

应用型翻译系列教材

实用

Practical Journalistic
English Translation

新闻英语翻译

(英汉双向)

夏廷德 马志波 编著



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

应用型翻译系列教材

实用新闻英语翻译

(英汉双向)

Practical Journalistic English Translation

夏廷德 马志波 编著

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

实用新闻英语翻译: 英汉双向 / 夏廷德, 马志波编
著. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2010
应用型翻译系列教材
ISBN 978-7-81134-919-1

I. ①实… II. ①夏…②马… III. ①新闻 - 英语 -
翻译 - 教材 IV. ①H315.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 241554 号

© 2010 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

实用新闻英语翻译 (英汉双向)
Practical Journalistic English Translation

夏廷德 马志波 编著
责任编辑: 陈 颀 戴 菲

对外经济贸易大学出版社
北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029
邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342
网址: <http://www.ubep.com> E-mail: ubep@126.com

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行
成品尺寸: 185mm × 260mm 15 印张 347 千字
2010 年 10 月北京第 1 版 2010 年 10 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-919-1
印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 25.00 元

出版说明

随着全球化进程的日益加快，市场上对于翻译人才的需求日渐增加，尤其是不同专业领域的翻译人才越来越受到青睐。许多高等院校开始重视专门用途英语（ESP）课程的开设，商务英语、法律英语、科技英语、旅游英语和新闻英语等，成为重要的 ESP 课程，也越来越受到相关专业学生、普通英语专业中有志于从事相关专业翻译学生的青睐。

为适应新的教学需要，满足社会对专业翻译人才的教学培养需求，对外经济贸易大学出版社策划出版了这套“应用型翻译系列教材”，内容涵盖商务、法律、旅游、新闻、科技等各个方面。它不仅能满足翻译专业人士的需求，同时可作为全国高等院校英语专业（本科）选修课教材，翻译专业（本科、硕士）必修教材，也可以作为英语学习爱好者自学的专业读物。

本系列教材的作者均为全国重点高等院校翻译专业学科带头人和一线优秀教师，充分体现了当今专门英语翻译教育的发展方向和水平。具体书目包括《实用商务英语翻译》、《实用法律英语翻译（英汉双向）》《实用科技英语翻译（英汉双向）》、《实用旅游英语翻译（英汉双向）》和《实用新闻英语翻译（英汉双向）》等。

本套系列大部分教材配有 ppt 电子课件，具体情况请登录 www.uibep.com 查看。

对外经济贸易大学出版社外语图书事业部

2010 年 10 月

前 言

《实用新闻英语翻译》是对外经济贸易大学出版社应用型翻译系列教材之一。该教材是为了适应新闻翻译教学新形势，满足社会对应用型新闻翻译人才的培养需求而编写的一部实用性教材。该教材可作为高等院校英语专业高年级翻译选修课教材，也可用作翻译专业本科、翻译专业硕士课程的必修教材。对已进入媒体工作，初涉新闻英语翻译领域的专业人员和英语翻译爱好者也不失为一本有益的参考书。

本书尽可能吸收了已出版的同类教材的优点，并在此基础上努力创新。为满足新闻翻译专业的实际需求，本书辟出一些章节介绍国内同类教材尚未覆盖而新闻翻译实践又不可或缺的一些新内容。本书除了涵盖一般新闻翻译教材的内容，还具有以下特点：

第一，本书紧跟翻译界研究动态，有选择地应用了与新闻翻译密切相关的国内外翻译研究新成果。例如，第一单元第二章的原文意旨、译文意旨和文本类型的分析；第三章的译文受众的评估、翻译发起人与译者等内容，经检索均是一般同类教材尚未涵盖的内容。有关原文意旨与译文意旨的翻译一节没有沿循传统译论中机械的忠实原则。因为在翻译实践中译文意旨与原文意旨会由于译文使用者目的不同出现不一致的情况，因此有必要在新闻翻译教学中让学生认识到，新闻译者应按照目的语意旨随时调整翻译策略，避免对原文不分是非，一概盲从的愚忠行为。关于受众评估的内容有助于译者克服忽略媒体性质、受众阅读水平和兴趣等因素的倾向，纠正译者仅凭主观嗜好采取千篇一律的翻译策略的弊端。

本书涉及的翻译发起人问题在国内新闻翻译教材中也没有给予应有的关注。根据诺德(Christiane Nord)的界定，“发起人是通过规定所需目的语文本的目的，启动翻译过程，并确定翻译路径的个人、群体或机构。”功能派翻译学者赫兹—曼塔利(Holz-Mantari)把发起人(initiator)和委托人(commissioner)分别加以界定。她规定，发起人是“实际需要目的语文本者”，而委托人是“要求译者为某一特定目的和接受人制作目的语文本者”。她认为，译文委托人可以影响目的语文本的制作，比如要求译者采用某一文本格式或术语。委托人可以向译者提供翻译委托书，内容一般包括：(1) (预期的) 文本功能；(2) 目的语文本的受众；(3) 接受文本的(未来)时间与地点；(4) 传播文本的媒介；(5) 制作或接受文本的动机。显然掌握上述信息可以避免委托人(包括译者所在的媒体机构等)与译者之间发生不必要的矛盾，便于准确、顺利、圆满地完成翻译任务。另外，第四章第三节涉及新闻评论翻译中的意识形态与国家利益问题，阐述了国家主权、领土完整、国家统一等重大问题的翻译原则和方法。此外，本书还将语料库语言学 and 语料库翻译研究成果用于支持书中提出的观点和翻译方法。

第二，本书另一特点是在第二单元专门辟出新闻专有名词的英译与回译一章，用以介绍汉字文化圈国家与地区专有名词的英译与回译的原则和方法。笔者在多年的翻译教学中发现，在新闻翻译练习中学生常把英语新闻中出现的属于汉字文化圈的日本、朝鲜、韩国、越南等国家和地区的人名、地名、机构名等专有名词，及其旅居或移民海外者的

人名等专有名词统统按照其语言在英语中的拼写与发音音译成汉语，而不是按照惯例回译成相应的汉字。甚至有些资深的英语学者发表在国内重要外语刊物上的译文也有此类误译。例如，笔者前不久在一本外语杂志上读过一篇介绍美国夏威夷的文章及其译文。译者将原文中夏威夷的一个日裔美国人的姓氏 Ikeda 误译为“伊凯达”，而该姓氏对应的汉字应是“池田”。显然这是译者无法回避的难题。而国内同类翻译教材中很少涉及此类棘手问题。另外，本书还对英语新闻中常见的法语、德语、俄语等语言的专有名词的汉译问题和中西方约定俗成的专有名词的英译与回译也进行了详细介绍。

第三，本书还有一个特点是新闻案例数量多，案例来源丰富，而且绝大多数新闻案例的来源都加以标注。书中提供的大量新闻案例及其译文几乎覆盖了所有章节。这样不仅避免了空洞的说教，也有助于学生充分理解和易于接受相关内容。为节省篇幅，书中绝大多数案例的译文和翻译习题的译文虽然没有标注“笔者译”之类的字样，但均由笔者所译。引用的译文，凡是能找到出处的都加以标注。案例以英语国家的各种英语变体（即方言）为主，囊括了英国、美国、加拿大、澳大利亚、新西兰等国的新闻媒体的新闻，也酌情收入少量英联邦国家（如印度等）和非英语国家（如中国、日本、朝鲜、韩国、越南等）英语媒体的新闻案例。案例来源的媒体类型以报刊为主，包括纸质版（标有版面序数）和网络版（未标版面序数）。还有一部分新闻案例出自国内外一些重要门户网站。另外，在涉及音频（如广播新闻）和视频（如电视新闻）的章节，也酌情收入了少量的音频和视频媒体的案例。因此本教材使用者可以通过书中案例熟悉各种媒体的新闻特点。本教材的翻译习题，尤其是第二、第三和第四单元的习题在满足课后练习的基础上略有冗余，旨在给任课教师适当的选择空间和满足不同层次（本科生和硕士生）、不同学时数的授课需要。授课教师授课时可以酌情取舍。

本书有四个单元，总共十章。第一单元是新闻与翻译概论。这一单元是全书的基础部分。第二单元是新闻语体与翻译。第三单元是新闻语法和语篇翻译。第四单元为新闻类型与意识形态翻译。后面三个单元涉及新闻翻译中的具体问题。本书不追求语法和语篇内容面面俱到。凡是在中学和大学低年级学过的语法内容不再一一重复，以便充分利用有限的学时集中解决与新闻翻译密切相关的语法和语篇的常见问题和难题。第二和第三单元可以说是对新闻翻译局部解剖式的介入，而第四单元则是对新闻翻译全景式的概览。这一单元从整体上介绍了消息、特写和评论三种主要新闻体裁的特点、翻译原则与方法，并按照题材对新闻中常见的一些类型进行了示范性讲解。因为篇幅有限，虽然不能做到面面俱到，但教师可以通过此类训练引导学生由此及彼，举一反三，最终达到能够独立从事各类体裁和题材的新闻翻译的水平。

由于本书中的创新内容难以找到可借鉴的经验，也由于笔者水平与视野的局限，书中难免出现错误与不当之处。恳请教材使用者给予批评指教，以便未来再版时加以修订和完善。另外，笔者借此一隅对大连海事大学外国语学院资料室的王铭霞老师在写作过程中不辞劳苦，协助查阅大量资料表示诚挚的感谢。

编著者 夏廷德、马志波

2010年10月

目 录

第一单元 新闻与翻译概论

第一章	新闻概要	3
第一节	“新闻”词语探源	3
第二节	新闻的界定与新闻价值	4
第三节	新闻分类	13
第二章	新闻文本分析	17
第一节	原文意旨	17
第二节	译文意旨	18
第三节	文本类型	20
第三章	新闻文本外部因素分析	27
第一节	译文受众的评估	28
第二节	翻译发起人与译者	34
第三节	新闻翻译的基本原则	42

第二单元 新闻语体与翻译

第一章	语体	47
第一节	语体分级	47
第二节	新闻语体	50
第三节	新闻语体的翻译	54
第二章	新闻选词与翻译	65
第一节	新闻选词的一般倾向	65
第二节	新闻选词的特殊情况	88
第三节	新闻词语的民族与国别特征	94
第四节	新闻标题词语及其翻译	98

第三章 新闻专有名词的英译与回译	111
第一节 汉字文化圈国家与地区专有名词的英译与回译	111
第二节 其他国家专有名词的英译与回译	121
第三节 约定俗成的专有名词的英译与回译	124

第三单元 新闻语法和语篇翻译

第一章 新闻语法	133
第一节 标题语法特点与翻译	133
第二节 正文语法特点与翻译	139
第二章 新闻语篇	159
第一节 新闻语篇逻辑连接与翻译	159
第二节 新闻语篇的分段与翻译	164

第四单元 新闻类型与翻译

第一章 不同体裁的新闻及其翻译	171
第一节 消息的翻译	171
第二节 特写的翻译	179
第三节 新闻评论的翻译	184
第二章 不同内容的新闻翻译	193
第一节 灾难类	194
第二节 综合类	198
练习参考答案	207
参考文献	227

第一章

新闻概要

目的：本章主要介绍新闻的基本知识。通过本章的学习，学生应当能够：

- 识别“新闻”一词的共性；
- 熟记新闻的6大要素的定义，掌握新闻定义的若干基本特征；
- 说明新闻价值的3项基本决定因素、5项增强因素和2项限定要素；
- 了解本章提到的若干种新闻分类。

当代中国和其他地区、国家使用汉语普通话（我国香港、澳门和台湾一般称之为“国语”，新加坡、马来西亚华人一般称之为“华语”）者对汉语“新闻”一词早已司空见惯；同样使用英语国家的受众对 news（新闻）一词也习以为常，一般很少有人究其来龙去脉。诚然，新闻作为一种现象，早在现代媒体作为载体对其进行传播之前的远古时期，就理应存在了。毕竟人们一旦开始使用语言，就会利用语言传播信息，尤其对身边刚刚发生的事件，人们往往更是乐此不疲地加以传播。及时获取信息对早期人类来说不仅事关他们的日常生活，甚至会关系到他们的生存。对现代人来说，新闻除了上述功能之外，还会从心理层面满足人类与生俱来的求知欲。在当今信息爆炸时代，“新闻”更是与人类形影不离。不过“新闻”这个术语出现在文献中的时间要比这一现象晚得多。在这一章里我们将对“新闻”一词的来源、含义、发生、发展概况给予一个大致的描述。

第一节 “新闻”词语探源

汉语“新闻”一词由“新”和“闻”两个字组成，“新”字可以指事物具备的初始性质，即未曾有过的、未曾出现过的属性；也可以指时间上的切近，即新近之义，还可以指未曾用过的属性等。而“闻”字本义为听见，《说文》所给的释义为“闻，知声也”，进而指听见的事情、消息，如“求闻之若此”（《吕氏春秋·慎行论》）。

据认为现在使用的“新闻”一词与中国古代或近代文献中出现的“新文”一词意义相通，按照这一说法，早在后晋刘煦（也作“刘昫”）等著的《旧唐书》中就曾出现该词；书中记载“孙处玄，长安中征为左拾遗。颇善属文，尝恨天下无书以广新文。神龙

初,功臣桓彦范等用事,处玄遗彦范书,论时事得失,彦范竟不用其言,乃去官还乡里。以病卒。”^①这段文字讲的是武则天长安年间中期(约公元703年)官拜左拾遗(一种谏官的称谓)并擅长文章的孙处玄感慨当时没有传播新闻的书。神龙年初,他致书当时处理政务的功臣桓彦范等,评论时政,然而彦范竟不采纳其意见,因此愤而辞官,最终病卒。显然当时一些有识之士已经产生了用文字传播新闻的愿望。另外,“新文”与“新闻”同义的说法也可以通过《红楼梦》第48回中一段话加以证明:书中写到“且说平儿见香菱去了,就拉了宝钗悄悄说道:‘姑娘可听见我们的新文没有?’”^②其中“新文”二字在其他版本同一句话中出现时就采用过“新闻”一词^③。

为了获得一个比较直观、全面的认识,我们不妨观察一下表示“新闻”的词在其他几种语言中的构成。英语“新闻”一词 news 是由形容词 new (新的)加复数形式 s 构成。法语“新闻”一词 nouvelles 也不例外,是由形容词 nouveau (新的)的阴性形式 nouvelle 加上复数 s 构成。除了 nouvelles 之外,法语还有 actualité 一词表示“新闻”、“时事”等意思。这个词是由形容词 actuel (现实的、当前的)派生而来。俄语的“新闻”一词 новости 也是从形容词 новый (新的)派生而来;德语中表示“新闻”的词有 Nachricht 和 Neuigkeit。前者由前缀 nach- (有“随后”、“靠近”、“朝向”等意思)加上 richt (有“指向”、“纠正”等意思)构成。Nachricht 这个词曾有“指教”、“传达”等意思,逐渐演变为现在的“消息”、“新闻”;后者是由形容词 Neu (新的)加上 -ig 和 -keit 后缀构成,意为“新闻”、“新消息”。现代日语中虽然有“新聞”一词,但实际上却是指“报纸”,当代日语相当于汉语“新闻”的词 ニュース 实则是英语 news 一词的音译。

由此看来,汉语和其他几种外语表示“新闻”的词具有一些共性:它们基本都包含“新”与“近”之类的涵义。显然,这些特性是构成新闻的不可或缺的要素。

第二节 新闻的界定与新闻价值

一、新闻的定义

尽管人们对新闻一词的含义达成一些共识,但它并不是定义,因此也只能粗略反映出新闻的一个侧面。目前新闻的界定纷繁杂芜,尚无人们完全认可的、统一的新闻定义。由于各国文化、价值观念和意识形态不尽相同,人们的观察视角与侧重点不同,因此人们给出各种不同的新闻定义。

总的说来,新闻基本都包含6大要素,可以简称为5W+1H(即Who, What, When, Where, Why+How)。这6大要素是由美国新闻界于19世纪中叶归纳出来的。中国新闻界将其称为6何(即何人、何事、何时、何地、何因+何果)。而新闻的定义一般都或多或少地体现出上述内容,但很少完全囊括全部要素。美国新闻学专家朱利安·哈瑞斯同

① 参见刘昉等. 旧唐书. 北京: 中华书局, 卷一百九十二列传第一百四十二.

② 见曹雪芹. 红楼梦. 程乙【亚东】本. 贵阳: 贵州人民出版社, 2001: 548.

③ 见曹雪芹, 高鹗. 红楼梦. 海口: 海南国际新闻出版中心, 1996: 311.

样认识到新闻界定的复杂与艰难,为此他避开直截了当的定义,而是从众多新闻中概括出两个基本特征权作对新闻的尝试性界定。他认为,新闻必须具备的第一个特征是“对已发生的一些事件的描述”。换言之,新闻不能是虚构的东西。新闻必须具备的第二个特征是“影响或改变社会、经济、政治、物质或其他关系的事件”。^①

而实际的新闻定义一般主要突出四点:1) 时间的新近性; 2) 内容的真实性; 3) 事件的反常性; 4) 受众的广泛性。下面我们通过一些具体的新闻定义对其进行具体的了解。

美国出版的《韦氏第九版大学新辞典》(Webster Ninth New Collegiate Dictionary)(1983年)给新闻下了一个非常简明的定义: 1. a report of recent events (最近事件的报道) 2 a. material reported in a newspaper or news periodical or on a newscast (在报纸、新闻期刊或新闻广播中所报道的材料) b. matter that is newsworthy (有新闻价值的内容)。商务印书馆出版的《现代汉语词典》(1994年)将“新闻”释义为: 1. 报纸、广播电台等报道的国内外消息,即新闻广播和采访新闻。2. 泛指社会上最近发生的新事情。美国密苏里大学新闻学院已故院长莫特将新闻界定为:“新闻是新近报道的事情”。美国新闻学专家布莱尔给新闻下的定义是:“新闻是新近发生的,能引人兴味的现实。”^②我国新闻学先驱之一,原北京大学教授徐宝璜在《新闻学纲要》中说:“新闻者,乃多数阅者所注意之最近事实也。”美国学者阿维因提出:“新闻就是同读者的常态的、司空见惯的观念相差悬殊的一种事件的报道”。^③德国柏林大学道比德特教授认为“新闻就是把最新事实现象在最短的时间间距内连续地介绍给最广泛的受众。”^④

二、新闻价值 (Newsworthiness or News Values)

新闻价值取决于公众或某一特殊受众的关联度,新闻界的关注程度,及其所报道题材的质量。以上只是众多新闻价值定义中的一种。目前还没有为所有新闻工作者所认可的定义。那么究竟什么是新闻价值呢?上一节讲到新闻必须是新近对真实事件的报道,即时间的新近性与内容的真实性。但实际上每时每刻都会发生无数的真实的事件,小到普通百姓的吃穿住行,大到一般政府官员的例行公事。新闻不可能将上述事件全部囊括,或随意选择一两件加以报道。换言之,并非上述所有的事件都具有新闻价值。

那么在新近发生的真实事件中那些具有新闻价值呢?尽管世界各地每天媒体报道的新闻形形色色,无法一一道来,但通过对众多的新闻条目合并加以细心比较,新闻工作者们发现,新闻的核心价值不外乎3项,即所谓的新闻3项“基本决定因素”(Basic Determinants),即“影响性”、“显著性”和“超常性”。在此基础上新闻工作者又进一步发掘出5项“增强因素”(Inceasers),即“及时性”、“接近性”、“时尚性”、“冲突性”和“娱乐性”。额外又补以2项“限定要素”(Qualifiers),即“宣传性”和“效仿

① 见朱利安·哈瑞斯. 全能记者必备. 北京: 中国新闻出版社, 1988: 36~37.

② 见郑敬畴. 实用新闻写作教程. 北京: 地震出版社, 1999: 1.

③ 出处同上.

④ 出处同上, 第2页.

性”。^①下面对这些因素分别加以阐述。

（一）影响性（Impact or Significance）

影响性指的是某一事件对当前社会生活和公众具有重要或深刻的影响，事关整个社会或社区广大公众的切身利益或对其心理产生重要影响，因此为受众所关注而具有新闻价值。比如基本国策的改变或国家领导人的更替；股市的大幅涨落或经济危机的爆发；战争爆发及其进程；重大自然灾害或人为祸患；重大疫情等都会直接或间接地对人们的物质生活或心理状况造成影响，故而具备了成为新闻的条件之一。2008年10月23日《华盛顿邮报》刊载的一条有关华尔街大裁员的新闻就属于影响极大的事件。新闻起首部分如下：

🔗 例1 原文

Wall Street layoffs could surge past 200,000

NEW YORK—Traders and investment bankers might have more to worry about than dwindling bonus pools this year as mass firings on Wall Street are set to hit a record.

The fallout from this year's global credit crisis has claimed jobs on all corners of Wall Street, from hedge fund managers to floor traders and beyond. More than 110,000 have lost their jobs so far this year, and some industry experts forecast it could come close to 200,000 before the year is over.

🔗 例1 译文

华尔街裁员将激增超过20万人

（纽约消息）随着华尔街大规模的裁员行将创下记录，今年这里的交易商和投资银行家们除了日益缩水的红利基金，可能还会有更多的担忧。

受今年全球信贷危机影响，失业大潮已经冲击华尔街的各个角落，波及到对冲基金经理到场内交易商，甚至更广的行业。迄今为止今年已经有超过11万人失业，一些行业专家预测，截止到今年年底，失业人数可能会接近20万人。

众所周知，金融界里有这么一句话，“华尔街一感冒，全世界都要打喷嚏”。可以说，华尔街是美国甚至世界经济的晴雨表。这里的风吹草动会牵连无数人的经济利益，甚至会导致整个美国乃至全世界的经济动荡。因此上述新闻无疑影响巨大，新闻价值不菲。

（二）显著性（Prominence）

新闻的显著性指人物、团体、地点、事件等的知名度。新闻的显著性价值与上述各项的知名度的程度成正比。知名度越高，新闻价值就越大。如国家元首、诺贝尔奖得主、演艺界明星等人物哪怕有一些小的举动或变化都会吸引无数人的眼球。若是遇上重大活动就更不必说。以下是摘自2007年11月19日《泰晤士报》的一条新闻的开头部

^① 参见林柏. 国际传播英语：英语新闻写作与编译. 北京：对外经济贸易大学出版社，2007：3~6.

分。新闻报道了英国女王与丈夫的钻石婚纪念庆典。显然这次庆典对英国本土、英联邦国家和其他英语国家，甚至很多非英语国家的受众都会是令人瞩目的事件。

例 2 原文

The Queen and Duke of Edinburgh attend diamond anniversary service

The Queen and the Duke of Edinburgh's 60 years of marriage was praised today by the Archbishop of Canterbury as a faithful and creative partnership lived in the "full light of publicity".

Dr. Rowan Williams said that the Royal couple's milestone was a symbol of the relationship between the people and monarch, and was part of her "unqualified commitment" to every aspect of her reign.

The royal couple, whose actual anniversary falls tomorrow, was surrounded by their family, senior politicians past and present, and a 2,000-strong congregation as they listened to the sermon in Westminster Abbey.

例 2 译文

英国女王与爱丁堡公爵参加钻石婚庆

今天是英国女王与爱丁堡公爵结婚六十周年纪念日，坎特伯雷大主教赞誉他们的婚姻是忠贞而富有创意的伴侣关系，对此“公众有目共睹”。

罗恩·威廉姆斯博士说这对皇家伉俪的婚姻里程碑象征着臣民与君主之间的关系，是女王“无条件忠诚”于君王统治职责的一部分。

明天才是这对皇家伉俪实际的结婚纪念日。今天他们被家人，昔日和当今的资深政治家，以及 2 000 多位会众簇拥着在威斯敏斯特大教堂倾听了祝福布道。

钻石婚庆本来就很稀罕，发生在普通百姓身上都难得一见。发生在一国的君王身上就更是非同小可。相信人们会怀着极大的兴趣关注英国皇家的钻石婚庆典活动。因此这条报道有着极高的新闻价值。

(三) 超常性 (Unusualness)

超常性(或者说“超凡性”或“反常性”)指事件本身的性质超常。具体说来，一个事件可能超出常理，甚至超乎人类的想象。另外，超常性还可以是事件发生频率的超常，也就是世界上或宇宙中发生的极为罕见的，甚至是有史以来首次出现的事件。

在中外新闻界有一句流传甚广而且非常经典的妙语：“狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻”。这句话源自美国《纽约太阳报》19 世纪 70 年代的编辑室主任约翰·博加特。此语道破了新闻的超常属性，因此，新闻界人士一直将这句话奉为本行业的经典而津津乐道。不过，人们多半将其作为一句夸张而中肯的妙语加以传扬。然而大千世界无奇不有，这种似乎只能存在想象中的奇事竟被博加特先生言中。因为现实世界中的确发生过此类事件。其中之一发生在当今的美国，而且的确成为新闻。下面就是一条《纽约时报》于 2002 年 7 月 18 日刊载的有关人咬狗的新闻。新闻的前一部分如下：

例 3 原文

Dog Bites Dog, So Man Bites Dog and Is Bitten

By ELISSA GOOTMAN

It was the classic news story: man bites dog.

A Long Island man said he defended his dog against a pit bull here last weekend by sinking his teeth into its head—a reaction that turned a routine dogfight into a high-profile case of canine justice.

A television reporter referred darkly to the animal shelter isolation room where the pit bull is being held as “death row.” A radio announcer made jokes about the dog-biter’s license plate, which reads NOLEASH, but which the man says refers to his bachelorhood, not his recovering pet.

Now the pit bull, Dutch, is scheduled to be put to death, and a lawyer for its owners says that the publicity surrounding the case has stacked the deck against the dog.

例 3 译文

狗咬狗 人咬狗且被狗咬

记者：埃莉莎·古特曼

经典新闻报道：人咬狗。

一长岛男子称，上周末为了保护自己的狗免遭一只斗牛犬袭击，他以牙齿噬咬斗牛犬头部，致使一件平常的狗咬狗事件升级为一件引人注目的犬类官司。

一电视台记者以忧郁的语气将囚禁斗牛犬的动物收容所隔离间称为“死囚区”。一广播电台播音员以咬狗男子的车号牌为话题插科打诨，因车号牌上写着 NOLEASH（译注：这串英语字符词恰好与英语“未拴犬链”同音），不过那男子称，这是指他的单身状态，并非指他康复中的狗。

现在那只斗牛犬预计要被处死。狗主人的律师称，媒体宣传先声夺人，报道失实，对遭囚的狗很不利。

以上新闻就是一个典型的以其超常属性而成为新闻的实例。因为按常理人们所见所闻所想的都是狗咬人事件，岂能想象到人会去咬狗？有关人咬人的事件虽然不多，但偶尔尚能见到，如 1997 年 6 月 28 日拳王泰森在拳击比赛中咬人被剥夺世界排名。但人咬狗则属于极为反常、极为罕见的事件。因为人类即便与动物打斗理应使用拳脚或武器，用牙齿噬咬被视作动物间的行为，若发生在人的身上明显有悖常理，自然被视作反常行为。

另一涉及超常性的新闻例证则属于发生频率超常。这条新闻刊载在 2008 年 4 月 22 日的英国免费报纸《地铁报》(Metro) 上。新闻的开头部分如下：

例 4 原文

“Button phobia is ruining my life”

Some people shiver at the thought of snakes or spiders but Gillian Linkins must have one of the most bizarre phobias—buttons.

She is so afraid of them she can't stand to be in the same room if any of her friends and family are wearing a cardigan or shirt.

The 22-year-old's fear first struck when she was just seven and refused to put on her school blouse.

She said, “My mum says I would freak out when it was time to get dressed for school.” At first only my family knew about my fear as I was afraid people would think I was crazy if they knew.

“For me touching a button would be like touching a cockroach, it feels dirty, nasty and wrong.”

She avoids buttons as much as possible by only wearing clothes with zips.

Ms Linkins' fear—officially named koumpounophobia—affects one in 75,000 people.

例 4 译文

“纽扣恐惧症正摧毁我的生活”

有人一想到蛇或蜘蛛就会浑身战栗，但吉莉安·林金斯所患的恐怖症想必是最罕见的恐怖症之一——纽扣恐怖症。

这个女孩对纽扣极为害怕，甚至连朋友和家人身穿带纽扣的开襟羊毛衫或衬衫她都忍受不了，无法与他们呆在一个房间。

这个女孩现年 22 岁。她的恐怖症 7 岁时首次发作，当时她死活不肯穿上带纽扣的校服。

她说：“妈妈说，每当我穿衣上学时就狂躁不安起来。开始只是家里人知道这件事。因为要是让别人知道了，恐怕他们会把我当成疯子。”

“对我来说，触摸纽扣就像摸到蟑螂似的，觉得又肮脏、有恶心，很是不舒服。”

她尽可能避开纽扣，只穿带拉链的服装。

林金斯女士所患的恐怖症状的正式英文名称是 koumpounophobia，即“纽扣恐怖症”，每 75 000 人中有一人罹患此病。

以上这条新闻报道的是一件非常罕见虽然并非独一无二的病例。正如新闻中所报道的那样，该病的发病率为 75 000 之一。如果不在新闻媒体中加以报道的话，恐怕很少有人会知晓这一怪病。

另一条因发生频率反常的新闻见于 2009 年 10 月 9 日刊登在英国《泰晤士报》上的一条消息。标题为 Oxford University releases sample interview questions (牛津大学公布面试题)。该条新闻称，好几个世纪以来，考生为了应对牛津大学的面试只能依靠流传

于街巷的小道消息进行准备。但该校于 2009 年 10 月 8 日公布了一套样题和答案,从而使久已尘封的秘密昭然于世。

众所周知,公布面试题对很多学校来说并非什么稀奇事,但对于牛津大学来说却是史无前例的破天荒之举。另外牛津大学历史悠久,已有数百年历史,是一所誉满全球的高等学府。这样一所名校发生这样罕见的事件显然是一件具有很高新闻价值的事件。

以上 3 项基本决定因素是新闻价值的核心所在,具有普遍性,可以说是决定新闻是否可以跨越国界,成为世界性新闻的必备前提条件。但仅仅具备 3 项基本决定因素,还不足以构成充分的新闻价值体系,必须补以 5 项增强因素才能使新闻价值系统趋于完备。下面逐一说明 5 项增强因素的要旨。

(一) 及时性 (Timeliness)

顾名思义,新闻的及时性或者说时效性是指新闻的发布时间距离所报道的事件发生时间尽可能保持最近、内容保持最新。因此新闻工作者必须努力做到抢时间,争速度,力争在第一时间内发稿,只有这样才能确保新闻具有尽可能高的价值。新闻的时效性是新闻的生命。确保新闻准确、及时的发出是记者的重要职责。当今世界随着新闻传媒日新月异的更新换代,争分夺秒已不再是新闻界夸张、比喻的语言。当今新闻的传播速度正在从及时走向即时。例如,1972 年 2 月 21 日上午 11 时 27 分,美国前总统尼克松抵达北京。美联社记者在两分钟后发出消息;法新社 3 分钟后;路透社 4 分钟后。这些西方记者堪称争分的典范。而在 1994 年 10 月 4 日,日本北海道根室市以东 200 公里太平洋海底发生里氏 7.9 级地震,日本 NHK 电视台在第一次地震发生 8 秒钟后即报道震情^①,不愧为是夺秒的标杆。

(二) 接近性 (Proximity)

接近性主要有地理、心理和利益 3 个指标。其中最重要的是地理指标,即空间距离。事件发生的方位越靠近受众,就越会引起受众的关注,新闻价值也就越大。心理的接近也会产生新闻价值。有时某一事件虽然远在他国,但如果两国某些受众心理距离相近,也会引起本国一些人的关注。例如相同行业、相同身份、相同民族、相同经历或相同爱好的受众对与其相关的新闻报道往往会产生共鸣。同样事件如果与受众的切身利益息息相关也会引起受众的注意力,从而产生新闻价值。反之事不关己,高高挂起,新闻价值也就无从谈起。如 2005 年 5 月 13 日美国新泽西州一桥梁起火《纽约时报》也只是在纽约地区版发了一条题为 Fire on a Bridge Cripples Rail Service From New Jersey (桥梁起火使来自新泽西方向火车运营瘫痪)的消息。而中国新闻媒体却不会关心这样小规模的日常火灾等事件。但介绍美国反腐机构的题为《美国政府道德办公室》的报道,涉及事件虽远在大洋彼岸却刊载在 2009 年 10 月 29 日《人民日报》上。反映出中国政府和公众与美国政府和公众对反腐倡廉问题同样关注。这种对相似事件产生的相似的感受即为心理距离的接近。

(三) 时尚性 (Currency)

主要指新闻话题不能落伍,要能触及当代受众的兴趣点。有些话题是当代人久谈不

① 参见李玲凤. 论新闻采访时效性和真实性的辩证关系. <http://chao2330.blog.sohu.com/30986326.html>