



高等学校新闻传播学应用型系列教材

总主编 洪威雷 毛正天

郭伟 毛正天 主编

NETWORK NEWS HEADLINES WRITING



武汉大学出版社
WUHAN UNIVERSITY PRESS

网络新闻 标题制作



学应用型系列教材

总主编 洪威雷 毛正天

网络新闻 标题制作

NETWORK NEWS HEADLINES WRITING

郭伟 毛正天 主编



WUHAN UNIVERSITY PRESS
武汉大学出版社

62m

581

图书在版编目(CIP)数据

网络新闻标题制作/郭伟,毛正天主编. —武汉: 武汉大学出版社,
2011.8

高等学校新闻传播应用型系列教材

ISBN 978-7-307-09082-8

I. 网… II. ①郭… ②毛… III. 互联网络—新闻标题—高等学校—教材 IV. G210.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 161106 号

责任编辑:易 瑛 责任校对:黄添生 版式设计:马 佳

出版发行: 武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件: cbs22@whu.edu.cn 网址: www.wdp.com.cn)

印刷:湖北民政印刷厂

开本:720×1000 1/16 印张:12.75 字数:223千字 插页:1

版次:2011年8月第1版 2011年8月第1次印刷

ISBN 978-7-307-09082-8/G·1793 定价:24.00元

版权所有,不得翻印;凡购我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。



高等学校新闻传播学应用型系列教材

编委会

主 编	洪威雷	毛正天		
副主编	智 慧	冉小平	张黎呐	
编 委	洪威雷	毛正天	智 慧	冉小平
	张黎呐	郭 伟	王 井	张 莉
	姚 娟	张洁意	杨庆晶	邹 兵
	毕 曼	刘贤锋	谭 华	杨 健
	张 鑫			

总 序

教材，是教学理念、教学目标与教学实践之间的桥梁，是教学实践中师生教与学活动的基本依据，是提高教学质量的重要依托！然客观而论，我们目前使用的教材中，尤其是文科教材中，有不少教材已不适应知识经济全球化和社会主义市场经济的发展，其主要表现为“四多”“四少”：一是史料性的东西多，职业性的内容少；二是理论性的内容多，应用技能性的内容少；三是演绎性的内容多，职场岗位实训的内容少；四是国内专业视域的内容多，国际专业视野的内容少。特别是新闻与传媒专业的教材，常谈的老话多，正确的废话多，时髦的空话多，严谨的套话多，违心的假话多。这不能不说在很大程度上是形式主义和官僚主义在新闻与传媒专业教材中的表现。难怪一些知名企业负责人说：“不少大学毕业生缺乏实际动手能力，让企业很失望。”针对上述问题，武汉东湖学院、湖北民族学院、扬州大学新闻与传媒专业的一批有志于教改的专家、学者、博士，尝试着为培养既有扎实专业知识，又有实际动手能力的创新型复合人才而编写实务性的系列教材。

在组稿时，我们强调了两条原则：

其一，简化理论阐述，立足应用。本着“毕业即可就业，上岗就能上手”的理念，围绕“务实”突出三个字，“精、专、用”。简化不是减掉，而是要求把繁杂的理论撰写得简明扼要，不要去追根溯源、旁征博引。直截了当地选择最基本的理论和知识点，以“是什么”、“做什么”、“怎么做”为基本体例。

其二，引用职场中的工作程序和方式，既直接为生产、管理和服务第一线的新闻、传媒工作人员提供服务，又引导学生早日进入职场角色，自觉进行学习和训练。

这是一套凝聚着众多人心血的系列教材。全书由洪威雷、毛正天负责框架设计，组织智慧、冉小平、郭伟、张黎呐、王井、姚娟、张莉、杨庆晶、胡蕾、邹兵等武汉东湖学院、湖北民族学院、扬州大学的一批专家、学者、博士牵头撰写。完稿后，三所院校交换审读、修改，并请同行专家审订。然我们强

调文责自负。出版此套教材的过程中虽然遇到一些周折，但我们得到既具有学术眼光，又具有市场视野的武汉大学出版社教育分社社长王雅红的大力支持。在此，我们向她致以真诚的感谢！

我们真诚地想听取同行专家和“职场”高手们的意见，以便再版时修订。

洪威雷、毛正天

于武汉东湖学院

2011年5月8日



书 目

- * 新闻传播学导论
- * 新编新闻采访学教程
- * 中国新闻事业史
- 西方新闻理论概论（第二版）
- * 新闻编辑原理与实务
- * 新时期优秀新闻作品评析
- * 新闻通讯员实务
- * 新闻摄影实务
- 综合新闻实训
- 新闻心理学
- * 电视新闻节目学
- 电视制作实践教程
- 电视节目策划
- 电视文艺编导
- 纪录片创作基础
- 影视制作技术与艺术
- 广播编辑与音频制作
- 视频录制教程
- * 网络新闻标题制作
- 新媒体概论
- * 商业博客营销与写作

* 已出书

目 录

第一章 网络新闻传播概论	1
第一节 网络新闻传播的基本概念	1
一、网络传播的含义	1
二、网络传播的特点	2
三、网络传播学	3
第二节 网络新闻传播的发展历程	6
一、互联网的发展和应用	6
二、网络新闻传播的产生	10
三、网络新闻传播的发展势态	15
第三节 网络新闻传播的内涵与外延	17
一、网络媒介与网络媒体	18
二、网络与第四媒体	18
三、网络新闻、网络新闻传播与网络新闻事业	19
第二章 网络新闻标题的基本理论	22
第一节 网络新闻标题的传播原理	22
一、网络新闻标题即信息	22
二、网络新闻标题满足受众心理需求	24
三、网络新闻标题的议程设置功能	26
第二节 网络新闻标题的特点	29
一、多媒体化	29
二、单行化	30
三、宁实毋虚	31
四、题文分离	31
第三节 网络新闻标题的现实功能	32
一、快速、全面获取信息的第一渠道	32

二、网络新闻多级阅读的起点·····	34
三、吸引眼球,引导阅读·····	36
四、依托新闻检索,重复阅读新闻资源·····	37
第四节 网络新闻标题的表现形式·····	38
一、单行式标题及其补充形式·····	38
二、实题为主,虚题为辅·····	43
三、滚动式标题与版块新闻·····	45
 第三章 网络新闻标题制作的基本规律·····	47
第一节 新闻价值规律——以人民网为例·····	47
一、深入而又全面·····	47
二、捍卫新闻的真实性原则·····	48
三、重新诠释了新闻时效性·····	49
四、网络的互动性、丰富性对新闻价值和新闻观念带来冲击·····	50
第二节 受众接受规律·····	51
一、需要驱动·····	52
二、情感参与·····	52
三、认知过滤·····	52
四、环境影响·····	53
五、非直线性规律·····	53
第三节 网络传播规律·····	54
一、网络信息传播的内涵·····	54
二、网络信息传播的规律·····	55
三、搜索引擎的地位和作用·····	56
第四节 文本相关规律·····	58
一、互文性·····	59
二、虚拟性·····	60
三、多媒体·····	62
四、超时空性·····	63
 第四章 网络新闻标题的功能与特征·····	66
第一节 网络新闻标题的功能·····	66
一、概括提示功能·····	66

二、索引功能	68
三、评述功能	69
四、说明功能	72
五、美化功能	73
六、区别功能	74
第二节 网络新闻标题的传播特征	75
一、传播形式上呈现出超文本链接和多媒体优势	76
二、传播模式上呈现出交互性	78
三、传播思维上强调全息化、全时性	79
第三节 网络新闻标题的文本特征	80
一、题文分离	80
二、以单一式实题为主,题长受限	83
三、实时编辑,滚动播出	87
四、新闻标题呈方阵排列	89
 第五章 报纸新闻标题与网络新闻标题的比较	91
第一节 报纸新闻传播的特点	91
一、传播方式	91
二、传播对象	94
第二节 网络新闻传播的特点	95
一、传播方式	95
二、传播对象	98
第三节 报纸新闻标题与网络新闻标题的共同特点	98
一、传达新闻事实	98
二、评价新闻事实	100
三、吸引受众注意力	103
第四节 报纸新闻标题与网络新闻标题的主要区别	105
一、新闻标题的基本功能	105
二、新闻标题的具体内容	108
三、新闻标题的编排形式	109
第五节 报纸新闻标题和网络新闻标题相互借鉴	111
一、报纸新闻标题制作应凸显灵活	111
二、网络新闻标题制作应严格把关	116

第六章 网络新闻标题制作策略与方法	118
第一节 网络新闻标题的制作步骤	118
一、阅读稿件	118
二、构思立意	120
三、遣词造句	121
第二节 网络新闻标题的制作策略	123
一、凸显核心信息	123
二、进行语言对比	126
三、改变固有搭配	128
四、熟语的“陌生化”	130
五、语言口语化	132
六、设置文字悬念	135
七、重实忌虚	137
八、合理控制关键词的匹配度	139
九、巧妙运用新闻提要关照标题	141
第三节 网络新闻标题的制作方法	143
一、成语、谚语的使用	143
二、隐含、隐喻的使用	146
三、反常事物的使用	148
四、设置悬念	150
五、利用网络的多媒体功能	152
六、在标题上加一些特定的表意符号	154
七、多用单音动词	155
八、实题为主,突出新闻的核心要素	158
九、具备超链接意识,善打“组合拳”	160
十、树立网络新闻专题意识,灵活运用标题集群	162
十一、利用网络优势,采用题图相配的形式	165
十二、发挥网络媒体优势,采用题图相配的形式	168
十三、优化新闻要素配置	170
第七章 网络新闻标题制作的失范与规范	174
第一节 网络新闻标题制作的失范	174

一、网络新闻标题失范的原因	174
二、网络新闻标题失范的表现	176
第二节 网络新闻标题制作的规范	186
一、以准确、简洁、明白、晓畅的用语保证新闻真实性	186
二、凸显新时代的核心价值观	188
三、体现文明社会的终极人文关怀	188
四、追求令人愉悦的阅读体验	189
五、坚守一名新闻人的职业操守	190
参考文献	191

第一章 网络新闻传播概论

第一节 网络新闻传播的基本概念

一、网络传播的含义

回顾人类传播史，我们不难发现，信息技术的发展起着历史性的杠杆作用。信息技术的每次创新，都带来了信息传播的大革命，每一次革命都给人类的政治、经济、文化和社会生活带来不可估量的影响，推动着人类的文明不断向更高层次迈进。信息技术强而有力地改变着人类生产与生活的面貌，信息技术集中反映的标志就是信息传播方式的变革。人类的信息传播迄今可分为5个阶段（口头传播阶段、文字传播阶段、印刷传播阶段、电子传播阶段、网络传播阶段），前一个阶段向后一阶段的跃升无不以信息技术的革命性进步为前提。

随着互联网的迅猛发展，网络传播也得到了飞速发展。网络传播作为一种全新的现代化传播方式，有着与传统传播媒体截然不同的新特征。什么是网络传播？这是网络传播学的任务和研究对象的首要问题。

有人认为，“网络传播”是近年来广泛出现于传播学中的一个新名词。它是相对三大传统传播媒体，即报纸、广播、电视而言的。所谓网络传播，简单地说，就是以互联网作为媒介而展开的新闻传播活动。在网络传播中的信息，以数字形式储存在光、磁等储存介质上，通过计算机网络高速传播，并通过计算机或类似设备阅读使用。网络传播以计算机通信网络为基础进行信息传递、交流和利用，从而达到其社会文化传播的目的。网络传播的受众人数巨大，可以通过互联网高速传播。作为一种随着互联网的发展而孕育产生的新型传播形态，网络新闻传播不仅以前所未有的速度不断发展，充满了蓬勃生机，而且极大地改变了原有的新闻传播格局，使人类社会的新闻传播活动迈进了网络新闻传播的崭新时代。

二、网络传播的特点

网络传播是相对于三大传统传播媒体即报纸、广播、电视而言的，因而又被称为“第四媒体”。只要有网络存在，信息就可渗透到社会的各行各业；网络时时刻刻都在运行，其信息传递也就迅速、及时，它改变了传统媒介的单向传播为双向互动式的传播方式。总体来说，网络传播具有以下几个特点：

1. 传播的数字化

网络传播的方式是数字，没有体积，没有质量，一定的信息转化成数字，经过传播，数字再还原为一定的信息，所以这种传播就能够实现迅速、快捷、方便。同其他传统媒体比较起来，报纸是依靠印刷术来传播，广播电视是依靠电波来传播，它们之间的差异相当明显，有了数字化的技术才能将网络新闻走得更远，传播得更快。

2. 传播的交互性

这是网络传播区别于传统传播方式的一个重要方面。网络传播与传统的印刷传播、电波传播的最大不同之处就在于双向交互性。互联网的彻底的交互性，对于传统媒体而言，是质的飞跃，因为具有革命性。

何谓交互性？交互性是指在网络中的信息交流方式表现为实时交互操作的方式。网络用户可以对网络信息进行加工、处理、修改、放大和重新组合，成为信息操作的主体，传统的报纸、广播、电视主要以传播者为主体，用户（即受众）只能在有限的范围内选择，而且反馈途径少、时间慢、无法真正实现相互交流，而大多数网络媒体都设有“用户论坛”、“公告牌”等栏目，供用户发表意见，并同时阅读他人的意见或就某个问题进行相互交流。

通过网络传播，受众可以自主选择需要的内容，并通过电子邮件、BBS 和论坛组等方式来发出自己的声音，实现良性互动。使得传播者和受传者的交流更加容易，有助于更好地提高信息传播的效率。信息传播的个人化、交互性和反馈的及时性是网络传播最具有吸引力的地方。

3. 多媒体传播

多媒体的传播手段，是网络媒体的一大表现特点，多媒体被定义为“将相互分离的各种信息传播形式地融合起来，进行各种信息的处理传输和显示”。网络媒体不仅能够显示文本信息，而且能够显示图形、图像和声音等多媒体信息，使得网络媒体的表现形态走向立体式，网络传播实现了“文字、声音、图像、动画”等多种手段组合的多媒体传播。

在互联网上传播信息，采用多媒体方式，可以实现数据、文字、声音及各

种图像在单一的数字化环境中的一体化的信息传播,图文并茂,声情俱现,能大大增强对受众的影响力和感染力。

网络传播的多媒体特点最大限度地实现了各种传播形式的“兼容并包”,丰富了新闻传播的手段。受众也有了众多的自由选择,他们可以根据自己的喜好选择有声有像、图文并茂等多种形式,各种感官得以充分调动。与传统媒体相比,网络传播具有不受时空限制的特性,从根本上使网民获得了信息获取和传播的主动性和互动性。网民和受众可以通过有线或无线技术,随时随地上网获取信息,在无限广阔的网络信息空间中,根据自己的喜好和需求检索、选择和传播信息。

三、网络传播学

网络传播学是传播学的一个分支,是传播学的子学科。传播学亦称“传学”,是研究人类一切信息传播行为和传播过程发生、发展规律及其同人和人类社会关系的一门新兴学科。传播学研究传播的概念和本质,信息与对象交互作用的规律,信息的产生与获得、加工与传递、效能与反映,各种符号系统的形成及其在传播中的作用,各种传播媒介本身的地位和作用,传播与社会各领域、各系统的关系等。

1. 网络传播学的研究对象

网络传播是以人类的网络传播活动为研究对象的。所谓网络传播,简单地说,就是以互联网为媒介而开展的新闻传播活动,是一种基于网络的信息双向交流。^①信息其实就是一种不确定性的减少或消除。作为人类网络传播内容的信息,能够使人类减少或消除不确定性。

网络传播的出现,极大地改变了信息传播的方式,影响着人类知识的组织、传递和获取,对人类的文化和政府的政策产生深刻的影响。传播作为联系信息生产、积累和获取的中心环节,起着承上启下的作用。作为一种随着互联网的发展而孕育产生的新型传播形态,网络传播作为信息交流、传播的一种重要渠道,不仅以前所未有的速度不断发展,而且极大地改变了原有的新闻传播格局,使信息得以广泛散发、吸收和利用。网络传播在人类的信息流通过程中将占有重要的地位,信息技术与手段的变革将对人类信息流通活动的方式产生深刻的影响,使人类社会的新闻传播活动迈进网络新闻传播的崭新时代。

^① 南宏师,张浩:《网络传播学》,北京:国防工业出版社2008年版,第26页。

2. 网络传播学的学科属性

对于“网络传播学”这门新兴学科，也有人称之为“网络新闻学”。从网络传播学的研究对象出发，我们可以认定网络传播学属于社会科学。因为，网络传播学的研究对象是人类网络传播活动，而人类网络传播活动无疑是一种社会现象。虽然网络传播学的研究中要涉及大量的技术问题，但是这改变不了网络传播学的社会科学性质。同时，网络传播学是传播学的一个分支，是传播学的子学科。而传播学属于社会科学。我们由此也可以断定网络传播学属于社会科学。

网络传播学是传播学的一个分支，是传播学的子学科。而在网络传播活动中涉及大量的政治问题，国际政治斗争往往会在网络传播中充分得以体现，如一些西方国家利用互联网进行政治颠覆活动。网络传播学的研究对象是人类网络传播活动，而人类网络传播活动是一种社会现象，在研究中要运用社会学的原理和方法。网络传播活动是人的活动，研究中要运用心理学的方法与理论研究网络传播者和受众的心理活动。网络传播过程中要涉及经济投入、产出问题，要运用经济学原理研究低成本高收益。网络传播学是计算机技术高度发展的产物，在研究中必然涉及大量的技术问题。所以，学习网络传播学，必然涉及大量相关学科的知识，例如传播学、政治学、社会学、心理学、新闻学、经济学、计算机科学等，而网络传播学的发展也必然离不开这些相关学科。

3. 网络传播人才培养状况

在新闻传播院校（系）的教学方面，中国社会科学院新闻系在1997年开设了“电子传播”（主要内容为网络传播）必修课，并依托《人民日报》网络版进行技能层面的培训，其他一些院校也利用讲座等形式，向在校本科生、研究生教授网络传播知识，尤其是一些新闻院系通过各种途径加大了“硬件”见识的力度，开设了具备新闻、出版、广播电视、网络传播、数码摄影、广告设计、媒体管理、新闻数据库等多功能专业，对学科“文理兼容”的发展趋势和复合型人才的培养，起到了非常重要的推动作用。

目前国内有中国人民大学、北京大学、清华大学、武汉大学、华中科技大学、暨南大学等高校都先后开设了网络（新闻）传播专业或课程，在本科或研究生层次培养人才，中国传媒大学还曾经成立了国内首家网络传播学院。

大体说来，我国高校网络传播人才培养大致走过了三个阶段。

第一阶段：把网络技术引入网络传播教学，探索传播艺术与网络技术相结合的传播人才培养方式。

网络传播学虽然属于文科，与其他文科不同的是，其既具有与实际业务

结合的实践性,又具有运用先进设备和手段的技术性,是不折不扣的“文科里的工科”,是典型的艺术与技术的结合。正因如此,传播学与网络技术相结合的培养方式很早就被纳入了网络传播人才培养模式中。1998年4月华中科技大学正式组建新闻与信息传播学院,其目标就是要把学院建成为人文社科与电信、计算机等工科交叉的科研基地。1999年4月中国社会科学院新闻与传播研究所成立了网络与数字传媒研究室,并于2002年列入中国社科院100个重点学科,很大程度上表明当时人们在网络传播人才培养模式上的共识。

第二阶段:网络传播理论和应用研究阶段。

网络媒体是新型媒体,有着不同于传统媒体的特点,也面临着传统媒体没有遇到过的新问题,很多教学和科研机构相继把网络传播的理论和应用研究列入科研课题。以北京大学、中国传媒大学、人民大学、清华大学等为代表的一批科研院所开始了包括媒介形态变化研究、网络传播理论研究、网络与社会互动研究、人际节目与交换理论研究、新媒体技术开发与应用、信息传播技术在教育领域的应用、电子出版技术、交互媒体研究等课题的研究,力求在传播理论方面给网络传播的人才培养和业务实践以指导。

第三阶段:探索出与实践相结合,与业界相结合的人才培养模式。

经过几年的实践和探索,国内著名的新闻传播学院系纷纷迈出了与实践相结合培养网络新闻人才的关键一步。2002年9月成立的上海交通大学媒体与设计学院明确地提出了“文理渗透、技术与艺术结合,数字化、国际化、产学研一体化”的办学思路。紧随其后,由天津市政府信息办、天津科技大学和天津北方网三方共同投资创办了网络新闻教育机构——天津科技大学北方网络新闻与信息传播学院。2003年12月29日,由南京大学和江苏省互联网新闻中心联合主办的南京大学网络传播研究中心也正式挂牌成立。现在越来越多的院校已经认识到不能仅靠创办一个网站或实验室来培养网络传播人才了。它们更多的是依赖已有的新闻网站作为教学科研的基地,如北京大学和清华大学的新闻与传播学院与新华网合作,将新华网作为自己的教学、科研和实习基地。与此同时,新闻网站本身也建立研究机构进行研究和人才培养,如千龙网成立国内第一家网络媒体的企业研究院——千龙研究所,和北京大学、清华大学、复旦大学、中国人民大学、中国传媒大学五大院校的新闻传播学院建立了广泛的合作关系,并就联合培养新型网络媒体人才、合作建设网络新闻传播教学实践基地签署了合作意向。新闻网站除了与高校联合,进行储备人才的培养外,还积极对现有网络新闻工作者进行在职培训,主要是培训和提高互联网