

标题制作与编排

张照庚

河北教育出版社

作者的话

这本小册子是我献给期刊社编辑、作者朋友的一份礼物，虽然并不丰厚，但却蕴含着一位老出版工作者的热切之情。

一年前，当我有机会读到大量期刊的时候，欣喜地发现有许多刊物办得很成功，特别是标题的制作编排相当吸引人。我想，如果将这些优秀的标题加以比较和研究，从中找出一些规律性的东西，岂不是对大家的一点帮助吗！这本小册子就是在这种思想支配下整理出来的。

大家翻开这本小册子可以看到，它的素材取自期刊，事例典型，经验新鲜，易读易懂；它以材料说明观点，而非空洞议论，具有实用性是其突出的长处；它展示着制题者的辛勤劳动之果，辉映着出版工作者的集体智慧之光。我所做的，不过是取之大家，经过概括和条理，又还之大家罢了。

为了适应经济建设新的形势和广大读者新的需求，期刊的内容正在不断完善，版面正在不断革新。讲究标

题的制作与编排，是办好期刊不可忽视的一种重要手段，它既能更好地体现内容，又能有效地活跃版面。努力提高标题的制作编排水平，应当成为我们积极的追求，希望有更多的编辑和作者踊跃参加这一研究和实践。

由于期刊种类很多，各类期刊的标题各有其特点，这里只能提出一些带有共性的问题和通用的做法进行探讨，而且主要是属于社科期刊的内容，一定会有不足之处。

期刊基本上是由多篇文章组成的，这本小册子涉及的主要是文章的标题，也可供报社、出版社的编辑和作者参考。

据我所见，将文章标题展开来进行具体研究的书并不多。如果这本小册子能给同行朋友带来一些兴趣和启迪，那将是我的快慰。

对河北教育出版社的同仁所给予的热情支持和帮助，深表谢意。

1993年3月1日

目 录

共同的追求：精美的标题·····	(1)
留下美好的第一眼印象·····	(4)
标题的比喻·····	(7)
标题的多功能·····	(10)
何谓好标题·····	(13)
标题与读者心理·····	(16)
无模式可取，有妙法可寻	
——标题制作方法 12 种 ·····	(19)
巧用小标题·····	(38)
副题的运用·····	(47)
含有数字、符号的标题·····	(54)
何时制题好·····	(58)
把标题修饰得更完美·····	(62)
差错上题，疮上脸皮·····	(69)
应重视标题设计·····	(73)
标题的格式·····	(76)

标题的断行·····	(89)
标题与整体设计·····	(102)
标题的装饰·····	(108)
怎样校对标题用字·····	(110)
小漏洞, 也应当堵住·····	(116)
目录·栏目·标题·····	(124)
署名小议·····	(132)
标题中标点符号的使用·····	(136)
数字的用法·····	(143)
不要使用繁体字·····	(146)
标题八忌·····	(149)
作家笔下的标题·····	(151)
培养研究标题的兴趣·····	(156)
科技期刊标题的编排要求·····	(159)
编辑与标题质量·····	(161)
怎样防止书刊发生差错·····	(164)
懂一点印刷知识·····	(174)
标题荟萃·····	(182)
附录: ·····	(203)
GB/T 3179—92 科学技术期刊编排格式 ·····	(203)
出版物汉字使用管理规定·····	(224)
激光照排系统字体字号·····	(228)

共同的追求：精美的标题

对现代期刊来说，精美的标题已经成为作者、编辑和读者的共同追求。

作者是文章的撰写人，也是标题的制作者。他们都懂得，给刊物写文章为的是发表出来，传播给广大读者，而这中间必须经过编辑的审定修改通过。一篇生动内容的文章，如果能够配上一则精美的标题，正是取得编辑赏识的重要条件之一。《新闻与写作》（1992.2）发表过一位作者写的体会，题目是《上稿五要》，第一就是要“精制标题”。他写道：“精采的标题能立即吸引住编辑与读者，所以，我对每篇文章的标题制作都力求新、奇、巧。”这位作者的话很有代表性。实际上，作者写稿也面临着激烈的竞争，作者是供方，编辑是需方，作者写的稿件，越是符合刊物的要求，越能引起编辑的兴趣，被发表的机会才会越多。目前作者队伍中，虽然有个别“待价而沽”者，但是就一般作者而言，乃是“需”方市场，而不是“供”方市场，这正是聪明的作者为什么写出好内

容的文章、还要精心制作标题的原因。

在刊物如林的今天，期刊编辑也同样面临着激烈的竞争。要把刊物办出自己的特色，使发表的文章或作品引起读者的阅读兴趣，就非在标题制作与编排上下一番功夫不可。《采写编》（1992.3）刊登一位编辑写的体会，题目是《给文章想个好标题》。他写道：“我在编《影视舞台》专版中，有相当一部分来稿的标题流于一般化。在编一篇题为：看法国喜剧片《难兄难弟》，我将这题改为：《法兰西式的幽默》，这样就加强了对文章主题的渲染，角度也较为新颖。我认为追求标题的精炼，不单是文字技巧问题，也是读者意识问题，要贴近读者，树立起为读者服务的观念。”现在有许多像这位编辑一样的办刊者，认识到改进标题制作与编排，是不断扩大读者群的良策。如果把编辑说成供方、读者说成需方的话，同样是“需”方的市场，而不是“供”方的市场。倘若刊物中的好文章或作品，都能配以出色的标题，并且设计精巧，使读者一见就能深深地印入脑海中，那么，这样的编辑就是具有读者意识的一流人才。

广大读者又是多么喜爱精美的标题呀！每当他们被一则动人的标题吸引住时，就会兴致勃勃地将文章一口气读完。一般人的阅读习惯是：“看书先看皮儿，看刊先看题儿。”随着读者文化和欣赏水平的提高，平平淡淡的标题就很难吸引住他们的视线，只有鲜明生动的标题，才能给他们留下美好的第一眼印象。

经济界专家袁宝华说：“企业管理报刊办得好不好，像在市场上一样，就要看你的服务对象的取舍，最终要决定于读者的取舍。读者认为你好，就争先恐后地订你的报刊，那就是办好了。我们必须有竞争意识，越是竞争激烈，越是进步得快。”（1992年6月1日在全国企业报刊第八次主编工作会议上的讲话）当然，任何一种期刊，在竞争中都是靠其整体质量好取胜的，而构成期刊整体质量的诸部分中，标题却是一个主要部分，作者与编辑绝不可忽视。

留下美好的第一眼印象

读者打开期刊，无论是浏览目录，还是翻看内文，首先映入眼帘的是醒目的文章标题，它能给读者留下第一眼印象。这印象是热切美好的，就可使读者产生阅读文章的兴趣，这印象是淡漠厌烦的，也就无意看内容了。一个刊名叫响之后，可以成为“永久”的，而一则标题受到赞赏之后，更多的标题还等待着制作，每期刊物的一则又一则标题都需要更新。

好文章靠作者呕心沥血撰写，好标题也要靠作者精心制作，作者对待标题是不遗余力的。因此，作者的文稿决定采用之后，其标题大都能被编辑看中，当然这需要编辑的慧眼。有的作者为了求得一则满意的标题，送给期刊社的文稿有时附上几则标题供挑选，编辑作比较时自然也需要费一番心思。与作者联系密切的编辑，有时候对期刊需要文章的具体要求，甚至连标题的考虑意见，都热心地告诉给作者，可以想见编辑所付出的心血。

可是，也有对待标题制作漫不经心的作者，写文章

前草草立题，写完文章后对题也不再推敲，就把文章匆忙寄往期刊社。因此，编辑在处理文稿中，为作者修改或另制标题的情形也不算少。编辑们感到这是件难度大的工作，对文稿需要仔细阅读和反复思索，还需要让新标题比原标题略胜一筹，如果没有“两下子”，是不敢揽这个活儿的。编辑阅读文稿时，应当将作者制作的标题记在心里，看看文稿的内容与标题是否吻合，还要推敲标题用字是否精当，而后才能确定要不要修改或另制。

鉴别修改标题的首要条件是编辑的思想政治水平。编辑应当认真钻研和运用马列主义基本理论，努力学习和掌握党的方针政策，严格执行国家关于期刊工作的各项规定，必须以这些理论政策为指导思想来识别和修改标题。前一个时期出现过标题和内容很坏的文章，也出现过文章内容虽没有过格的东西，但制作的标题却是荒诞离奇或低级下流的。编辑要充分估计到标题的思想影响。好的标题可给读者以鼓舞和力量，如《谁是最可爱的人》，至今读过这篇文章的人仍不忘这个动人心弦的标题，它使“最可爱的人”成为对中国人民志愿军最亲切的称呼和最崇高的赞誉。同样，坏的标题也会给读者以萎靡和消沉的影响。

编辑处理标题也离不开广博的知识。比如科技科普期刊编辑，对自然科学基本理论和主要门类的科学知识，都应当努力学习和掌握；社会科学期刊编辑，办哪门学科的期刊，应当对本学科知识研究得深些，对其他有关

学科知识也应有一定的了解；综合性期刊编辑的知识面应当更杂些、更广些。编辑既要做“专家”，又要做“通才”，才不致将知识性、学术性、专业性的标题改错。

标题的定义是概括生动说明文章的内容，不具备相当的文字水平很难达到这一要求。编辑必须掌握语法修辞知识，注意锻炼和提高写作能力，以便将作者制作的存有某些欠缺的标题修改得更加完美。当期刊同读者见面以后，发现标题的缺点和疏漏，虽然不一定是编辑所为，但读者对编辑的工作态度和业务能力却因此产生了怀疑，随之，由于扫兴而丢掉手中刊物的现象也就发生了。

眼下期刊中平庸、乏味的标题，甚至用词不当、不合语法的标题，不时地出现在读者眼前。缺乏新意、啰啰唆唆的标题自然会使读者“倒胃口”，在清清楚楚的大字标题上如果还留下文字或语法差错，在读者中传为笑话也就不奇怪了。

标题的比喻

标题即文章的题目或名字，是标明文章内容的简短语句。标题的英文是 head line，含有“行列的为首者”或“第一道界线”的意思，说明它是文章的为首部分，读者将最先接触它。由于标题的重要和引人注目，人们赋予它不少形象贴切的比喻。

标题犹如文章的“旗帜”。节日里五彩缤纷的旗帜，能招来欢乐的人群；精致的标题，也能引来众多的读者。正义的旗帜，代表着前进的方向，对人民具有强大的号召力和凝聚力；有鲜明思想内容的标题，体现着刊物的指导思想，对读者也能产生特殊的感染力和启发力。

标题好似期刊的“标志牌”。公园里的标志牌能为游览者指明如何到达自己欣赏和娱乐的地方；而标题也能引领读者寻找到自己感兴趣的文章。游览者没有标志牌的昭示，会感到扫兴；读者若无标题的指点，也会感到茫然而无从读起。

标题像文章的“橱窗”。商店的橱窗，用琳琅满目的

商品引发顾客的购买欲望。的确有这样的情形，橱窗里的商品有的是顾客想买的，自然会吸引注意；也有的不是顾客事先计划买的，可是被那五光十色的商品所打动，便兴致勃勃地买回家去。当一份期刊的那些惹人喜爱的标题，展现在广大读者面前时，同橱窗的作用一样，也会吸引住读者，其中可能是他们正在寻求的题目，一旦获得了它，自然要急切地阅读；也可能不是他们事先准备寻求的题目，但是由于标题的魅力，而对文章产生了阅读兴趣。

标题如期刊的“窗口”。装饰得十分美丽的窗口，窗门敞开着，透过它传送着喜讯；一则则标题正像期刊的一个个“窗口”，透过它将读者兴趣引进其中，去欣赏那些丰富多采的文章。生活的窗口，能使人们增进感情和友谊；知识的窗口，却能帮助读者增加智慧和力量。

标题好比文章的“导游”。观赏大好河山时，导游能以亲切的面孔和动听的语言，将参观者的兴头引向迷人的风景点；而标题也能以自身的优美和精巧，将广大读者导入阅读之中。

标题如文章的“眼睛”。如果将登载文章的版面比作脸面，那么标题就如脸上的眼睛。在端庄秀丽的五官中，眼睛多情而又漂亮，脸面就会好看起来；而精萃的文章，如果配上漂亮的“眼睛”，那“眼睛”就会以非常的穿透力，通过展示文章的蕴意和魅力，去拨动读者的心弦。这样的“眼睛”附着在文章上面，犹如画在寺墙

上的龙被“点睛”之后腾飞上天一样，也能在知识的长空翱翔。

有位同行说标题是顾盼流光的眼睛，虽无声而有情；是一双无形的手，拨动读者的心弦；是一对奋飞的双翅，传播信息于四面八方，形容得亦很生动。

标题的多功能

标题从文章的写作、编辑加工，到最后以刊物中的标题形式同读者见面，具有多种功能。

当作者撰写文章时，标题起着制约和指导写作的作用，就是说作者必须按照标题的含义和范围构思选材，必须扣紧标题下笔，绝不可“离题”。古人写文作诗是十分讲究命题的，清代著名书画家、文学家郑板桥曾说：“作诗非难，命题为难。题高则诗高，题矮则诗矮，不可不慎也。”（《板桥家书·范县署中寄舍弟墨第五书》）就是说，只有立意高的标题，才能指导作者写出上乘的作品。对作者来说，标题好还是差，给编辑和读者留下的印象是大不相同的。你写的稿，标题新颖，立即会引起编辑的注意，认为你的水平高，稿件就有了被采用的可能；反之，平庸的标题，不能引起编辑的兴趣，稿件极易被弃之一旁，作者也不会编辑心目中留下好的印象。在读者中的情况也是这样，一则好标题，会吸引读者看文章；一则差的标题，即使文章内容好，读者不看，也难发挥作

用。

当作者的文章送到编辑手里时，编辑又要根据标题的要求加工润色文章，将哪些与标题无关或可有可无的内容删去，或适当补充一些与标题相关的内容。可以说，标题是编辑修改文章的依据和标准。刊物中的优秀标题越多，读者对编辑的评价越高，印象越好。从这个角度说，标题又具有显示编辑水平和提高编辑知名度的作用。

当标题在期刊中出现时，其功能更为广泛，大体有下面几种：（1）统括全篇，点明要旨，将文章主题提示给读者。标题作为文章的题目或名字，就应使读者看到标题，便能立刻知道文章讲的是什么内容，无论是虚的标题、实的标题，还是虚实结合的标题（包括主副结合的标题），都应当做到这一点。当然，对于文艺作品的标题，不一定要直接反映内容，但也应做到概括得当，题文内在联系紧密，不可形成“两张皮”。（2）引发读者的阅读兴趣。读者打开期刊，习惯从标题寻找自己喜欢的文章，当然，一篇文章能否吸引读者，关键在内容如何，但是，标题制作得好或差，却对读者能否产生兴趣有直接影响。由此看来，优秀的标题有启发读者兴趣的作用，平庸的标题则有使读者扫兴的副作用。（3）使期刊版面美化。在现代期刊竞争中，美化版面已成为获胜的一个重要手段，而标题在美化版面中具有特殊的条件。标题处于正文之前非常显著的地方，可以使用漂亮的格式，可以选择醒目的字体，还可以用花边、图案等加以装饰。一

则则精巧美观的标题，点缀在各个页面，能为期刊增添迷人的色彩。（4）表现期刊的风格和特色。标题是期刊的“窗口”，通过标题来向读者展示刊物的风格和特色是不可忽视的方面。如果编辑制作和设计的标题具有这种风格和特色，就会使自己的刊物在读者心目中留下独特的印象。（5）为读者检索查阅提供方便。目录有检索查阅功能，标题也有检索查阅功能，有些读者习惯从翻阅标题来寻找自己需要的文章。

作者和编辑对标题的这些功能，必须熟练地掌握起来。