

高等学校应用英语报刊阅读规划教材


Reading Courses in English Newspapers
& Periodicals for Specific Purposes

主 编 马诗远 周建萍

旅游专业 英语报刊阅读教程



Tourism



南京大学出版社

高等学校应用英语报刊阅读规划教材

Reading Courses in English Newspapers
& Periodicals for Specific Purposes

旅游专业 英语报刊阅读教程

Tourism

主 编 马诗远 周建萍

编 委 张 琼 栗 娜 盖梦丽

鲁 勤 刘苏力

顾 问 修月祯

图书在版编目(CIP)数据

旅游专业英语报刊阅读教程 / 马致远, 周建萍主编. — 南京:
南京大学出版社, 2010.9

(高等学校应用英语报刊阅读规划教材)

ISBN 978-7-305-07377-9

I. ①旅… II. ①马… III. ①旅游—英语—阅读教学
—高等学校—教材 IV. ①H319.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 158975 号

出版发行 南京大学出版社

社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093

网 址 <http://www.NjupCo.com>

出版人 左 健

丛 书 名 高等学校应用英语报刊阅读规划教材

书 名 旅游专业英语报刊阅读教程

主 编 马诗远 周建萍

责任编辑 朱 蓓 裴维维 编辑热线 025-83592123

照 排 南京南琳图文制作有限公司

印 刷 南京新洲印刷有限公司

开 本 787×1092 1/16 印张 13.5 字数 328 千

版 次 2010 年 9 月第 1 版 2010 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-305-07377-9

定 价 28.00 元

发行热线 025-83594756 83686452

电子邮箱 Press@NjupCo.com

Sales@NjupCo.com(市场部)

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

序

培养国际化、复合型人才越来越成为新形势下高校人才培养的目标。教育部于 2007 年 7 月正式颁发的《大学英语课程教学要求》，更是把培养学生的综合应用能力、提高综合文化素养以适应我国社会发展和国际交流的需要作为大学英语教学的教学目标，并且明确把读懂国内外英语报刊作为评估学生英语理解能力的要素。报刊阅读课程的重要性日益凸显，报刊阅读在高校的设立呈遍地开花之势。

顺应时代、社会和大学英语教学发展趋势的要求，报刊阅读课程自身的细分和深化是大势所趋。针对国际贸易、旅游管理等非语言专业学生，在提高学生英语语言水平和应用能力基础目标之外，报刊阅读教材有必要向着“专业化”方向纵深发展，让非语言专业的学生在阅读中不断提升英语语言水平和应用能力，并同时在报刊文章所提供的鲜活的语境中不断加深对专业知识点的理解，并将其融入世界不同地域的社会文化中，开拓其专业方面的国际化视野。在此背景下，本套《高等学校应用英语报刊阅读规划教材》应运而生。可以说，它是为经贸、旅游两个专业的学生量身定做的，旨在弥补一般报刊阅读教材与专业之间的差距，使学生了解报刊中涉及的本专业的热点、重点问题。这套教材尝试为学生向专业英语学习顺利过渡做好铺垫的同时，及时弥补当下专业英语的艰涩和时效性差等弱点，兼蓄一般报刊英语教材与专业英语二者之优势，更加突出了英语的工具特点。

本套教材在结构上体现了系统的专业知识体系，在内容体现了最新的内容。在编写本教材前，编委会在专业任课教师中进行了一次问卷调查，了解专业知识领域的最新信息和学生的知识结构，参考专业任课教师所提供的知识框架，最后确定了本教材的知识体系。每单元都附有与本课内容相关的专业知识介绍，为学生和教师提供必要的知识背景。所选内容均为最近几年的内容，有助于学生了解最新发展动态，培养看问题的国际化视角。

本教材还设计了多样化的练习，不仅包括阅读理解问题，还包括选词填空、难句翻译、猜词练习及讨论题，有利于学生更透彻、更深入地理解课文；练习中所选例句都是在专业语境下的语言，有助于拓展学生的阅读范围。阅读技巧被融入文章阅读和讲解之中，阅读之中设计问题，让学生带着问题阅读，提高阅读效率。

学生在阅读此类教材时，不可避免地会遇到专业词汇。本教材不仅列出了本课所出现

的专业词汇和术语,而且把术语拓展到本领域内的相关术语和表达方式。这样能够帮助学生在阅读中积累此类专业词汇,建立一个基本的专业词汇库。

为方便上课使用,本教材特别制作了可编辑的配套课件,供教师参考。除此之外,为扩大学生的阅读范围,还特别增加了补充阅读,选择了与新闻事件相关的文章,有助于读者从不同的角度来观察新闻,更加客观地对待新闻报道。

我们对专业报刊阅读的定位是以语言教学为主,在学生提高英语水平的同时,掌握一定的专业知识,了解专业领域最新信息,真正将二者有机地结合起来。因此我们提出利用专业报刊阅读课对学生英语综合应用能力进行训练,开展各种课上和课下教学活动,如:课堂陈述、课堂讨论、新闻追踪、新闻写作和评论等,使学生能够围绕此内容进行各种语言应用训练。本教材也依照这一教学原则来编写,注重材料的实用性、时效性和趣味性,以及课堂活动的可组织性。

本套教材强调培养学生良好的阅读和思考的习惯,培养学生获取知识的能力、运用知识的能力、分析问题的能力、独立提出见解的能力和创新能力;强调批判性阅读,学生要具有批判的眼光,学会独立思考,对问题的分析由表及里,去伪存真,要学会透过语言层面分析意识形态。

本套教材的编者是一群热爱报刊阅读教学事业的大学英语教师,在多年进行报刊阅读教学的同时,也在积极地针对非语言专业的学生进行报刊阅读的教学研究和科研探索,并依据《大学英语课程教学要求》,对已有的报刊阅读教学模式进行了一些改革创新,并力求将创新的思路融入教材的编写之中。然而这最多只是此项探索的阶段性成果。我们相信随着正在进行的教学与科研的深入,这套教材将会得到不断修正、补充与完善。由于时间仓促,而且是首次用新思路进行此类教材的编写尝试,书中难免有错误或疏漏之处,衷心欢迎广大读者,特别是英语教师给予指正,并提出宝贵意见以勉励我们不断前行。

编者

前言

无论是当前大学英语教学改革与创新的要求,还是旅游管理专业发展的国际化趋势,都集中指向了一个亟需解决的英语教学问题:如何在大学短短几年的时间内帮助旅游专业学生卓有成效地提高英语语言应用水平、加强英语语言文化素养。这也可以看成旅游专业发展的软实力问题。为此,很多前辈、专家和学者付出了艰苦的努力,其中“英语报刊阅读”和“旅游专业英语”这两个方面的系列教材的贡献是有目共睹的。然而,普通报刊阅读教材中对旅游方面的主题鲜有涉及,而专业英语自身的知识结构和语言难度对实际教学构成的挑战也是不争的事实。因此,为了巩固前人的成果,加强报刊阅读课程的专业针对性,并同时帮助学生为旅游专业英语的学习做好准备,我们依据教育部《大学英语课程教学要求》,特意编写了这套《旅游专业报刊阅读教程》,期望以一种不同的视角为上文提到的共同目标献力。

在没有同类教材作为参考蓝本的基础上,《旅游专业英语报刊阅读教程》的编写设想付诸于实践的过程,是一个非常不容易的探索性过程。在前期调研中,我们先后征询了旅游业内和旅游学界的知名专家和学者的意见,并认真研究了旅游学科的知识体系和课程设置,对旅游专业的学生和教师进行问卷调查。在此基础上,对可以获得的涉及旅游专题的报刊进行摸底分析(包括报刊的影响力、报刊的多样性、文章的主题、趣味性、专业相关度、地域代表性、体例、篇幅长度以及语言质量和难易程度等要素),而后进行材料的初选、精选和终选。遴选材料时,在考虑以上所有因素后,我们发现尽管有诸多英文报刊,但真正可以入选的文章,实在很有限。有时编委们需要就一篇文章反复讨论、斟酌,可谓煞费苦心。最后,我们将教材的主题确立为:旅游经济、旅游文化、旅游开发、旅游管理、旅游营销、旅游地理、旅游与社会以及旅游组织八大专题。这些专题都是当今旅游业和旅游学界关注的热点和重点话题。每一个专题下有两篇文章从不同的侧面展示该专题。文章中的问题和课后练习相辅相成,有助于培养学生的英语综合能力,特别是阅读理解、批判性阅读和跨文化解读能力。文章的注释部分包含了丰富而实用的信息点,涵盖不同国家、不同地域、不同文化,有利于推进学生对文章中的专业知识点的理解。而“专业知识介绍”部分则是在文章涉及的“点”上,拓展本章专题中“面”的视野,使“点”、“面”结合,使学生对相关领域知识的掌握具有一定的系统性。“相关专业词汇与表达方法”,则进一步帮助开阔视野,巩固常用的专业词汇,为综合应用所学的语言铺好底子。除此之外,我们还增加了一些新闻专业知识常识。报刊文章有自己的风格和特点。要想充分理解、消化这些报刊文章,新闻方面的基本常识不可或缺。这部分不仅能够帮助学生理解报刊文章自身的行文逻辑,也为他们理解英语国家的社会文化打开了另一扇窗。

对于本书的编写,编委们投入了很多的心血。英语专业出身的编委们需要在英语语言教学、旅游专业知识和新闻专业知识方面三个方面做出努力,为此,编委们付出了大量的辛勤劳动。常常为了一个看似不起眼的知识点,我们需要大量查阅报刊文章,阅读旅游专业、新闻专业中外文文献,请教专家。去年整个春节,编委们都在为这本书忙碌,我们之间的电子邮件在他人沉睡的深夜里穿行。在繁重的教学任务之外,张琼负责编写了第1、7、8单元;栗娜负责第2、5、14单元,栗娜还帮助整理了参考文献部分;盖梦丽负责第3、11、12单元;鲁勤负责第4、9、10单元;刘苏力负责第6、15、16单元;马诗远编写了第13单元,并负责前期调研和全书的审阅、编辑。对于本书存在的疏漏与错误,真诚地恳请各位专家、学者和热心读者不吝赐教。

本书的编写得到了旅游业界和旅游学界的许多专家的指点和同行老师的帮助以及出版社和编辑的大力支持,尤其是修月祯教授对于本书给予了悉心的指导。在此谨向他们表示衷心的感谢。

编 者

Contents

Part I Tourism Economy

Unit 1 It's Not Easy Skiing Green	1
Unit 2 The Vacation Recession	11

Part II Tourism Development

Unit 3 Ecotourism in Guyane	23
Unit 4 Tourism and Poverty	34

Part III Tourism Marketing

Unit 5 A Taste of Dubai	44
Unit 6 Mexico's Tourism Turnaround	58

Part IV Tourism Management

Unit 7 Your 2010 Survival Guide	69
Unit 8 Event Planners Expanding Use Of Digital Marketing Tools	86

Part V Tourism Culture

Unit 9 Three Faces of Rome	97
Unit 10 Scotland—Its Whiskies and Festivals	107

Part VI Tourism Geographic

Unit 11 Eye on Europe; Discovering the “New” Old World	118
Unit 12 Beaming Bali, Indonesia; Cycling the Balinese Path to Happiness	133

Part VII Tourism and Society(Tourism Impact)

Unit 13 Searching for Shangri-La	143
Unit 14 Baja, Land of Drug Wars, Tries to Draw Tourists	161

Part VIII Tourism Organizations

Unit 15	PATA's Bali Challenge	172
Unit 16	Binding UNWTO to Concrete Measures—Climate Change and Tourism	184
Keys to Exercises	195

Unit 1

It's Not Easy Skiing Green

课文导读

环保滑雪非易事

旅游经济(Tourism Economy)是指由旅游者的旅游活动引起的,旅游者同旅游企业之间以及旅游企业同相关企业之间的经济联系。旅游经济的发展业已成为很多国家经济发展的重点和特色。现如今,在新的国际形势下,尤其在经历了经济危机后,旅游经济面临着一些新的问题,包括:旅游生态环境的建设和维护(低碳旅游)、经济危机对旅游业的影响、迪拜模式、旅行社、旅游饭店独特的经营模式、旅游企业跨国经营、政府干预、行业管理、产业政策等,这些问题都成为政府以及大众关注的话题。其中,“低碳旅游”作为一个新的名词进入了大家的视野。如何做到低碳,如何让旅游者在享受旅游乐趣的同时,又能维护旅游生态的可持续发展,本文揭开了对该问题讨论的一隅。

As climate change threatens to turn snowy mountains green, ski resorts step up their eco-efforts.

By Linda Burbank

Jan. /Feb. 2010

National Geographic Traveler

The 2010 Vancouver Olympic Winter Games have an official supplier of carbon offsets—a first for any Olympics—that will compensate for the Games' estimated 110,000 tons of direct carbon emissions with clean-energy projects. But as thousands of athletes, coaches, families, and spectators flock to the events in February, they'll add another 190,000 tons of emissions that won't be covered by the official program. Organizers hope that other corporate sponsors, participating countries, and individuals will step up to pay for their own offsets, though whether they will do remains to be seen. The dilemma is emblematic of the challenges facing the entire winter-

What does “carbon offset” mean?

What efforts are called for from other parties?

What does “dilemma” refer to?

sports industry. Skiing in the Rocky Mountains faces a literal melt down as early as 2030, with reduced snow at lower altitudes, so current base areas may have little or no snow, plus less snow overall, as well as shorter ski seasons, according to a recent climate study by the University of Colorado at Boulder. By century's end, there may not be enough snow for commercial skiing in the Sierra Nevada. Warning signs are evident: already, some 70 percent of ski areas in the Italian Alps and 30 percent of French slopes depend on artificial snow.

"This is bigger than anything the ski industry has ever faced," says Auden Schendler, author of *Getting Green Done: Hard Truths from the Front Lines of the Sustainability Revolution*.

Ironically, although love of the out-doors drives the sport, downhill skiing and snowboarding are inherently not green, says Dave Meyer, the blogger behind www.skigreenguide.com. Real estate resort development, snowmaking and grooming, and skiers flying to far-flung mountains all add up to a high-impact—and possibly unsustainable—sport.

The ski industry is working to ameliorate its impacts, though not everyone agrees on its progress. This year marks the 11th anniversary of the Sustainable Slopes program, a voluntary environmental initiative of the National Ski Areas Association (NSAA)¹, a trade association with 329 members, primarily in the U. S. and Canada. Critics charge that participation in the NSAA's voluntary program is a snow job: With no independent oversight or sanctions for transgressions, resorts can garner green cachet without actually having to better their standards. "While I appreciate some of the work they do, a lot of it is greenwashing," says Hunter Sykes, a consultant who has worked with the Ski Area Citizens' Coalition (SACC)².

SACC performs an annual assessment of the environmental performance of 84 mountain resorts throughout the western U. S. Its scorecards are limited to resorts located on public land, whose records are accessible through Freedom of Information Act requests; most eastern resorts are on private property. To rank in the top ten, resorts must have a proactive approach, including measures such as water conservation and public transit.

The reports of both groups reveal an industry working to cut its carbon emissions and reduce waste. Sixty-three resorts across 17 states now buy renewable energy to offset some or even all of their

What are the challenges facing the winter-sports industry?

What is a "high-impact sport"?

Check out who do(es) not agree on the progress of the ski industry's work?

Guess the meaning of "greenwash".

Why is the work of NSAA being charged?

energy use. NSAA members compete for environmental awards, administered by sports-snack manufacturer Clif Bar. Last year, Wyoming's Grand Targhee won the top award.

So how can travelers schuss with a clearer conscience? Get informed and then vote with your wallet. Look at the Scorecards (www.skiareacitizens.com) and see how your favorite spots measure up. Support the sustainable resorts with your patronage. The number of skiers has remained constant for the past two decades, making each person a hot commodity for the industry. Let the resort know why you chose it—even better, tell the resorts you rejected why you chose to ski elsewhere.

Check out the National Ski Areas Association's resources too, such as the Green Room (www.nsaa.org), which lists environmentally friendly efforts by member resorts and is searchable by categories such as recycling, snowmaking efficiency, and energy use for lifts. There's also a free iPhone Save Our Snow app, which gives a snapshot of resort environmental policies at more than 500 resorts. NSAA cosponsors the Keep Winter Cool program (www.keepwintercool.com), with consumer tips and climate change details.

No matter how green a resort, getting there creates its own problems. On average, every mile driven to reach the slopes discharges one pound of carbon dioxide; the figures are even worse for SUVs. Worse still: flying. Some resorts offer incentives to carpoolers: Colorado's Arapahoe Basin offers a 25 percent discount on lift tickets to carpools of four or more, while Keystone lets carpoolers park for free in premium lots. Find shared rides through resort websites and on sites such as skicarpool.com.

You can also purchase carbon offsets when buying lift tickets. The Bonneville Environmental Foundation's Ski-Green Offsets (www.b-e-f.org/shop/ski) cost \$2 and compensate for 150 pounds of carbon dioxide by funding renewable energy projects; they're available at 20 resorts this year.

What does "vote with your wallet" mean?

Why is carpooling encouraged as a way to offset carbon?

What does "carbon offsets" here mean?

Part I Words, Expressions & Terms

Words & Expressions

supplier *n.* 供应方
offset *n.* 抵消; 补偿

emission *n.* 排放
corporate *adj.* 公司的

sponsor	<i>n.</i>	赞助者, 赞助商	greenwash	<i>n.</i>	绿漂, 假意表示对环境的重视
dilemma	<i>n.</i>	困境, 进退两难	scorecard	<i>n.</i>	记分卡
emblematic	<i>adj.</i>	象征的; 可当标志的	proactive	<i>adj.</i>	积极主动的; 主动出击的; 先发制人
meltdown	<i>n.</i>	彻底垮台	schuss	<i>v.</i>	直线滑降
base	<i>n.</i>	据点; 总部; 大本营	measure up		符合, 一致
snowboarding		滑雪板	patronage	<i>n.</i>	支持, 赞助, 资助
blogger	<i>n.</i>	写日志(部落格)的人	environmentally friendly		有利于环境保护的
inherently	<i>adv.</i>	天性地, 固有地	lift	<i>n.</i>	电梯, 升降机
groom	<i>v.</i>	打扮, 装束	app	<i>n.</i>	计算机应用程序
skier	<i>n.</i>	滑雪的人	snapshot	<i>n.</i>	快照
far-flung	<i>adj.</i>	蔓延的, 辽阔的, 遥远的	discharge	<i>v.</i>	放出, 排放
high-impact	<i>adj.</i>	高抗冲的	dioxide	<i>n.</i>	二氧化物
ameliorate	<i>v.</i>	(使)改善, 改进	SUV	<i>n.</i>	(sport-utility vehicle) 多功能运动车
initiative	<i>n.</i>	倡议, 方案	incentive	<i>n.</i>	刺激; 诱因, 动机, 奖励
oversight	<i>n.</i>	监管, 负责, 照管	carpooler	<i>n.</i>	拼车者
sanction	<i>n.</i>	制裁, 约束力	premium	<i>adj.</i>	特级的
transgression	<i>n.</i>	违反; 违法			
garner	<i>v.</i>	取得, 获得			
cachet	<i>n.</i>	威信; 威望			

Terms in This Unit

green	绿色的, 环保的	real estate	房地产
eco-effort	为环保而作出的努力	resort	度假胜地
carbon offset	碳减排	snowmaking	造雪
clean energy	清洁能源	grooming	修饰, 装扮
carbon emission	碳排放	trade association	行业协会
winter-sports industry	冬运产业	greenwash	绿漂
meltdown	崩溃	environmental performance	环境表现
altitude	高度, 海拔	scorecard	记分卡
ski season	滑雪季	public land	公共用地
commercial skiing	商业滑雪	private property	私人土地
ski area	滑雪场	water conservation	水资源保护
slope	斜坡	public transit	公共交通
artificial snow	人造雪	cut carbon emissions	减少碳排放
ski industry	滑雪业	renewable energy	可再生能源
sustainability	可持续性	environmental award	环保奖
snowboarding	滑板滑雪	sports-snack	体育快餐

spot	景点	consumer tips	消费者告诫
environmentally friendly	对环境友好的,	climate change	气候变化
	不破坏环境的	discharge carbon dioxide	排放二氧化碳
recycling	回收,循环		

Related Terms

low-carbon travel & tourism (T&T) sector	低碳旅游业	carbon footprint	碳足迹
ecotourism	生态旅游	greenhouse gas (GHS)	温室气体
greenhouse effect	温室效应	anthropogenic emission	人为排放
global warming	全球变暖	fuel/energy efficient	节能的
energy-saving technology	节能技术	CO ₂ neutral	碳中和的
emissions reduction/emissions mitigation	减排		

Part II Notes

1. National Ski Areas Association (NSAA) 美国国家滑雪区协会

美国国家滑雪区协会(NSAA)是滑雪场的所有者和经营者的行业协会。NSAA 成立于1962年,总部位于纽约。它代表的326个高山度假胜地,占了美国全国百分之九十以上的滑雪区。此外,它拥有400名供应商成员,为山区度假产业提供设备,货物和服务。

该协会的首要目标是满足全国滑雪区业主和经营者的需要,推进、刺激和促进整个产业的发展。NSAA的工作包括:

分析和发布滑雪产业统计数据;

组织年会和展览会;

出版双月的行业刊物;

积极参与国家和州的政府事务。

此外,NSAA还提供行业内的教育计划和员工培训的材料。

NSAA发起和赞助的项目有:可持续斜坡项目、绿色空间和冬天不冷项目。

2. Ski Area Citizens' Coalition (SACC) 滑雪场公民联盟

滑雪场公民联盟(SACC)就是要确保滑雪场的管理决定应考虑到环保、地方社区和滑雪人群的切实需要。

滑雪场环境记分卡是给美国西部的滑雪胜地的环保政策和做法打分。该记分卡的等级是基于对单个标准打分的。这些标准可以分为四类:居住环境保护、保护水域、解决全球气候变化和环境保护措施和政策。四个方面构成一个总成绩。

SACC的环境记分卡区分滑雪地区之间的差异,因为有些滑雪场真正为环保做出了努力,而一些滑雪场只说不做。虽然创建和经营一个滑雪胜地总会带来环境影响,但记分卡的

目的是对滑雪区目前的环境表现进行打分。

Part III Tourism Background

low-carbon tourism 低碳旅游

低碳旅游,指的是在旅游活动中,旅游者尽量降低二氧化碳排放量。其中包含政府与旅行社机构推出的相关环保低碳政策与低碳旅游线路、个人出行中携带环保行李、住环保旅馆、选择二氧化碳排放较低的交通工具甚至是自行车旅行或徒步等方面。

联合国世界旅游组织(UNWTO)在其公布的《迈向低碳旅行和旅游行业》(*Towards a Low Carbon Travel & Tourism Sector*)中,提出了在各个行业,诸如交通和住宿行业,减少温室气体排放量的建议。该研究提出设立绿色旅行和旅游基金,以帮助旅行和旅游业的碳减排。该报告指出各国政府,业内人士及消费者应共同努力改善旅游的低碳可持续发展,这将反过来促进该行业的持续增长以及国家经济的可持续发展。

Part IV Journalism Basics

新闻的定义及评价标准

一、新闻的定义

何为新闻?在中西方新闻界中对于新闻的定义是多种多样,五花八门。在国内最有影响力的定义之一是:“新闻是新近发生的事实的报道。”(陆定一)这个定义包含了三个层次的意思:

1. 新闻是报道,是主体对客体的反映,它既不是纯客观的事实,也不是纯观念的东西,是主观与客观的统一。
2. 新闻报道的是事实,或者说是事实的报道,而非编织的故事,更不是谣言。
3. 新闻是新鲜报道,是新近发生的事实的报道,而非历史事实的记载,是新闻,而不是旧闻。

本单元 *It's Not Easy Skiing Green* 正是对当下热议的低碳旅游进行了报道,对从滑雪者行业组织到滑雪者个人在减少碳排放方面做出的努力进行了详述。本文的议题是由2010年举办的冬季奥运会引出的。此界奥运会对于减少碳排放方面给予了极大的关注,但仍需社会各界更多的关注与参与。所以,这是完全符合新闻定义的新闻报道。

二、新闻的评价标准

根据新闻评价的实际情况,我们可以将新闻评价标准归入这样几个大类:

第一,需要、兴趣、爱好类标准。这是典型的主体性标准,也是人们在新闻评价活动中使用的主要标准。

第二,各种规范类标准。包括两大类,一是他律性规范,以中国新闻界为参照,主要有:与新闻传播有关的法律规范;新闻政策和新闻纪律(又称新闻宣传纪律);二是自律性规范,是指新闻工作者按照一定的道德标准来要求自己、约束自己的规范。这些规范是人们新闻价值观念的反映,体现着人们新闻传播价值取向的根本要求,当然也是一定主体利益、需要的反映,本质上属于主体性的标准,在新闻评价活动中是常规性的衡量客体新闻价值的

标准。

第三,客体属性类标准。这是新闻实践中最常用的客体尺度,在长期的新闻传播实践过程中,人们将这些属性概括为五种:时新性、重要性、显著性、接近性和趣味性。这些属性成为传播主体发现、比较、评价、判断、选择新闻事实最基本的客体尺度。直到现在,尽管新闻传播的规模与水平发生了翻天覆地的革命性变化,但这些属性仍然是传播主体评价事实有无新闻价值和价值大小的主要标准。(杨保军《论新闻价值评价标准》)具体来讲:

1. 时新性(timeliness)。所谓时新性,指的是新闻事件从发生到被记者传播出去之间的时间差。如出报当天或前一天发生的事件,或者即将发生的事件,都被认为是有时新性的报道。抢发第一条新闻,已经成为媒体竞争的一个重要方面,是衡量媒体综合实力的重要标准。

2. 重要性(unusual nature)。非普通事件、鲜有或离奇事件、或者从事非正常活动的人,都具有新闻价值。

3. 显著性(celebrities)。有成就的名人,比如演艺明星、运动员,或无论因为好事还是坏事而出名的人,往往能吸引读者的主意。

4. 接近性(proximity)。接近性包括地理上的接近和心理上的接近两层含义。一般来说,人们通常会更多地关注发生在本地的新闻,随着地理空间范围的扩大,关注度也会随之降低。从报道内容上来说,那些与受众职业、兴趣有关或是与其关系较为密切的内容通常也会得到较多的关注。

5. 趣味性(human interest)。趣味性一般是指那些能够引起人们兴趣的事情。这类新闻报道那些有特殊问题、成就或经历的人,从而引起读者对主人公境遇的关注。很多具有趣味性的新闻还能达到娱乐的目的。

本单元中对绿色滑雪的报道,可以说是集时新性、重要性、趣味性于一身,是符合上述规范的新闻报道。

Part V Exercises

A. Choose from the box proper words or phrases to complete the sentences.

supplier	corporate	sponsor	meltdown
groom	initiative	proactive	discharge

1. Rapid economic growth may lead to an overextension of resources and lead to an eventual catastrophic _____.
2. The paper uses political economics to explain why _____ governance structures differ among countries.
3. Factories _____ wastes into nearby rivers and seas.
4. To help college students with financial difficulties, our state department has established series of related _____ policies, national scholarship policy, national loan policy for schooling, jobs for schooling policy, subsidy for special difficulties policy, tuition lightening and exempting policy and green passage policy.

5. I offered to muck out the stables and to help _____ the horses for four hours every week.
6. It constructs an integrated inventory model including one _____ and one retailer.
7. Be _____ and results driven in managing and implementing purchasing activities and cost reduction programs.
8. The third objective of political reform is to stimulate the _____ of grass-roots units and of workers, peasants and intellectuals.

B. Explain the underlined parts.

1. But as thousands of athletes, coaches, families, and spectators flock to the events in February, they'll add another 190,000 tons of emissions that won't be covered by the official program.
2. Organizers hope that other corporate sponsors, participating countries, and individuals will step up to pay for their own offsets, though whether they do remains to be seen.
3. Warning signs are evident: Already, some 70 percent of ski areas in the Italian Alps and 30 percent of French slopes depend on artificial snow.
4. Ironically, although love of the out-doors drives the sport, downhill skiing and snowboarding are inherently not green, says Dave Meyer, the blogger behind *www.skigreenguide.com*.
5. Real estate resort development, snowmaking and grooming, and skiers flying to far-flung mountains all add up to a high-impact—and possibly unsustainable—sport.
6. Critics charge that participation in the NSAA's voluntary program is a snow job: With no independent oversight or sanctions for transgressions, resorts can garner green cachet without actually having to better their standards.
7. "While I appreciate some of the work they do, a lot of it is greenwashing," says Hunter Sykes, a consultant who has worked with the Ski Area Citizens' Coalition (SACC).
8. NSAA members compete for environmental awards, administered by sports-snack manufacturer Clif Bar. Last year, Wyoming's Grand Targhee won the top award.