

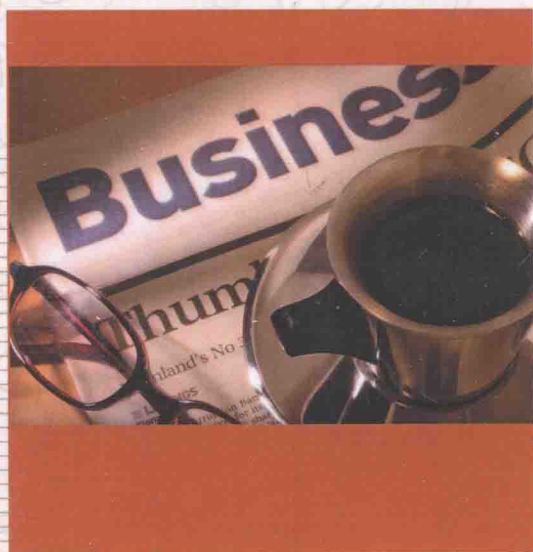


新闻传播书系

XINWEN BIAOTI
YUYAN YANJIU

新闻标题语言研究

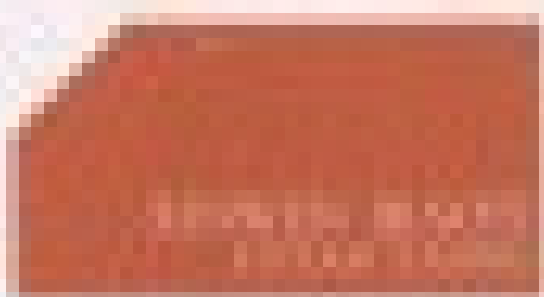
韩书庚◎著



知识产权出版社

全国百佳图书出版单位

◎ 新闻写作教程



新闻标题语言研究

张其成 著

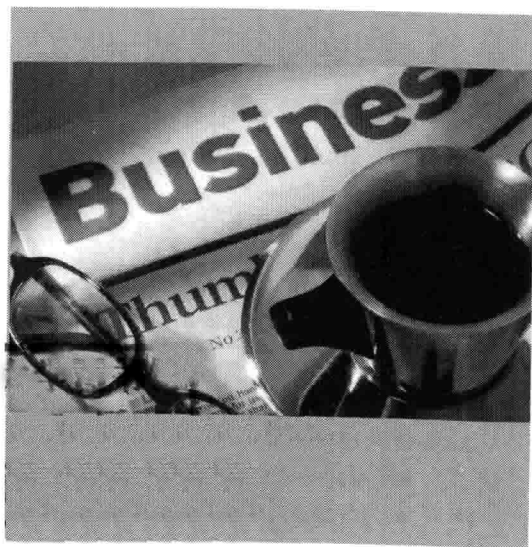


© 唐山师范学院学术专著出版基金资助

XINWEN BIAOTI
YUYAN YANJIU

新闻标题语言研究

韩书庚◎著



和记出版社

全国百佳图书出版单位

内容提要

本书从语言学视角对新闻标题进行了全面、系统的考察和分析,阐释的角度包括新闻标题的词汇、语法、修辞、标点,并将汉英新闻标题进行比较研究,同时本书还对电视新闻标题、报纸新闻标题作了深入研究。另外,本书的最后还把传媒语言和新闻标题的相关研究论著作为附录,以便于读者检索。全书语料新颖典型,论述的观点可信,是新闻语言学的一部力作,可供从事新闻学研究的师生以及语言爱好者查阅参考。

责任编辑:甄晓玲

责任出版:刘译文

图书在版编目(CIP)数据

新闻标题语言研究/韩书庚著. —北京:知识产权出版社, 2014. 2

ISBN 978-7-5130-2576-8

I. ①新… II. ①韩… III. ①新闻标题—新闻语言—研究 IV. ①G212.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 025337 号

新闻标题语言研究

XINWEN BIAOTI YUYAN YANJIU

韩书庚 著

出版发行: 知识产权出版社有限责任公司

社 址: 北京市海淀区马甸南村 1 号

网 址: <http://www.ipph.cn>

发行电话: 010-82000860 转 8101/8102

责编电话: 010-82000860 转 8393

印 刷: 知识产权出版社电子印制中心

开 本: 787mm × 1092mm 1/16

版 次: 2014 年 3 月第 1 版

字 数: 199 千字

ISBN 978-7-5130-2576-8

邮 编: 100088

邮 箱: bjb@cnipr.com

传 真: 010-82005070/82000893

责编邮箱: flywinda@163.com

经 销: 新华书店及相关销售网点

印 张: 13

印 次: 2014 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

出版版权专有 侵权必究

如有印装质量问题,本社负责调换。

序

孙建友

书庚同道 2003 年硕士毕业来我们教研室工作。他待人热情诚恳，工作踏实勤奋，酷好琢磨，致力为学，乐于助人。不仅讲课、开讲座、当班主任，并且还要协助三位老教师制作教学课件，每天都在超负荷地运转，年轻的他十年授徒 3358 人，讲课 1029 学时，深受学生的欢迎和老教师的喜爱。十年弹指过去，一切仿佛昨日。在金秋八月节日问候之际，恳请我为他的学术成果作序。钦敬他的为人，叹服他的治学精神，乐为之序。

新闻标题的研究与信息社会的“读题时代”同步前行。20 世纪 80 年代以来，成果不断问世，管中窥豹所见者：集体成果有中国人民大学新闻系的《新闻标题选评》（1986）；合作成果有刘汉报、傅贵余的《时事新闻标题》（1997），张志君、徐建华的《新闻标题的艺术》（1998）；独立成果有刘路的《新闻标题论》（2002）、冯印谱的《新闻标题制作 100 招》（2006）；摘编类型的有刘保全的《新闻标题制作技巧百家谈》（2011）；理论阐释与实践总结分篇论述的有彭朝丞的扛鼎之作《标题的制作理念与艺术技巧》（2012）。这些成果为新闻写作实践的指导、新闻学学科的发展、新闻语言学的构建都做出了各自的贡献。

书庚同道的《新闻标题语言研究》有以下特色。

一、博采众长视野广

没有继承，就没有创新。该书继承与创新结合得较好。首先，传承了普通语言学中的基本常识，先讲授语音、词汇、语法的基本概念；从浅入深、由旧到新地阐述内容。其次，大量借鉴时贤的研究成果，该书引用的参考文献有新闻语言学和新闻标题研究的论著 36 部，有关学者的论文 21

篇，其中有他自己的研究成果 14 项。附录中列出的新闻标题研究专著有 36 部，新闻标题研究的硕士、博士论文 170 篇。书庚同道在这项研究上，用力之勤、学术视野之广可见一斑，给人以厚积薄发之感。

二、自成体系梳扒细

本书用系统论的理论做指导组织材料，全书由纲到目逐级阐述，先抽象后具体，条分缕析。前两章“新闻语言概述”和“新闻标题概述”是层级关系，并对全书内容起到理论统摄作用。第三章到第五章具体论述新闻标题语言在词汇、语法、修辞三方面的特点，每一部分都是先抽象后具体，先理论后实例的分析。第六章至第八章是具体的个案分析，由具体实例又上升到理论阐述。全书基本上形成一个有机的整体。

三、与时俱进创新强

以往出版的有关著述，或侧重新闻标题语言的修辞阐释，或着眼于新闻语言学的构建，而书庚同道的这本著作兼顾两者进行研究。首先，本书力求用语言学科的前沿理论观照新闻标题语言的修辞研究，既有宏观理论指导（新闻语言学、新闻编辑学），又有微观操作总结，做到“道”与“术”的巧妙结合，研究角度新，此其一新。其次，研究方法创新，除了采用传统的归纳法、演绎法之外，本书大量利用比较法。如第九章“汉英新闻标题的比较研究”从词汇、语法、标点符号等方面进行共性与个性的比较分析，突现了语言民族性的特点，给人耳目一新的感觉。本书还采用自然科学研究常用的统计与图示相结合的研究方法。如第四章的“新闻标题的虚词”一节绘制了“程度副词小类比例”、“介词小类比例”、“连词小类比例”“单双音节副词分布比例”、“虚词的语体类型比例”5 个图示表，其他章节还有 19 个图示表，使读者对论述结果一目了然，收到以少胜多的效果。第三，是语料新。正如作者在前言中所说，选用的语料“基本上是 2009 年以后的”，这使该书具有强烈的时代气息。

在肩负繁重的教学和科研任务同时，又不断自觉提升学术修养，自选课题，自动搜集语言学前沿信息，一丝不苟地搞学术研究，敢为人先，可

喜可贺。以下不成熟的想法，供进一步研究参考。

首先，新闻标题的语言研究是一座丰富的矿藏，大有挖掘的空间。从宏观上讲，历时的角度可以搞新中国与民国新闻标题语言的对比研究，共时的角度可以搞不同语种新闻标题语言的对比，如汉朝新闻标题语言的对比，汉俄新闻标题语言的对比。从微观上讲，不同类型新闻标题的语言对比研究，如经济新闻与体育新闻、科技新闻与文艺新闻、电视新闻与网络新闻等，还可以进行新闻不同类型标题的语用技巧研究，如主题、副题、肩题、边题、尾题、组合题等，都值得探讨。既可以搞鸿篇巨制，也可以零打碎敲。

其次，在理论阐述上还有提升的空间。如第六章“报纸新闻标题的语言特点”和第七章“电视新闻的标题的语言特点”的标题下，没有理论概述，只有《人民日报》、《环球时报》、《新闻联播》等个案分析的排列。再如书中只有“虚词的语体类型比例”的统计，其他语言要素运用的阐述就缺少语体风格分析的内容。若能从纷繁复杂的语料和典型新颖的个案中升华出理论，再找出理论内在的有机联系，就更能体现著作的学术性和系统性。书中认为“新闻语言”与“新闻语体”是“不同研究角度的概念”是大有商榷余地的。

最后，注意语料采集的典型性。新闻“News”，趣解就是东（East）西（West）南（South）北（North）四面八方的信息汇集。信息对受众可能具有新闻价值，但是对于研究者而言，不一定具有较高的学术价值。对于新闻标题的采用，也有进一步提纯的问题。时至今日，中国新闻设计年会已经举办四届，每届年会都组织优秀作品大赛，并编辑《中国新闻设计年鉴》。若从全国优秀新闻作品中选用标题语料，将会更具说服力。

一别四年，见字如面，身心无恙为最大的期盼。要注意劳逸结合，在勤奋工作的同时，保证身心健康，这样才能关照与你同行之人。不仅要勇于攀登，积健称雄，还要永远攀登，积厚流广。当读者从你的研究成果中获得滋养之时，当学生从你的劳动中汲取力量之际，就是你最快乐、最幸福的时刻。望书庚同道再接再厉，填词一首，相互勉励。

鹧鸪天·赠书庚

孔府学人礼义隆，

燕山启后赛征程。

心如潭月清而净，

硕果三秋下苦功。

开讲座，

授新经。

芝兰九畹众笃诚。

杏坛过往凌云志，

一路相携不老鹏。

2013年10月

于深圳翠峰园

（孙建友：唐山师范学院教授，著名修辞学家、书法名家、语文教育家。台湾《中文》总编审，北京《百家》特约编辑，《文化广东》编委副主任，中国修辞学会理事，中国书画名家研究会名誉会长。）

前言

若用一个关键词回答 21 世纪是个什么社会，相信很多人会答“信息社会”这个关键词。信息社会是以信息经济、知识经济为主导的经济，它有别于以农业经济为主导的农业社会，工业社会的经济是以工业经济为主导。如今的世界已经进入“地球村（global village）”^①的时代。而在当今的信息社会中，作为社会性的人时时刻刻都离不开“新闻”，新闻成为了解“家事、国事、天下事”的重要工具。不过对于什么是“新闻”，却众说纷纭。在此，引用著名新闻学者刘健明等著的《新闻学概论》中给出的概念，新闻是新近或正在发生发现的、对公众有知悉意义的事实的陈述。^②

在新闻的要素中，新闻标题被誉为新闻的眼睛，它既具有独立性，又具有从属性。新闻标题学简言之就是对新闻标题进行研究的学科，详细地说，可以说是研究新闻标题产生、形成、发展及其基本理论、实际运用的规律的学科，属于社会科学里新闻学的一个分支学科。它作为新闻学的一个分支学科，正以其越来越引人注目的发展速度，日益受到新闻界和社会的重视，越来越多的专业和业余新闻工作者认为新闻标题学有足够理由成为新闻学的一个独立的分支学科，从新闻编辑学中分化出来，进行专题研究^③。截至目前，查阅到关于新闻标题的专著有 20 多部，在研究新闻标题方面卓有成就的学者如中国社会科学院新闻学研究所的彭朝丞，他撰写了《现代新闻标题学》（1988）、《新闻标题学》（1997）、《新闻标题制作》（2007）等多部专著，可以说是国内研究新闻标题成果最丰硕的学者。阎家

① “地球村”或“世界村（global village）”这一词由加拿大传播学家 M. 麦克卢汉 1967 年在他的《理解媒介：人的延伸》一书中首次提出。

② 刘建明，等.《新闻学概论》.北京：中国传媒大学出版社，2007 年版，第 68 页。

③ 阎家波 谢青.《实用新闻标题学》.北京：中国新闻出版社，1987 年版，第 1 页。

波与谢青合著的《实用新闻标题学》(1987)、蒋晓丽的《现代新闻传媒标题艺术》(1998)、刘路的《新闻标题论》(2002)、资庆元的《中国新闻标题研究》(2003)都是分量较重的新闻标题著作。总的来说,学者们从新闻标题的写作、修辞角度研究的较多,运用新角度、新方法、新理论研究新闻标题的不多,这也是以后研究新闻标题需要加强的地方。

尽管新闻标题学属于新闻学的一个分支,不过由于各学科互相渗透、交叉,从不同角度研究新闻标题又产生了许多边缘学科。阎家波与谢青在《通俗新闻标题学》中谈到,与新闻标题学有关的边缘学科,如“标题修辞学、标题词汇学、标题语法学、标题逻辑学、标题美学、标题风格学等等”^①。

任何科学研究都有继承和创新,拙著《新闻标题语言研究》在继承前人时贤研究成果的基础上,重点在以下方面进行了创新。

第一,研究角度多样。

本书对新闻标题的词汇、语法、修辞、英汉比较等方面进行了深入探讨。在词汇章对新闻标题的模糊词语、缩略词语、色彩词语、古语词、新词新语、外来词语、方言词语作了考察;在语法章对新闻标题的实词、虚词与句型进行详细的分析;在修辞章对新闻标题的词语、句式与修辞格使用作了深入阐释。

第二,研究方法科学。

科学的结论必须建立在科学的方法上。拙著中使用的方法主要有归纳法、统计法、比较法、演绎法,得出的结论是经过深思熟虑的,是建立在科学的研究基础上的。如在语法章、修辞章,运用统计分析法对新闻标题的句式进行量化统计,从而得出具有说服力的结论。

第三,研究语料典型。

著名语法学家邢福义主张“研究植根于泥土,理论生发于事实”,诚哉斯言。本书采用的语料都是典型的、具有代表性的,时间基本上是2009年以后的,报纸新闻标题的语料主要来自《人民日报》、《中国青年报》、《环

^① 阎家波 谢青:《实用新闻标题学》。北京:中国新闻出版社,1987年版,第6页。

球时报》、《河北日报》；网络新闻标题的语料主要来自网易新闻、搜狐新闻、腾讯新闻、新浪新闻、凤凰新闻、百度新闻；电视新闻标题的语料主要来自中央电视台的《新闻联播》栏目。

总而言之，本书的主要特点就是对新闻标题进行语言学视角的全方位研究，继承前辈学者的研究传统，在新闻学与语言学的交叉学科新闻标题学这个分支上添砖加瓦。当然，任何科学研究都具有局限性，作为年青的语言研究者，非常希望各位专家学者不吝赐教。

目 录

第一章 新闻语言概述.....	1
第一节 新闻语言.....	1
一、新闻语言的定义.....	1
二、新闻语言与新闻语体、媒体语言的关系.....	1
三、新闻语言的产生.....	2
四、新闻语言的特点.....	3
五、当今传媒中新闻语言的失误.....	6
第二节 新闻语言学.....	9
一、新闻语言学的性质.....	9
二、新闻语言学的分类	11
第二章 新闻标题概述	13
一、标题	13
二、新闻标题的定义	14
三、新闻标题的作用	15
四、新闻标题的特点	16
第三章 新闻标题的词汇	18
第一节 词汇概述	18
一、词汇的定义	18
二、词汇单位	18
三、词义	23
四、语义单位：义项与义素	26
五、单义词、多义词、同音词	28

六、语义场及其类型	30
第二节 新闻标题的词语	37
一、新闻标题的模糊词语	37
二、新闻标题的缩略词语	41
三、新闻标题的色彩词语	44
四、新闻标题的古语词	49
五、新闻标题的新词新语	50
六、新闻标题的外来词语	53
七、新闻标题的方言词	54
第四章 新闻标题的语法特点	56
第一节 语法概述	56
一、什么是语法	56
二、语法的性质	56
三、语法单位	58
四、句法成分	59
五、词类	60
六、语法分析法	61
第二节 新闻标题的实词	65
一、新闻标题的名词	65
二、新闻标题的动词	66
三、新闻标题的形容词	74
四、新闻标题的代词	75
五、新闻标题的数词	76
六、新闻标题的量词	77
第三节 新闻标题的虚词	78
一、新闻标题的副词	78
二、新闻标题中的介词	81
三、新闻标题的连词	84

四、新闻标题的虚词省略	85
五、新闻标题虚词小结	86
第四节 新闻标题的句型	87
一、主语 + 谓语 + 名词性宾语	87
二、主语 + 谓语 + 主谓短语作宾语	88
三、主语 + 谓语 + 动宾短语作宾语	88
四、主语 + 谓语 (动词)	89
五、连谓句	89
六、表因果关系的紧缩复句	90
第五章 新闻标题的修辞特点	91
第一节 修辞概述	91
一、什么是修辞	91
二、修辞与语言规范	92
三、语境	95
第二节 新闻标题的词语锤炼	96
一、准确性原则	96
二、简洁性原则	97
三、鲜明性原则	98
四、生动性原则	99
第三节 新闻标题的句式选择	101
一、常式句和变式句	101
二、整句和散句	101
三、长句和短句	102
四、主动句和被动句	103
五、肯定句和否定句	104
第四节 新闻标题的辞格	106
一、新闻标题的辞格研究现状	106
二、时政消息标题的辞格	107

三、社会消息标题的辞格·····	109
四、体育新闻标题的辞格·····	111
五、通讯标题的修辞格·····	112
六、评论标题的修辞格·····	114
第六章 报纸新闻标题的语言特点·····	119
第一节 《人民日报》头条标题的语言特点·····	119
一、标题的体裁类型·····	120
二、标题的结构类型·····	120
三、标题的字数·····	121
四、标题的句型特点·····	123
五、标题的标点符号·····	124
第二节 《环球时报》头条标题的语言特点·····	125
一、标题的结构类型和颜色·····	125
二、标题的字数和内容·····	127
三、标题的语法特点·····	128
第三节 《河北日报》头条标题的语言特点·····	130
一、标题的体裁类型·····	130
二、标题的结构类型·····	130
三、主标题的字数·····	131
四、标题的句型特点·····	132
五、标题的标点符号·····	133
第七章 电视新闻标题的语言特点·····	135
第一节 《新闻联播》新闻标题中的实词研究·····	135
一、《新闻联播》新闻标题中的名词·····	136
二、《新闻联播》新闻标题中的动词·····	136
三、《新闻联播》新闻标题中的形容词·····	137
四、《新闻联播》新闻标题中的副词·····	138
第二节 《新闻联播》新闻标题中的虚词研究·····	139

一、《新闻联播》新闻标题中的介词·····	139
二、《新闻联播》新闻标题中的连词·····	140
三、《新闻联播》新闻标题中的助词·····	141
四、《新闻联播》新闻标题中的语气词·····	142
第八章 网民评论与博客的语言特点·····	143
第一节 网民评论语言的特点·····	143
一、词语的选择·····	143
二、辞格的选择·····	147
三、汉字的使用·····	149
四、标点的使用·····	149
第二节 博客语言的特点·····	150
一、词汇的丰富性与开放性·····	151
二、语体风格的自由性与多样性·····	152
三、表达的主观性日益凸显·····	152
第九章 汉英新闻标题比较·····	154
第一节 汉英新闻标题的词汇比较·····	154
一、缩略语在汉英新闻标题中经常使用·····	154
二、简短词在汉英新闻标题中经常使用·····	157
三、新词在汉英新闻标题中经常使用·····	159
四、模糊词在汉英新闻标题经常使用·····	159
第二节 汉英新闻标题的语法比较·····	160
一、语法省略·····	160
二、时态差异·····	162
三、语态差异·····	164
第三节 汉英新闻标题的标点符号比较·····	166
一、汉语新闻标题标点主要有冒号、引号·····	166
二、英语新闻标题中标点主要有逗号、冒号、破折号·····	169
第四节 汉英新闻标题的翻译·····	171

一、直译或基本直译·····	171
二、添加注释性词语·····	172
三、体现原文修辞特点·····	172
四、灵活处理修辞差异·····	173
参考文献·····	174
附录（一） 传媒语言论著 ·····	177
附录（二） 新闻标题论著 ·····	182
后 记·····	190