

巧用成语妙制题

——报纸新闻标题与成语

杨文清 著

云南出版集团公司
云南人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

巧用成语妙制题 —— 报纸新闻标题与成语 / 杨文清 著.
—— 昆明 : 云南人民出版社, 2012. 5
ISBN 978 - 7 - 222 - 09315 - 7

I. ①巧… II. ①杨… III. ①汉语 - 成语 - 应用 - 新闻标题 - 新闻编辑 IV. ①G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 088423 号

责任编辑	吴 虹
责任印制	段金华
责任校对	钱 勇
装帧设计	陈连全 龚晓莲
书 名	巧用成语妙制题 —— 报纸新闻标题与成语
作 者	杨文清 著
出 版	云南出版集团公司 云南人民出版社
社 址	昆明市环城西路 609 号
邮 编	650034
网 址	www. ynpph. com. cn
E - mail	rmszbs@ public. km. yn. cn
开 本	787mm × 1092mm 1/16
印 张	14. 75
字 数	280 千
版 次	2012 年 5 月第 1 版第 1 次印刷
印 刷	昆明鹰达印刷有限公司
书 号	ISBN 978 - 7 - 222 - 09315 - 7
定 价	50. 00 元

前言

西晋文学家陆机说：“立片言以据要，乃一篇之警策。”唐代诗人贾岛在描述题与目（眼睛）的关系时说：“题者，诗家之主也；目者，名目也。如人之眼目，眼目俱明，则全人中之相，足可坐观万象。”

新闻标题被形象地比喻为“新闻的眼睛”“标题就是报纸的眼睛，特别是主要标题，更有目光四射、传神达意的作用。”（徐铸成《新闻艺术》知识出版社1985年版第199页）毛泽东说，“标题要吸引人，这很重要。”（《毛泽东新闻工作文选》新华出版社1983年12月版第204页）胡乔木说：“首先要讲究标题，报刊上那么多文章，谁知道哪一篇好，都要先看标题，标题好就能吸引住人。”

“你可以把马牵到水边，但你却无法强迫它饮水。当你把你的报纸送到读者手中的时候，你会遇到类似的问题：无法强迫他阅读。不过，有一个办法可以诱使他阅读你的报道，那就是，运用精彩的标题。”（《新闻写作基础知识》汤姆森编）

19世纪70年代，美国《纽约太阳报》编辑主任约翰·布加特提出“狗咬人不是新闻，人咬狗才是新闻。”

《狗咬人——没事 人咬狗——罚款》（法新社 伦敦1989年8月3日电）

法新社这则标题，风趣中带幽默、幽默中含滑稽。

胡乔木说：“有时想好一个标题，等于写一篇文章所用精力的三分之一。”

报纸新闻标题要吸引人就要注重标题的修辞，而成语具有简洁精练、寓意深刻、含义丰富、形象生动等特点。善用、活用、巧用、妙用成语，能使新闻标题简洁精练、形象生动、寓意深刻。

列宁指出：“常常有这样的成语，它能以出人意料的恰当，表现相当复杂的现象和本质。”

“成语和死古典不同，多是现世相的神髓，随手拈缀，自然使文字分外精神。”（——鲁迅《何典》题记。）

“题好一半文”，“画龙靠点睛”。“读者看报，有70%以上的内容只浏览标题；在全文阅读的稿件中，又有30%是因为标题好，才被吸引去阅读的。”（蔡雯《现代新闻编辑学》四川人民出版社1995年版第199页）

优秀的标题在新闻中可以起到画龙点睛的作用，所以称标题制作为“点



睛”的艺术也不为过。优秀的新闻标题是少女的“明眸”，清香淡雅、魅力无穷；优秀的新闻标题要浓眉大眼、炯炯有神、神采奕奕，成为读者的好“向导”，新闻与读者的好桥梁；优秀的新闻标题是“何氏之璧、夜光之珠”，熠熠生辉、光彩夺目、赏心悦目，让人喜闻乐见；优秀的新闻标题楚楚动人、分外精神，让读者一见钟情、一见倾心、一目了然、过目难忘、回味无穷！

应用成语（特别是对仗成语）制作新闻标题，生动形象、言简意赅、语势强烈、朗朗上口、韵味无穷，富有表现力。报纸新闻标题活用、善用、巧用、妙用成语，不仅能简化文字，增强表达效果，还能言简意赅、言简意明、言简意深，还能鲜明、鲜活、生动形象、寓意深刻地概括浓缩新闻最主要、最新鲜、最生动的事实。特别是对偶、对仗成语韵律优美、朗朗上口、语势强烈、寓意深刻、简洁简短、分外精神、出色出彩。

“东施效颦、邯郸学步”，“沉鱼落雁、闭月羞花”，“别出心裁、别具一格”，“刀枪入库、马放南山”，“一元复始、万象更新”，“精诚所至、金石为开”，“一人得道、鸡犬升天”，“一人之上、万人之下”，“八拜之交、金兰之好”等汉语成语历史悠久、寓意深刻、含义丰富、生动形象、应用广泛，是中华民族语言宝库中的奇葩和瑰宝。

巧用、活用、妙用、善用成语制作报纸新闻标题，将使新闻标题简洁明快，更富于表现力和感染力，更加精致、别致、雅致乃至眉目传情、画龙点睛。因此，报纸新闻标题当然要注重修辞，注重修辞当然应用成语，从而使标题更加眉目传情。

清代文学家刘大槐在《论文偶记》中说：“文无一定之律，有一定之妙”，那么成语“运用之妙、存乎一心”！在报纸新闻标题制作中，善于学习和应用成语，能使标题化繁为简（恩格斯说：“标题愈简单，愈不费解，便愈好。”）、一语中的、一针见血，能让读者一见倾心、一见钟情、喜闻乐见、余音袅袅、过目难忘、回味无穷。

报纸新闻标题应用成语当然是善用、活用、巧用和妙用，但绝不是乱用。在活用、巧用、妙用、善用的同时，力戒滥用、乱用，避免生搬硬套、生拉活扯、生编乱造、牵强附会、滥竽充数。报纸新闻标题应用成语“运用之妙、存乎一心”，不是一日之功，需要日积月累和千锤百炼。

如果说“对偶题具有思想性、文艺性、知识性、趣味性，是读者喜闻乐见的一种修辞方式，是新闻标题中的一颗明珠。”（《新闻标题学》彭朝著，人民日报出版社1996年版）

那么对仗题（特别是成语对仗题）则是新闻标题中的一颗宝玉。

本书作者从报纸新闻标题与成语的角度入手，别出心裁、独辟蹊径，以具体实例探讨了报纸新闻标题制作与成语的结合点，特别是四字对仗成语

(例如“八拜之交、金兰之好”),报纸新闻成语标题的制作方法、原则、技巧、妙招、修饰、修辞和报纸新闻成语标题制作的发展趋势以及创新等。此外,作者提出的一隅之见如:对仗、对偶、对联成语是成语的一种修辞格式;对联成语是长期形成、历史遗留下来形成的固定“搭配”或“组合”形式的成语;标题的修饰是标题的装饰、字体、字号花边、线条的应用技巧。作者提出成语的划分方式:成语的类别主要是指成语的分类、种类,如同义、反义、近义成语(从含义上划分);三字、五字、六字、七字等以上成语(从成语的词量上划分);对偶、对仗、对联成语(从成语的修辞格式上划分);比喻、拟人、夸张成语(从成语的修辞类别、种类、方式或修辞方法上划分);“ABCD、AABC、ABCC、AABB”式成语(从成语的排列形式上划分)等观点也令人耳目一新。

本书的特点之一是附录内容丰富:收录常用四字生肖成语,部分带有修辞手法的成语。全书收录近600则标题,其中300多则应用成语标题(为便于读者学习、借鉴、参考,标题中的成语用黑体字标出)、110多条幽默趣味标题、60例新闻欣赏标题。本书特点之二是附有2500多条(则)常用对仗(对偶、对联)成语供参考。作者在对仗成语(例如“不解之缘”与“不了之情”,“百川归海”与“百鸟朝凤”等)上作了大量的收集、梳理、编辑整理和配对。整理出来的这些对仗成语不仅对制作新闻成语标题有一定参考作用,也可供中小学生和中等文化程度读者日常写作参考。本书特点之三是通俗易懂,深入浅出,有一定的实用性。

“三人行,必有我师焉;择其善者而从之,其不善者而改之。”(《论语·述而》)

报纸新闻成语标题制作仁者见仁、智者见智。汉语成语浩如烟海、发展千变万化、应用日新月异。作者从事新闻工作25年,不自量力、班门弄斧,对新闻成语标题制作“评头论足”、“自言自语”,就算是一孔之见、愚者之得、管窥蠡测。但它山之石(不敢说可以攻玉)、引玉之砖至少可以为你所用,引出真知灼见。

新闻成语标题制作并非高深莫测,但变化无穷,只要心无旁骛、锲而不舍,也不是难于上青天,只要孜孜以求、矢志不移终究会水滴石穿、水到渠成。“修炼”到此境界,新闻成语标题制作将左右逢源、信手拈来、如鱼得水、随心所欲。千里之行,始于足下,学无止境、学海无涯,只要坚持“无一事不学,无一时不学,无一处不学”(朱熹《续近思录》),不积跬步无以成千里(荀子《劝学》),积土成山、集腋成裘,相信应用成语制作报纸新闻标题随心所欲、信手拈来的日子也将会指日可待。

精心制作报纸新闻标题,既是报纸出版前的必备程序,也是新闻编辑记

者不可缺少的基本功和“功力”。在“读题时代”、“读图时代”，突破标题制作的窠臼，探索标题制作的新路，做好报纸新闻标题制作这篇大文章是报纸编辑记者要修炼的基本功，更是报纸展现纸质媒介优势、独特阅读“魅力”和“功力”的平台。新闻界老前辈范敬宜说：“不论是初学者，还是经验丰富的报人，在标题面前，莫不说一声难。”还说，对一个新闻工作者来说，制作标题是他的基本功；但是作出好标题，却是他孜孜一生的追求、奋斗的目标。

人无完人，书无完书！本书不是教科书，不提供（也没有能力提供）对仗成语与新闻标题制作的标准答案，也无意提供对仗成语标题制作的步骤、程序，本意是提供成语（对仗、对联、对偶成语）与新闻标题制作的思路和粗浅见解，一隅之见、一家之言、孤陋寡闻和信口开河之处欢迎指教、解剖、探讨、交流、切磋。抛砖只为“引玉”，拙见换来“真知”。天外有天。本人坐井观天、不自量力，恭请新闻界标题制作的前辈、专家、学者、教授和读者朋友以及各位成语标题制作高手不吝赐教、斧正，指点迷津、纠谬匡误。

作者愿结交“同道”共探“弄”语之趣、共享“舞”文之乐。如有机会再版，必将开门纳谏、从善如流、闻过见喜、反躬自省、“改过自新”。

作者

2012年3月



目 录

前 言	(1)
第一章 新闻标题	(1)
第一节 标题含义	(1)
第二节 标题结构	(4)
第二章 报纸新闻标题	(10)
第一节 报纸新闻标题	(10)
第二节 报纸新闻标题分类	(22)
第三节 报纸新闻标题特点	(25)
第四节 报纸新闻标题语言	(31)
第五节 报纸新闻标题功能和作用	(36)
第三章 报纸新闻标题与成语	(46)
第一节 成 语	(46)
第二节 对仗成语	(57)
第三节 报纸新闻标题与成语	(61)
第四节 报纸新闻标题与对仗成语	(65)
第四章 报纸成语标题制作	(73)
第一节 报纸成语标题制作方法	(73)
第二节 报纸成语标题制作原则	(86)
第三节 报纸成语标题制作技巧	(89)
第四节 报纸成语标题制作妙招	(105)
第五节 报纸成语标题制作关键词	(110)



第六节	报纸成语标题修饰	(114)
第七节	报纸成语标题修辞	(117)

第五章 报纸成语标题创新

第一节	报纸成语标题发展趋势	(128)
第二节	报纸成语标题应用凡例	(132)
第三节	增强报纸成语标题魅力	(136)
第四节	报纸成语标题创新	(146)

第六章 报纸成语标题欣赏

第一节	报纸标题和其他媒体标题	(158)
第二节	报纸成语标题欣赏	(160)
第三节	新闻成语标题选	(164)

附录一 新闻标题欣赏

附录二 幽默趣味标题

附录三 应用成语标题

附录四 常用四字生肖成语

附录五 常用四字对仗（对偶、对联）成语

附录六 部分字（词）容易用错的成语

附录七 部分带有修辞方法的成语

后 记



第一章 新闻标题

第一节 标题含义

什么是“题”？许慎在《说文解字》认为：题，“额也”，目，“眼睛”。

“标题是植根于新闻之中，是新闻中最重要、最有新闻价值那份事实的浓缩和概括。”^①

《现代汉语词典》对标题的定义为：“标明文章、作品内容的简单语句。”新闻标题是指报刊、电视、电台和网络上新闻和文章的题目，通常特指新闻的题目，是在新闻之前对其内容加以概括或评价的简短的文字，是用简短富有个性的词语对文章最有价值的内容和中心思想的浓缩、概括和提炼，素称画龙点睛，“新闻的眼睛”。

新闻标题是第一时间进入读者眼中新闻的“相貌、长相”，是新闻的“眉目”（主要指报纸等平面媒体）。新闻标题也被称为新闻的“眼睛”，所以，标题这个眉目只有“楚楚动人、熠熠生辉”才能出色出彩。新闻有了“楚楚动人”的眼睛才能“眉目传情”。可见，新闻标题在新闻传播中的作用举足轻重、不可小觑。

新闻标题是新闻事实的提炼、浓缩和概括。新闻报道浩如烟海，如何在报纸上把它们分门别类，自然只有新闻标题来担此重任。报纸或其他平面媒体首先映入读者眼中除了图片、漫画等图像外，首当其冲就是标题。标题是给读者留下的“第一印象”。而读者对新闻乃至报纸的选择又往往是从标题开始的，标题直接决定了读者的阅读取舍。标题制作对于展现编辑功力、吸引读者阅读（选择）、激发读者兴趣和共鸣功不可没。

晋人陆机《文赋》“石蕴玉而山辉，水怀珠而川媚”。新闻的标题可谓石中之玉，水面之珠，被称作新闻的“眼睛”。一篇新闻报道最先映入读者眼帘的是标题。巧妙的新闻标题可以生动形象地表达新闻的主题，增强新闻可读性，强化新闻传播效果，从而激发读者强烈的“好奇”愿望。

新闻标题有引导阅读、揭示意义、评价评论、美化版面、统领栏目、传情表意等作用。

^① 彭朝丞：《现代新闻标题学》长征出版社1989年版，第21页。



早在1919年由徐宝璜撰写的、我国第一本国人自著的新闻学著作《新闻学》中，徐宝璜就论及过新闻标题的作用。

他认为，冠题目于新闻之前，有两个作用，其一，是“便利阅者”。他说题目如编辑得法，应为新闻之结晶，以少数简明之字，叙述其中重要之事实，使阅者读之，即可知全世界大事之纲要，虽不读新闻，亦无不可。此于无暇仔细看报而又欲知世界大事之人，最为便利。题目之形式与其所占之地位，又均极易注目，此亦足以增进阅者看时之敏捷也。其二，是“引人注意”。徐宝璜认为，一新闻之题目，因其形式与地位，易惹人注目，实不啻该新闻之广告。若编辑得法，既可借以引起阅者好奇之心，复可同时用以稍满足其欲望，使其对于该新闻不能不看。“此所以在街市叫卖之晚报，多利用新闻题目以极大号之字登载之，或以各种颜色印出之，以增其叫卖之能力也。”

正因为如此，所以徐宝璜说：“甚至有引人购买起见，遂致新闻虽甚确实，而于题目中，则不惜牺牲事实，故意夸大其词，言过其实者。此诚为不正当之举动，因题目应与普通广告同，以事实为根据，以诚实为标准，不可允许新闻中不能履行者也。”^①

“标题者，新闻之缩影，事实之骨髓”。既然是缩影、是骨髓，句式就不可能也不应该过繁，字数就不可能也不应该太多（本书主要以报纸新闻标题为探讨的范围）。新闻中的精华，能否在标题中突出，与文字是否简洁有很大关系。冗长的文字只能将新闻中的精华埋没，削弱读者对新闻的注意力，而简洁的文字则能一下子抓住读者。

例(1)《为了抢救一个农民兄弟》 1990年4月24日《法制日报》4版

(2)《的哥见义勇为获授“一星级的士”》

2007年3月27日《云南信息报》A2版

(3)《“候鸟”般栖息在昆明》通讯（附图片）

2006年5月19日《昆明日报》C3版

(4)《西山私企老板“练内功”》

2007年6月23日《云南信息报》A2版

(5)《西山区76名白内障患者“睁眼看世界”》

2006年7月2日《云南信息报》A5版

(6)《昆明西山风景区欲打造国家5A级旅游景区》

2009年10月21日《中国产业经济信息网》

(7)《昆明西山区整治入滇河道》

2011年5月4日《中国环境报》4版

^① 徐宝璜：《新闻学》。



新闻标题简洁简练、生动形象，读者眼光在“扫描”标题时容易引起注意。当读者眼光“巡视、扫描”报纸时，就在寻找自己感兴趣的新闻和兴趣点。而新闻标题责无旁贷地担当起了吸引读者目光的重任。标题熠熠生辉、楚楚动人、赏心悦目、出色出彩，就在不经意间“钩”住了读者眼球，达到了吸引读者阅读的目的。

简洁简练也是报纸新闻标题的特殊要求。受版面和字号限制，报纸标题具有字数多少与字号大小、引力强弱成反比的特性，几栏题、多少磅的字只能横排多少个，都受到制约。一个简洁的标题，可以为字号留下更为自由的应用空间，同时形成了一定程度的“空白区”。空白区和标题的巧妙应用能使报纸版面形成强烈的视觉对比，为乔装打扮标题留下施展拳脚的空间和余地。同时，标题简洁简练也更容易被“看”上眼。

新闻标题的制作要有惜墨如金的愿望、以一当十的勇气、删繁就简的能力、标新立异的追求；要孜孜不倦、矢志不渝、精益求精、特立独行，使新闻标题在准确的基础上简洁简练、生动形象，在准确的基础上楚楚动人、熠熠生辉、出色出彩。

报纸新闻标题制作三要：

一要善于省略。

善于省略就是对字数的“锱铢必较”、“斤斤计较”。在准确概括、浓缩新闻事实的基础上，要力求简洁，大胆删除多余字词；善于省略标题中那些可有可无的“累赘”，精神抖擞“轻装上阵”！新闻标题怎么轻装上阵？第一、主题或标题只保留核心事实，省略次要事实；第二，主题或标题只保留事实发展结果，省略不必要的过程和环节；第三，省略消息来源；第四，以叙事为主、议论为辅，多叙事、少议论；第五，主题或标题要简略，简化、省略次要或非关键事实，如时间、地点、具体名称、任务职务等。

例如：《青年志愿者为西山梳妆》 2008年3月10日《昆明日报》4版
原题是《青年志愿者为西山梳妆打扮》，“打扮”见报稿被删去，可想而知“打扮”二字在刊载时被省略，同时也显得更简略。青年志愿者是指昆明的青年志愿者，因这条新闻是在《昆明日报》发表，在这里就省略了地点“昆明”，一般也不会引起误会。

适当采用简称，也有助于标题的简练。对于修饰过多的语句，要灵活压缩简化。如采用缩合式简称，如“中华人民共和国”，可以简称为“中国”；有的则可采用数字概括式的简称，即用数字概括平列的几个词组组成简称。如“双百方针”、“两个文明”等。

二要善于锤炼。

锤炼主要是指“锤文炼字”、雕章琢句。新闻标题要善于对新闻事实进行

“压缩、简化、提炼、浓缩、概括、锻造、加工”，也就是在语言上遣词造句、舞文弄墨，在修辞上注重生动形象、润色添彩。压缩删减多余累赘，精练锤炼文字，让标题轻装上阵，精神抖擞，容光焕发，分外精神。

例如：《西山 公民道德宣传走上街头》

2008年9月22日《昆明日报》4版

假如“走上街头”后再来一些可有可无的如“发放宣传资料”等等之类的“累赘”文字，岂不画蛇添足、多此一举。

三是要关注标题文字之间的联系。

新闻标题文字和词语（包括成语）之间，在通顺的基础上要联系紧密。在断句分行时特别要注意标题文字之间的联系，为便于简洁也可采取长句分行。有的标题由一个长句组成，作一行题显得过长，可以分作两行或三行。新闻标题的主题要概括精练，浓缩得当，为此，可把部分新闻事实放在引题或副题中，以减轻主题文字负担，使主题轻装上阵、精神抖擞。

新闻信息在纸质媒介的传送过程中，新闻标题是新闻的眼睛，起着引导和吸引读者阅读新闻，评论、提示新闻，乃至组织和美化版面的重要作用。所以可以说新闻标题制作是新闻的“乔装打扮”过程，也是展现概括浓缩新闻事实、提炼新闻事实和语句修辞的过程，更是画龙点睛、眉目传情的过程。

新闻标题是新闻事实核心内容的浓缩、概括和提炼。在报纸这个纸质传播平台上，读者对新闻的选择、选取过程，实际上首先是对标题的选择过程。因此，有人说，标题是文章的“面孔”，是文章的“眼睛”，只有“面孔”清秀，“眉目”传神，才能吸引读者关注。也有人说，“标题是现代新闻的生命”，只有标题诱人，吸引读者阅读，新闻报道才能实现传播的价值。反之，如果新闻标题平淡无奇、索然无味，读者就会拒绝阅读，即使新闻报道内容再精彩、再出色、再重大，如果标题没有起到吸引读者阅读的作用；换言之没人看，那么也就淹没在浩如烟海的信息海洋中，没有实现新闻报道的传播价值。

因此，新闻标题在新闻报道中所起的作用至关重要。新闻标题是实现新闻传播价值的第一关！注重新闻标题的制作不是堆砌辞藻、卖弄技巧、无病呻吟、咬文嚼字、自说自唱，而是读者的需要，也是新闻实现传播价值的要求。

第二节 标题结构

对新闻标题有了一个初步的了解后，来看看报纸新闻的结构。报纸新闻的结构一般多由五部分组成：标题、导语、主体、背景和结语。最常见的结

构是：“倒金字塔”结构、“金字塔”结构、“倒金字塔”和“金字塔”相结合的结构。

“倒金字塔”结构也称“倒三角”结构，其特点是“头重脚轻”安排材料，把新闻高潮或最重要的结论放在最前面，然后按照事实重要性递减的顺序“按部就班”。一般来说，新闻报道（标题除外）第一段要概括全篇新闻中最主要、最新鲜、最有价值的新闻事实；第二段介绍新闻事实发生的背景或补充叙述新闻事实的来源；第三段进一步阐述新闻事实的意义、作用和效果；第四段结束语（总结、收尾）。

采用“倒金字塔”结构方式报道新闻时，由于有一定的格式，作者可按部就班、按图索骥，从而轻车熟路。此外，绝大多数读者的阅读习惯也是一开始就想知道结论、结果和现状、事实、后果等，如果还感兴趣才会继续阅读，一探究竟。“倒金字塔”结构，也有利于报纸编辑判断新闻价值。

不是所有的新闻都必须采用“倒金字塔”结构。一些短新闻或一句话新闻，根本就没有必要以“重要、次重要、次要”的套路来划分。因此，“倒金字塔”结构只是一般意义上来说的，不一定非按照这个程序不可。要根据新闻报道具体要求和新闻事实本身来因“事”制宜，这个“事”指新闻事实。

新闻报道还可以采用“倒金字塔”和“金字塔”相结合的结构，即除了把最重要的新闻事实放在报道的最前面外，其他的新闻事实按时间和事件发展的先后（或逻辑）顺序按部就班，以全面、完整地展现新闻事实。

文无定法，语无定式。上述结构是标题最基本最常用的结构。

新闻标题有单行题、双行题和完全题。双行题包括引题和正题，或正题和副题，完全题包括引题、正题和副题。引题也叫引标、肩标、眉标、领标，位于正题之上，作用是介绍背景、烘托气氛、揭示意义、引出正题。正题也称正标、母标，是多行标题的中心，用来揭示新闻最主要的事实，既提挈全篇，又浓缩文意。副题又名副标、辅标、子标、提要等，位于正题之下，主要用来对宽泛的正标作具体的补充或限制，或点明意义，揭示效果。

从新闻的结构可以看出，新闻标题是新闻报道不可缺少的组成部分。虽然现在有的报纸用栏目的形式简化或省略了标题，但只能说那些被简化或省略的新闻可以不需要标出标题或根本就不用标出标题。如：简讯、无标题新闻、一句话新闻等省略了标题。但绝大多数新闻报道还是需要标题来引导读者阅读。

新闻标题的结构从排列形式上可以分为：一、单一式；二、复合式。从内容上分：一、实题；二、虚题。从种类上分：主题、引题、副题、大标题、通栏题、栏目题、提要题、边题。

新闻标题最常见的是：主题、辅题和提要题。

一、主题

主题是标题中的主要部分，其作用是概括新闻中最主要的事实，或提炼最主要的内容、观点，或浓缩最重要的核心精华。主题是完整的句子或词组，能表达完整的概念和含义，在标题中字号最大，地位最显著。

例(1) 引：全国人才工作会议提出

主：实现人力资源大国向人力资源强国的转变

2010年5月27日《云南日报》1版

这是一引一主的标题形式。主题“实现人力资源大国向人力资源强国的转变”虽然省略了主语“我国”但仍然是一个完整的句子。

(2)《西山区“三结合”开展未成年人思想道德建设》

2010年7月31日《精神文明报》2版

(3)《昆明西山表彰文明单位》1999年7月20日《精神文明报》2版就是典型的一行题。

主题多为一行题，也有两行主题，但最好不要超过两行。行数太多，报纸版面就会“乱”。标题行数过多，会让读者感到黑压压一大片，产生畏惧心理，甚至看都懒得看标题，那么还有什么兴趣阅读你费尽心思的“新闻大作”呢？

二、辅题

辅题即复式标题中用以补充主题或加强主题气氛、气势的标题，又称肩题、眉题，位于主题之前，辅助主题，一般字号比主题小。辅题包括引题和副题。

(一) 引题

引题，又称肩题、眉题、上辅题。它位于主题之前（之上），主要作用是引出主题。一般来说，引题有三个作用：交代背景、说明原因，揭示意义说理，烘托气氛传情。

第一，交代背景、说明原因。

例(1) 引：为治理通缩祭出宽松货币政策招数

主：日本背水一战促通胀

2012年2月16日《文汇报》6版

这则标题的引题就是交代背景：日本促通胀的背景（原因）是为治理通缩因而“背水一战”。

(2) 引：保护母亲湖

主：昆明市西山区集中整治入滇河道

2011年4月22日《人民网》—云南频道——屏要闻区一焦点图
(图片网址：yn.people.com.cn/GB/210654/211536/14456731.html)



引题：“保护母亲湖”交代了背景，滇池是昆明的母亲湖。为了保护母亲湖，昆明市西山区开展了河道的集中整治。

(3) 引：此事关系到交通安全，也关系到社会文明，每个司机都应从我做起，自我约束——

主：处罚“抢黄灯”就该斤斤计较

2012年2月17日《新民晚报》A12版

引题“事关交通安全、社会文明”，所以处罚“抢黄灯”就该“斤斤计较”。

第二，揭示意义。

例如 2010年9月2日《云南日报》9版标题

主：选好“领头雁” 村民有奔头

副：——云南省村“两委”换届选举工作纪实

文章把村干部比喻为领头雁，那么，只有选好领头雁，村民才有奔头！揭示了“领头雁”的意义。

第三，烘托气氛。

例(1) 引：彩灯映照笑脸 歌声洋溢大厅

主：中央领导同志和首都小朋友们喜迎新春 《光明日报》

(2) 引：大公司规模化拍片风险低，独立制作赚少赔多利润薄

主：美国银行“嫌贫爱富”

2011年11月18日《人民日报》14版

引题可以是一个完整的句子或词组，也可以不是一个完整的语句，或者语义不完整，它只能与主题搭配才能存在，因而它是从属于主题的“马前卒”。当然这个“卒”的作用不比“马”小，有时甚至比“马”还大。通常情况下，引题文字少于主题，以短见长，以一行为宜。例(2)引题为了详细表达美国银行为什么“嫌贫爱富”，因而稍长。

(二) 副题

副题又称子题、下辅题。它的位置在主题的后边，是主题的“秘书”，常用来补充说明主要事实以外的次要事实，补充完善主题新闻要素，注释、补充、印证主题背景。在复式标题中，引题主虚、副题主实。

副题和主题的关系：

第一，主题只标出具体事实（新闻的结果、现状），副题则要进一步补充阐述新闻事实发生的前因后果。

例(1) 主：“作为总统，我从不虚张声势”

副：西方媒体把奥巴马这一表态视为迄今为止对伊朗的“最直接威胁”

2012年3月4日《云南信息报》A14版（新华社特稿）

(2) 主: 木卫二可能含有大量液态水

副: 水量相当于北美五大湖的总和, “欧罗巴”卫星可能适宜生命生存

2011年11月18日《云南信息报》A20版标题(新华社)

例(2) 副题进一步补充说明了木卫二的含水量。

第二, 主题只标出主要事实, 副题则要列举次要事实。

例如 主: 我省个体工商户突破百万

副: 位列全国第13、西部第3

2010年5月29日《云南日报》1版

第三, 如主题中的事实高度概括(抽象、简略或不具体), 副题就要详细补充具体新闻事实。

例(1) 主: 情寄贫困女童

副: ——昆明市举行庆祝“六一”儿童节暨“春蕾计划”晚会

2010年5月29日《云南日报》1版

(2) 主: 白宫门口, 有人飙车火并

副: 白宫防弹玻璃窗被击中, 美警方逮捕一名西班牙裔男子

2011年11月18日《云南信息报》A20版(新华社)

(3) 主: 希腊政府辞旧迎新

副: 当地媒体使用“新时代”“重拾希望”这类词语评述帕帕季莫斯上任

2011年11月13日《云南信息报》A12版

第四, 主题阐明观点、看法, 进行了评论, 副题进一步解释说明阐述。

例(1) 主: 这是一个厚积薄发的结果

副: ——析北京金隅男篮10连胜

2011年12月14日《中国体育报》3版

(2) 主: 黑客劫富济贫 窃百万美金捐赠

副: “匿名者”入侵美国智库, 窃取数千客户信用卡等信息

2011年12月27日《云南信息报》A20版(新华社)

第五, 主题下结论或主题是具体事实, 副题以事实为依据进行评论、分析。

例(1) 主: 季莫申科受审 尤先科“落井下石”

副: 乌克兰前总统出庭作证, 暗示盟友“出卖”国家利益, 引来鸡蛋“招呼”

2011年8月19日《云南信息报》A20版



(2) 主：总统和财长，善始难善终

副：眼下正值选战白热化，盖特纳此时又离开奥巴马令人有些意外
2012 年 2 月 3 日《世界新闻报》16 版

(3) 主：西山区将对个体诊所分级管理

副：患者可在知情前提下选择就医
2011 年 6 月 23 日《春城晚报》A13 版

(4) 引：全国 20 余楼盘承诺降价补差价 昆明房产商发通告承诺补差价给购房者吃“定心丸”

主：昆明房价还能 HOLD 多久

副：有专家预测：政策若不变，明年房价可能会有所下降

2011 年 11 月 28 日《春城晚报》

此外，新闻标题常用的还有提要题（提示题、纲要题），新闻事实内容简介；小标题（分题、插题），段落前的标题，起提示作用；大标题（通栏题），统揽各篇新闻的总标题等等。由于本书的重点不是专门探讨新闻标题，因此，对标题结构只作了一个粗线条式的“勾勒”，本书重点是探讨报纸新闻标题与成语。

