,自称在政治和国际问题上持“独立”的见解。该报当初为英国自由党喉舌,现其观点倾向自由党和工党,读者多为中产阶级和知识分子。

《太阳报》(*The Sun*)

英国全国性报纸之一,与《每日镜报》一样,均为当代通俗报的典型。它面向劳动群众、妇女和一般职员,爱用夸张笔调大量刊登



犯罪、色情新闻及绯闻并配以插图,利用特大醒目标题制造视觉冲击效果以推动销售。

《纽约时报》(*The New York Times*)

《纽约时报》社位于经济、文化、金融中心纽约。该报被公认为“可以控制和影响美国舆论”的报纸,于1851年9月创刊。原名《纽约时报日报》(*New York Daily Times*),1857年改为现名。该报格调严肃,旨在刊登“一切适合刊登的新闻”(All The News That's Fit to Print),并以此作为社训,从1896年10月5日起一直刊登在每日头版报眼上。该报经常用较大的篇幅刊登美国政府的重要文件、重要演说和外交协定等供读者参考、使用,并不时发表一些批评政府的报道和评论,以便达到“平衡”(balance)。该报发行量在平日为80万份,星期日可高达140万份,信息量极为充足。其读者主要以国会议员、政界人士、企业界人士及高级知识分子为主。

《华盛顿邮报》(*The Washington Post*)

位于政治中心华盛顿的《华盛顿邮报》也是具有控制全国舆论力量的一家权威性报纸,以政府报道见长。它消息灵通,材料可靠,文笔犀利。该报于1877年12月由史蒂森·赫金斯创办,在美国乃至全世界都有重大影响。

1933年,《华盛顿邮报》因经营不善宣告破产,被公开拍卖,由犹太金融家尤金·迈耶以82.5万美元收买。迈耶遵循“公正、开明、独立”的办报原则,逐步树立了它的威信。1971年该报继《纽约时报》后,刊发了美国在越战中的所谓“国防部机密文件”,揭穿了美国政府的隐瞒和欺骗而名声大振。接着又以报道“水门事件”导致尼克松总统下台而家喻户晓。该报是美国国会议员、政府官员的“必读报”。

《洛杉矶时报》(*Los Angeles Times*)

1881年创刊,是美国三大报之一。20世纪60年代它从美国



西部的一家地方报纸发展成世界著名的报纸之一。该报曾经是加利福尼亚保守派和加州南部的舆论喉舌,经过一系列的改革,该报已从“党派”报纸发展成为仅次于《纽约时报》、《华盛顿邮报》的全美第三大报。

《国际先驱论坛报》(*International Herald Tribune*)

该报于 1887 年在巴黎创刊。目前它由《纽约时报》与《华盛顿邮报》联合主办,每天在全球八大城市同时发行。20 世纪 80 年代初发行量超过 10 万份。

《华尔街日报》(*The Wall Street Journal*)

这是美国另一家有全国影响的报纸,报纸的内容及版面设计通过卫星传递。该报于 1889 年由道·琼斯公司创办于纽约,是偏重商业和金融的专业性日报。该报格调严肃,刊头古朴典雅,始终以其报道的准确性及所报道新闻的深度及广度见长。

《今日美国》(*USA Today*)

该报 1982 年 9 月在华盛顿创刊,隶属于甘奈特报团,是美国惟一一家全国性报纸,也是美国发行量最大的报纸。该报以写短小精悍的文章、图文并茂的版面见长;它文字简洁、叙事生动,拥有很大的信息量。有评论家把它比作麦当劳的快餐汉堡,虽受顾客欢迎,终究上不了大雅之堂,于是有人便嘲讽其为“麦当劳式的报纸”(The Big Mac of Newspaper)。

《时代》周刊(*Time*)

《时代》周刊是美国三大新闻周刊之一。1923 年由亨利·卢斯和布里顿·哈顿创办,后逐步发展成为美国最有影响、发行量最大的新闻杂志。该刊以报道及时和富有新意取胜,其编排的形式亦因非常新颖而受到国内外新闻杂志的模仿。每期除综述一周的国内外重大事件外,还有企业、科学、宗教、法律、人物、书评、影剧、医药、体育等各类专题报道。

《读者文摘》(*Reader's Digest*)

1922年由华莱士夫妇(The Wallaces)创刊,总部设在纽约。该刊所登的文章涉及的题材相当广,除自身特约稿件外还摘登当时政治、国际时事、生活知识、哲学、历史、文学、医学、经济教育等方面的文章;体裁也活泼多样,有政治、小说、散文、小品故事、游记及笑话等。该刊为32开的袖珍本,用英、法、德、日、意大利及中文等15种文字出版,深受世界各地不同层次读者的欢迎。

《财富》(*Fortune*)

创办于1930年,在芝加哥出版,是以报道经济、商业为主要内容的大型刊物。有时也发表一些外交及军事方面的文章。开始是月刊,1978年1月改为半月刊,也有人将它译为《幸福》杂志。

《新闻周刊》(*News Week*)

《新闻周刊》是美国最有影响力的新闻周刊之一。1933年2月由美国《时代》周刊前国际部主任托马斯·马丁在纽约创刊,由《华盛顿邮报》公司在纽约出版。该刊内容与《时代》周刊相仿,此外还经常刊登体育、经济、教育、各国政治和外交人物的访问专栏作家的文章。

《商业周刊》(*Business Week*)

创办于1930年,总部设在纽约,在世界许多国家设有办事处。该刊是美国著名的金融和企业管理杂志,其读者主要是工商业管理人员和经济研究人员。

《中国日报》(*China Daily*)

《中国日报》创刊于1981年6月1日,是新中国成立以来的第一份全国性英文日报。该刊在北京编辑、出版,向全世界发行。

《中国日报》为8页对开大报。其中有五个版面,基本上是刊登新闻报道的(News pages),包括头版要闻版(Front page)、第二版经济商业版(Economics and business)、第三版国内新闻(National)、第七版体育版(Sports)和第八版国际新闻版(World);另外还有第四版的言论版(Opinion)、第五版的文化版(Culture)及第六版



的生活与人物/娱乐版(Life and people /Entertainment)。

《中国日报》注重报道中国飞速发展的经济,宣传对外开放政策,被认为是中国经济的“窗口”,吸引外资的“桥梁”。

二 世界主要通讯社

美联社(*Associated Press*, 简称 AP)

美国最大的通讯社,也是世界主要通讯社之一。该社创建于1848年,当时只是一个合作社形式的企业,为6家报纸服务。1892年成立了现今的“美联社”。美联社麾下约有3 000多名国内外记者,国内有6个总分社、140多家记者站并在71个国家设有90多个记者站。

美联社使用英语、德语、瑞典语、荷兰语、法语及西班牙语等6种语言发稿,每天发稿近百万字,照片、图片约1000张。该社采用24小时发稿制,1980年率先使用卫星发送新闻,1994年第一家使用数码相机。1995年美联社建立了互联网服务部,通过网络向用户发布新闻。

路透社(*Reuters*)

路透社于1891年由德国人保罗·朱利叶斯·路透(Paul Julius Reuter)在英国伦敦创建,是英国最早的一家通讯社,也是世界上资格最老的通讯社之一。路透社主要采访国外新闻,然后提供给英国国内的报纸、广播电台及电视台;此外该社也经营商业新闻服务,为银行、经济事务所和大型商业公司提供经济及金融服务。

法新社(*Agence France Press*, 简称 AFP)

法新社的前身为哈瓦斯通讯社(*Agence Havas*),于1835年创立于法国巴黎。1944年法国政府将所有的电讯社,包括哈瓦斯社予以合并,成立了现今的法新社。法新社很快发展成与美联社、路透社、合众国际社齐名的西方四大世界通讯社之一。

法新社在国内设有 17 个分社,在国外 160 多个国家和地区设有分社。

塔斯社 (*Telegrafnoie Agenstvo Sovetskovo Soiuz*, 简称 TASS)

世界上最大的国际新闻通讯社之一,隶属于前苏联(现独联体)。目前该社在 126 个国家和地区设有记者站和分社,订户约有 8 000 家,对外用俄文、英文、法文、德文、西班牙文等向世界上 120 多个国家发布消息。