

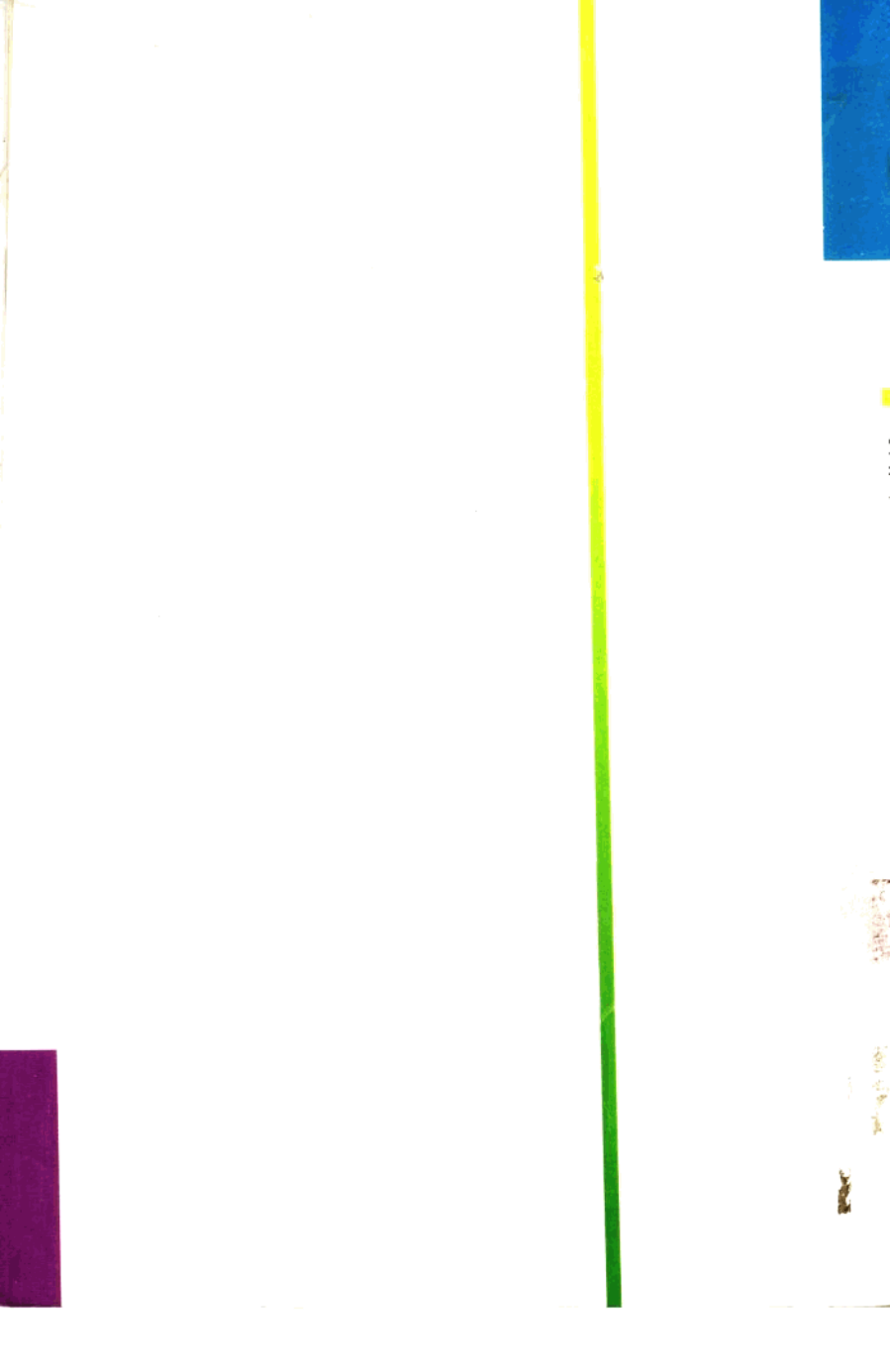
語言叢書EA0010

四海暢讀

汪和瑛／林訓民◎編著

掌握美國三大新聞周刊的關鍵字辭





《目錄》

代序／	05
-----	----

向新聞周刊的三大天王巨星挑戰

A、閱讀捷徑指引	09
-----------------	----

一、認識及比較三大雜誌的風格和特色	11
-------------------	----

二、美國三大新聞周刊為何廣受歡迎？	27
-------------------	----

三、以興趣專長作為閱讀的目標和方向	32
-------------------	----

四、著眼「標題乃新聞焦點」，擷取「專欄的知識菁華」	35
---------------------------	----

五、速讀能力為閱讀成敗的關鍵	40
----------------	----

六、破解難字新辭、跨越閱讀障礙	43
-----------------	----

七、做個自信、成功、快樂的國際人	46
------------------	----

B、難字、新辭例句整理	51
--------------------	----

代序／

向新聞周刊的三大天王巨星挑戰

TIME、NEWSWEEK 和 U.S. NEWS & WORLD REPORT 是目前大家公認全球最著名，最權威的國際性英文新聞周刊雜誌。TIME 目前有擁有六百多萬的發行人，NEWSWEEK 也有五百多萬的銷售數，U.S. NEWS & WORLD REPORT 的發售數則在二百五十萬左右。

這三個天王巨星般的新聞性周刊合計起來就有約近一千五百萬份的銷售數，他們並自豪地宣稱擁有世界上約七千五百萬個龐大讀者羣。而讀者羣中大部份都是受過良好教育，收入中上，在政經、工商、文化等界十分活躍又居專業、領導、決策地位的人士，這也是這三大國際性雜誌的最大特色之一。他們多方面的報導、記載可說是五花八門，包羅萬象，卻也能獲得極高的評價和信賴。光看美國在一年內引用這三種雜誌上的文章到各種傳播媒體達數萬次以上，即可窺見其影響力和權威性之一斑。

此三種雜誌從各層面和角度來報導世界上發生的事件，並以大衆化，趣味性的手法來加以調查，分析和詮釋，以滿足人類對新聞時事的求知性及好奇心，並豐裕人們的

知性和素養；不僅如此，更提供讀者博大精深的用詞和字彙，精雕細琢的辭藻，懸疑氣氛的標題，及令人印象深刻的英文表現，使人有與最洗練的現代英文接觸的機會。

從學習英文的觀點來說，這三本雜誌可說是第一流教材。希望透過英文新聞周刊雜誌來學習英文的人士愈來愈多，甚至已成了流行的風尚和時潮。這些人包括在學學生，企業主管和幹部，甚至教英文的老師、教授，還有記者，家庭主婦及一般社會大眾。

市面上有許多教學英語的雜誌經常取用這三種雜誌上的文章來作教材，但是有極多學生和初學的社會青年，在閱讀這些雜誌上的文章時，因為單字字彙不夠，總無法貫通瞭解，而始終停留在逐一翻查新字，以求設法認識那些對理解整篇文章具有連線功能的單字；甚至有些新字難詞翻遍了字典也查不到，有的雖查得到却也只能猜測或推想，常有隔鞋抓癢，卻搔不到癢處之憾！距離原本期望能收集資料、吸收新知或提升文化素養的目標甚遠，這實在是件很可惜的事！

如要讀通這三本雜誌的話，豐富的字彙能力是最重要的。但為了讀通此三雜誌，究竟需要具備多少字彙能力呢？一般大約是一萬五千字左右。而比這個數字更重要的是字彙出現或使用的頻率，因此本書即按此三刊物出現之統計

數字收集了約近五千個常用字彙及新詞，供備為研讀此三雜誌的便利工具書。現在國內由於事實的需要，閱讀此三本英文雜誌的人口愈來愈多，本書即為此三種雜誌作為閱讀挑戰之人士而收錄了所有必要的單字，及新句、新詞型，故亦可作為欲參加出國留學及托福考試檢定字彙實力的參考書。同時本書假設讀者已具備基本單字拼音及發音能力，故對高中及國中必修的單字片語就不包括在內。最後本書收錄字彙包括政治、外交、經濟、產業、商業、心理、運動、科技、藝術等，至於宗教、醫學及生態等則較少或不予包括在內。如果你已下了向此三大國際權威雜誌挑戰的雄心，那麼你就已在邁向「學習成功」之路上踏出了一大步，祝福也加油吧！

A ● 閱讀捷徑 指引

●撰稿／林訓民

本篇的七個章節，是教您
如何充分使用本書的導讀文字；
更重要的是，它也是教您如何充分提挈
三大新聞周刊閱讀要領的指引。
掌握這些關鍵，您將事半功倍！

1989.4.20

一、認識及比較三大雜誌的風格和特色

(一)新聞競爭帶來另一波新聞刊物認知熱潮

一九八六年下半年以來，國內對此原本即深受高級知識份子喜愛，並被視為對國際資訊作「貼切的接觸和親身的體驗」之唯一來源的三本新聞周刊雜誌更為注目和關切，使得歷年來不斷穩定成長的讀者羣日益增加。這一方面是由於此三種雜誌不但在美國本土競爭激烈，而且三家在發行總數量、成長率、利潤率、廣告頁數，甚至在影響大眾的號召力上無不使盡花招，即使無法全勝，也要敗得光榮，縱或有不敵之處也想辦法在他處贏回些許光采，或至少讓對方贏得不會很輕鬆，同時也許還要付出許多代價。

如今戰火蔓延全球，前二大巨頭在國外戰場如歐洲、澳洲及日本也互別苗頭，亟力想登上國際新聞周刊的霸主地位。而國內也受此潮流及戰火波及，一九八五年五月TIME雜誌最高決策主管及編輯記者羣，一行五、六十名巡迴亞洲各國並會晤各國元首政要和野政界、企業及律

師名流，引起各國傳播界極大的騷動，也不免帶來國內媒體更多有關其歷史和動態的報導。NEWSWEEK 雜誌的女老闆亦不甘示弱，在一九八六年十月初亦親率大批人馬，浩浩蕩蕩走訪亞洲各國各界高階人士。先總統蔣經國先生更在一九八六年十月六日親自接受其訪問時，首次對外宣佈了我國即將解除戒嚴法及開放黨禁的歷史性決策。由此可見其受重視及影響力之一斑。至於 U.S. NEWS & WORLD REPORT 由於聯合報系於一九八六年九月中旬出版其中文版全譯本，故該刊之總裁、副總編輯及法律顧問亦首次連袂蒞台參加中文版創刊慶祝酒會，因此也在國內造成了一股報導風潮。

此外，由於中國時報早於一九八六年六月初即首創「時報新聞周刊」且其名稱及內容與 NEWSWEEK 頗為神似，加上兩大報系為此二周刊性新聞雜誌，點燃另一場新的新聞及出版競爭戰火，除了各自在自身擁有之系列報紙及雜誌上大登全版廣告及以斗大頭條新聞刊登外，並同時選擇了電視八點晚間新聞前後之黃金時段及其他具高知性收視羣的電視節目如——「台視新聞熱線追蹤」、「從台北看天下」及「華視新聞雜誌」，中視「新聞追擊」等高知性節目作「你前我後」，「彼來此往」的跟踪盯哨式的廣告對抗，甚至連在廣播節目上亦雙方纏鬥不休，不但驚醒了國

內傳播界，也使讀者對國際性新聞周刊增添一些看熱鬧式的認知。

爲使本書讀者對此國際著名新聞性周刊有更深切具體的瞭解，特將此三種雜誌之風格、特色、相同互異處作一比較性分析、使讀者知其特性，而能作更佳的選擇及享受閱讀上的便利和樂趣。

(二)三個新聞雜誌巨擘的共同特色

有人曾說，全世界到目前爲止，真正夠份量的周刊性新聞雜誌只有三個半，所謂「三個」，也就是本書所介紹的三本美國新聞雜誌外，另外的半個，乃是西德的明鏡周刊(DER SPIEGEL)，爲什麼只算半個呢？大概是因爲它的編輯方式及表現手法都是學前面這三本雜誌的緣故。至於英國的經濟學人周刊(The Economist)雖頗具權威及影響力，可惜發行量才不過五、六十萬份而已，所以稱不上夠份量。其他如法國的快報周刊(L'Express)及義大利的Epoca，甚至香港的遠東經濟評論(Far Eastern Economic Review)其中不是只局限本國，就是發行份數不大而致無法列入巨頭行列。而一向以「出版大國」自傲的日本則至今仍未有一本較具水準及格調的周刊性新聞雜誌。

要對這新聞雜誌的三巨頭加以評論分析或比較其實並

非易事。過去甚少將此三份雜誌相提並論，有的只是少見又零散地對 TIME 及 NEWSWEEK 兩大競爭死敵作部份的比量，因為此兩者在各方面都較勢均力敵，實力相當，而且各有所擅，勝負相近。U.S. NEWS & World Report 能與前兩者鼎足而三應是最近幾年的事，尤其是拜中文版出刊之大力促銷宣傳才使其更升級一格，否則僅以上述發行份數來講，它仍是瞠乎前二者遙遙之後。

要瞭解此三份雜誌的同異和風格特色，我們必須用多方面的多重角度來觀察評估。如以作為一個中國人的讀者觀點出發，顯然的這三份雜誌具有下列的共同性。

(1)美國主義觀點的雜誌

這三份雜誌除了夠份量外，歷史也都相當悠久，因此雖說此三份雜誌不斷地追求突破創新，各方面也均因應環境或競爭及讀者需要而不時更替，但要使一份具長久傳統與歷史的雜誌完全地改變其風格面貌也是不可能的事，即使發行人、總編輯甚至大老闆人事變動，却仍舊保有其相當濃厚的長遠流傳下來的特色及風格。

前面談過，新聞雜誌是標準的美國產物。它淵源於美國，TIME 的亨利魯斯正是此類雜誌的開山祖師，到目前為止，他也是最偉大的雜誌「帝國創造者」及「風氣之塑

造者」。也正因為這三大巨頭都是美國人，其表現於內容或形式上的包裝都是十足的美國主義和作風。這些雜誌也毫不客氣，絲毫不諱地反映出美國人對事物的看法及觀點。也許正因為他們的這種純粹美國人的價值觀，才能造就今日的權威及影響力！當然過份強調美國人的觀點，不免流於種族的偏執和立場的不公正，但大家之所以對其不能忽視，乃在於藉著它們得以去真正瞭解美國人的看法和想法。

(2)專業式企業化經營的新聞雜誌

這三份雜誌能歷久不衰，甚至在高科技競爭十分激烈的美國傳播界中不但能屹立不倒，反而日益拓展壯大，基本上要歸功其崇尚專業精神與企業化的經營。所謂專業化的精神，其最具代表性，也是其成功的主要因素就是企劃性報導及企劃性編輯。這都是吸收一羣學識頂尖、經歷豐富的菁英，以最大的熱誠和投入來從事報導及編輯的工作。而事實上這三個代表性刊物的背後，都有一個具相關多角化綜合經營的企業體在支撐和協助著，雜誌只是整個關係企業的一個獨立部門或事業單位，可說是其中的「王牌」或旗艦。由於尖端科技日新月異，傳播及資訊業也更集中和相互牽連，而因為雜誌是平面印刷媒體之典型，代

表多樣媒體之一環，至於和其相關的報紙、電視，甚至電台及有線電視、影片錄製供應，電傳視訊等等，甚至延伸到印刷廠、製版、資訊電腦中心、圖書出版、或造紙、森林場等，也都是這三本王牌雜誌相關的經營事業領域。

(3)全球性的雜誌

這三本雜誌都擁有全球性的記者羣和通訊網，派駐世界各國主要城市的記者及編輯，使其能成為掌握世界重要事件、訊息與脈動的刊物。發展至目前為止，不只有全球不同地區的版本，甚至在重要據點也設有印刷廠及經營管理之分部機構。

(4)周刊性新聞雜誌

僅從這三本雜誌的名稱，就可看出其新聞性雜誌之特質。新聞雜誌乃是為滿足讀者對新聞的需要而以報導新聞為主要職志的雜誌。而新聞雜誌有別於報紙、電視或其他類別的雜誌，乃在其具有所謂「三度報導公式」的特徵。所謂三度即為廣度、深度及新聞背景與新聞意義之詮釋，甚至強調以統計性資料來加強新聞報導的內容，以此對讀者提供服務。當然這三種雜誌都以周刊方式發行，這是因為反映報導新聞至少要以周刊方式才能掌握立即之時效

性。

(5)採集體編採制

這三本雜誌在風格及立場上或有不同，但在編輯型態上仍有許多相同之處。他們設法以圖片來美化版面，爭取讀者，也多少保持不用記者署名的作法，而且每期都會推出一個封面故事。但為表現其傳統風格——一貫的文體與筆調，甚至標榜其他對事件、人物的觀點、意見及看法——，因此每條新聞和每篇文章都是記者、研究員、通訊員和編輯們共同的智慧結晶，沒有個人的看法與意見，完全是總體的結論。

(6)瞭解美國、認識世界的最佳刊物

想要快速又深入瞭解美國，這三本雜誌是最佳的選擇。這三本雜誌都把編採重點放在政治與經濟及其他文化、科技方面，而且所有新聞均將背景或內幕及歷程一起呈現來報導；可讀性、趣味性高且具權威性及領先作風，這些雜誌常對美國生活方式的種種層面加以有系統的突出報導與描寫，對世局的變遷與事物的傳遞演變也常「執中取要」予以精彩又有特色的報導。