

NEWS



冯印谱 著

新闻标题

制作100招

总结 20 年做标题经验 / 集纳 100 种标题类型 / 精选 1000 个标题范例

新闻标题 制作100招

冯印谱 著



总结 20 年做标题经验 / 集纳 100 种标题类型 / 精选 1000 个标题范例

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻标题制作 100 招 / 冯印谱著. —广州: 南方日报出版社,
2006

ISBN 7-80652-551-3

I. 新... II. 冯... III. 新闻写作—标题 IV. G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 085884 号

新闻标题制作 100 招

冯印谱 著

出版人: 丘克军

出版发行: 南方日报出版社

地址: 广州市广州大道中 289 号

电话: (020) 87373998-8502

经销: 全国新华书店

印刷: 佛山市浩文彩色印刷有限公司

开本: 889mm×1194mm 1/32

印张: 9

字数: 234 千字

印数: 1-6000 册

版次: 2006 年 12 月第 1 版

印次: 2006 年 12 月第 1 次印刷

定价: 18.00 元

投稿热线: (020) 87373998-8503 读者热线: (020) 87373998-8502

网址: <http://www.nanfangdaily.com.cn/press> <http://www.southcn.com/ebook>

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

捻须数茎做标题 简短文字大学问

（代序）

一、做标题的趣事

20 世纪 30 年代，一位刚跨进报馆的年轻编辑某日选编地方新闻时，看到一条描写山东抱犊崮风光的长篇通讯，他立刻联想到几年前这里曾发生过震惊中外的孙美瑶劫匪案，突发灵感，给稿件做了两行标题：

仙境？匪窟？

抱犊崮风景旖旎

总编辑看小样时，脱口称赞：“好题目！”

这位年轻编辑名叫徐铸成，对他制作的标题大加赞赏的是时任《大公报》总编辑的张季鸾。

当时大公报馆有一个制度，主要标题一定要留给总编辑亲自制作。《大公报》香港版纪念“八一三”一周年，本港新闻版头条是报道香港、九龙市民为抗战捐献的消息。当晚，总编辑张季鸾看大样，觉得原标题文字太啰唆，信手提笔把它划去，写上两行十四个字的标题：

可歌可泣“八一三” 人山人海献金台

果然出手不凡，文字生动活泼，掷地作金石声。

抗战胜利后，已担任上海《文汇报》总编辑的徐铸成，某晚值夜班，看见一位年轻编辑出于正义感，把一篇“中央社”的稿件扔入废纸篓中。他随手捡起一看，原来是一篇国民党军方公祭军统特务头子戴笠的消息。徐铸成略一思索，在稿件上加了一个标题：

戴笠精神不死

然后把这篇稿件安排要闻版上，跟国民党压制工潮和绑架学生等新闻处理在一起。这个标题既没有脱离原稿的内容，又使得延伸和隐含的意义不言自明：虽然特务头子戴笠死了，但国民党的特务活动并没有随着戴笠的死去而取消。第二天见报，读者看了心领神会；国民党官员看了，也只能啼笑皆非，寻不出任何找茬打压的理由。

抗战时期，重庆《新民报》不仅刊登大量社会新闻，而且对新闻标题的制作尤为讲究，报纸越来越受到读者欢迎。某日，新闻版编辑张友鸾看到一篇反映市场商品销售的消息，联想起逃到重庆的许多难民露宿街头、忍饥挨饿的情景，做了一个对比性标题：

难民不能求一饱 银耳参茸大畅销

某次遇到一条为前线军人征募寒衣的新闻，张友鸾借用诗词小令，随手做标题，却是文采飞扬：

西风紧 战袍单 征人身上寒

而另一条反映重庆物价飞涨，街上的烧饼、油条都越做越

小的消息，编辑程大千想起著名词人蒋捷的词句，翻新做题：

物价容易把人抛 薄了烧饼 瘦了油条

同样是在抗战时期，某地一个国民党县官天天叫嚷要老百姓“有人出人，有钱出钱，节衣缩食，支援抗战”。这年清明节，县官给他母亲扫墓，竟然利用职权动用车队浩荡示人，并在府上大摆宴席，还要当地报馆记者予以报道。老百姓怨声载道，又岂奈他何？报馆总编迫于压力，不得不编发此扫墓消息，但巧妙地用“国骂”制作了个标题：

某某县长扫他妈的墓

第二天见报，读者看了拍手叫好，连称解气；县官看罢直气得撅胡子，却又哭笑不得。

一个新闻标题虽然看起来字数寥寥，但倘若做好了，不仅能准确体现编辑思想，传神达意，吸引读者，而且能提升报纸品位，扩大报纸的影响力。

二、做标题的甘苦

1982年我从复旦大学新闻系毕业后分配到山西日报社，至今在新闻采编岗位上摸爬滚打了20多年。在晋中、太原、吕梁三个记者站工作的8年中，每每写作一篇稿件，最后常常为做一个标题发憊。稿件见报后，我总要反复学习揣摩经部主任、总编辑这些幕后英雄修改过的标题，从中体悟做标题的诀窍。

某次采写一篇被称作“太原市牧马人”的张剑浩事迹的通讯，他虽在大陆历次政治运动中饱受冤屈，仍不顾父亲的挽留从美国回来报效祖国。当时苦思冥想了“祖国，母亲！”、“抉择”等10多个标题，后经领导修改定为：

在太平洋两岸的抉择

文字准确，富有文采，至今难忘。

有一次在山西省孝义市报道农村青年张继光、张继荣兄弟俩抢救一名落水儿童，弟弟张继荣英勇献身的事迹，采访结束连夜写完通讯，我感动得泪落稿纸，忽然一个标题进出脑海：

光荣！张家兄弟

“光荣”二字既是肯定和赞叹，又巧妙嵌入兄弟俩的名字，这“神来一笔”让我兴奋不已。总编辑审稿一字没改见报，读者连连叫好，我更是喜不自胜。

某次受总编辑派遣奔赴山西省陵川县采写关于锡崖沟群众修路的通讯，连路途往返、采访、写作共用了 5 天时间，完稿后身心疲惫，有点文辞枯竭“江郎才尽”之感，通讯的主题副题拟好后，实在想不出好的小标题，愁苦中灵机一动，借用 3 句熟悉的歌词做成小标题：

再也不能这样活，再也不能这样过
要生存，且把泪擦干 走过去，前面是个天
在那桃花盛开的地方 有我可爱的家乡

稿件见报后较为轰动，当时的山西省委书记胡富国在常委会上表扬稿件写得好，山西省委原书记陶鲁笏夸赞稿件写得“很生动”，并剪贴保存。不少读者尤其认为 3 个小标题表达准确，文采斐然，感情充沛，岂不知是我困窘中“偷”来的。

三、做标题的规律

2003 年 8 月，我通过竞聘担任了三晋都市报社长兼总编辑。我们报社社委会一班人率领采编人员经过三年时间的顽强拼搏，把一份当时仅为周一刊、发行数千份的子报，打造成周

六刊、发行突破 20 万份、在山西省较有影响的报纸。单从编辑业务来说,《三晋都市报》除了新闻理念的创新及其他方面的特色外,在新闻标题制作上也做了不少探索和创新,别具特色的标题是我们区别于其他报纸的一大亮点。《三晋都市报》的标题不仅在读者中赢得好评,而且引得一些新闻媒体竞相效仿。

如果说在报社当记者、当编辑、当主编、当主任时,还有时间把制作标题的“足球”踢给总编辑的话,当总编辑就再也没有退路了,因为他负责的是报纸付印的最后一关。所以,说“总编辑定标题,字字千钧”,一点也不夸张。

我们开创了要素型做题方式,如本书中提到的,我策划了一篇新闻故事连载,制作的标题是:

一个丧心病狂的男人 一个忍辱含冤的女人
一个好逸恶劳的弟弟 一个人性泯灭的姐姐

“三奶”杀“二奶”奇案

引题和主题隐含着许多悬念,紧紧吸引读者阅读稿件。

我们开创了新闻特稿采用地名型制作标题的方式,视野开阔,含义深远。如:

文明哲:血洒山西抗战疆场的朝鲜人 山西男儿在非洲喜戴联合国“和平勋章”

我们开创了给一版新闻导读制作标题的导读标题形式,新鲜活泼,赏心悦目。如:

意外之祸 (导读标题)

意大利一游客死于“8·27”交通事故 (导读)

夫唱妇随 (导读标题)

村委主任诈骗 丈夫帮了倒忙 (导读)

恶贯满盈 (导读标题)

临汾“毒蝎帮”烟消云散 (导读)

八仙过海（导读标题）

哪些行业收入高？高校教师榜上有名（导读）

疑窦丛生（导读标题）

北大高考录取涉嫌重男轻女（导读）

一箭双雕（导读标题）

山西名校“才”“财”兼得（导读）

唐代诗人卢延让谈到做诗时有一句“吟安一个字，捻断数茎须”，制作新闻标题虽然没有诗人那么悠闲、那么充裕的时间锤词炼句，但“捻断数茎须”的甘苦和追求却是相同的。

作为总编辑——

三年来，每天审稿签样常常为确定一个好标题左右比较反复推敲；

三年来，编务繁忙迫使我挤时间学习钻研制作新闻标题的技巧和规律；

三年来，我多次联系实际给本报记者编辑讲授如何制作新闻标题，尽快提高他们的业务素质。

于是，集腋成裘，我收集了上千条全国各大报纸的好新闻标题；

于是，条分缕析，我归纳出制作新闻标题的一些规律性方式；

于是，案牍劳形，我撰写出这本突破常规的新闻标题学著作。

在本书撰写过程中，三晋都市报社编委兼编辑中心主任郑彩霞同志对初稿的标题分类提供了许多建设性意见，并对每一章节做了大量的文字修改和润色工作；网管员张大帅同志多次帮助编辑打印书稿；南方日报出版社责任编辑丁莺、阮清钰同志为促成本书的出版做了大量的幕后工作。可以说，没有他们的付出，就没有本书的诞生。在此对他们的辛勤劳动深表诚挚的谢意。

倘若这本书能给各种新闻媒体的记者、编辑、主编、主任及总编辑，能给新闻院校的学生和新闻爱好者，能给其他文字工作者以启迪和帮助，我愿足矣！

冯印谱

2006 年 4 月 16 日写于三晋都市报社

报海撷题度金针

——作者提交的一份“供状”

偶与一些记者和编辑朋友交流，往往会听到一些叫苦声，其中一项就是做标题难。言下之意，那自然是极希望有一本能够供他们参考的案头书。可是据编辑所知，此类书在市场上也是不少的，但在他们看来，或者过于理论，实操性不强；或者用来作范例的标题过于陈旧，跟不上形势……总之，是很少能入其“法眼”的。

今年6月份，我们收到了三晋都市报总编冯印谱先生《新闻标题制作100招》的书稿。于是，那些朋友所提供的意见便成了我们的判断标准：此书稿是否具有实操性？是否选取了新的标题作为范例，这些新的范例是否具有典型性？此书的亮点在哪里？这些亮点是否真正适用于新闻从业人员？是适用于所有的新闻从业人员还是仅限于一部分都市类报纸的从业人员？总之，实用性与创新性是我们考察的主要内容。

对此，冯先生向我们提交了一份满意的“供状”。

编者：是什么原因促使您这么多年来关注新闻标题的制作和研究？你觉得国内或者国外关于新闻标题研究的专著主要特点是什么？而您这本书最大的特色在哪里？

作者：我对新闻标题学感兴趣并收集资料加以总结完全是新闻实践逼出来的，尤其是在担任三晋都市报总编之后，几乎每天都有不少重要标题需要我当场拍板定夺，没有了后退的余地。我在复旦大学读的是新闻系，在报社工作20多年，当了8年记者，然后就是当部主任给他人做“嫁衣裳”，其中改标题做

2 · 新闻标题制作 100 招

标题一项最为犯愁。

为了做好标题，我看过不少像张季鸾、徐铸成等新闻界前辈改写标题的故事，阅读过不少标题学方面的书，像中国人民大学新闻学院刘保全老师编著的《新闻标题制作经验荟萃》就在案头常备。我感觉，已出版的一些标题学著作可能受写作年代的局限，强调思想性和修辞学方面的比重多一点，思维较为传统，现在读来跟我国飞速发展的报业形势已极不匹配。

如果说我的这本新闻标题学著作有一点新意的话，那就是除了继承前人的研究成果外，最大特色是拓宽了做标题的视野，增强了时代感，增加了不少媒体尚在探索但已被读者超前接受的标题制作类型。如标点型，过去标题忌讳用标点符号；算式型、小品台词型等等，都较为前卫、时尚、新潮。

编者：我们发现，您所列举的标题（好标题）中，有相当部分是出自《三晋都市报》的，这是否有点王婆卖瓜，自卖自夸的意思？

作者：这个问题有意思。王婆卖瓜，首先看她卖的是什么瓜。本书中列举的标题，绝大多数取材于在全国有影响的都市类报纸，如《羊城晚报》、《钱江晚报》、《北京青年报》等，即便是《三晋都市报》的标题，也是在吸取别家报纸好标题的基础上，通过学习、借鉴、移植、杂交结出来的瓜，相信读者会有鉴赏力。当然，由于涉猎报刊有限，难免挂一漏万，敝帚自珍，但我的用心只在于启发读者做标题的思路而已。

编者：您所从事的是都市类报纸，是否会使得所做标题的风格、类型跟其他报纸并不尽相符？或者说这样制作标题的套路、标准能否适用于其他类型的报纸？

作者：十多年来纸质媒体纷纷改革，随着第一份都市类报纸《华西都市报》的问世，全国都市类报纸纷纷崛起而走向市场，深受广大读者的喜爱。除内容与版面的大幅变革外，其中新闻标题新鲜活泼，文采飞扬，富有感情，起到了重要作用。

既然如此，其他报纸为什么不可以放下架子，向都市类报纸学习呢？至少制作新闻标题不必那么拘泥、死板、干巴巴的、冷冰冰的，除非你执意不想吸引读者眼球。

20 世纪 50 年代，毛主席参观我国生产的第一辆东风牌小轿车，不少报纸做的标题都比较“正”，什么视察啦，参观啦，当时《文汇报》做的标题就很有特色：“毛主席含笑乘东风”，瞧，神态、情感、气魄、文采顿现。为什么今天一些报纸反倒缩手缩脚起来了呢？

编者：您书中所总结的新闻标题类型似乎只是对标题的鉴赏，是否对真正的新闻从业者有直接、立竿见影的指导作用？

作者：2006 年 6 月 30 日，《中国新闻出版报》在二版显著位置刊文《新闻必须当家 内容理应为王——三晋都市报迅速崛起纪实》，介绍了《三晋都市报》在不到三年时间，由一份发行仅数千份的周报发展成为发行量突破 20 万份、在全省产生较大影响的日报的经验。我们开创的一版“导读标题”不仅受到读者的好评，而且吸引了不少媒体竞相效仿，我曾听几位县委宣传部部长亲口夸赞“导读标题”耐人寻味。据央视读者调查，《三晋都市报》有一项指标是读者传阅率高，这一切都跟我们精心制作新闻标题有着很大关系。更有读者直言不讳地说，我们的标题在同城媒体中是最具特色的。记得有一天值夜班，我看见报社一位部主任翻阅笔记本满头大汗在忙碌，过去一问，他说正寻找我白天讲的标题类型模仿套用哩。现在，我们报社不少编辑记者已经能够驾轻就熟地运用其中不少类型制作标题。

方便、易学、实用，也许正是这本新闻标题学著作的一大亮点和可推崇之处。

编者：编辑记者做一个好标题，不仅需要技巧，也需要丰富的见识。在您看来，这两个因素各起到什么样的作用？

作者：我一直认为做新闻标题需要一定的技巧，就像做其他事情也需要技巧一样，掌握技巧能够使编辑记者在很短时间

内做出好的标题。新闻工作者要当杂家。写新闻编新闻涉及的领域很广，需要具备多方面的知识，国内的国外的，历史的当代的，文科的理科的，见识往往建立在丰富的知识之上，这样看一则新闻才能视野开阔，独具慧眼。技巧和丰富的见识两者是相辅相成的，是制作好标题的两个翅膀。不久前著名乒乓球运动员刘国梁结婚，《钱江晚报》做的标题是《“瑾玉梁缘”——刘国梁与王瑾的爱情传奇》，如果编辑没有读过《红楼梦》，就不会想到“金玉良缘”这句名言；如果不懂技巧，就不会运用像本书归纳的名言型、谐音型和嵌名型等方法。

编者：您觉得做标题最大的忌讳是什么？

作者：这个问题我在本书论述中陆续点到过。一个新闻标题最忌讳的是：用词用语不准确，容易让读者产生疑义，甚至意思截然相反，造成不良后果；主题不鲜明，容易给读者模棱两可和含义不清的感觉；用词标语化程式化，淡而无味让人生厌；言而无物，容易让读者不知所云，激发不起阅读兴趣；卖弄词藻，容易给读者哗众取宠之感；板起面孔，正襟危坐，容易造成居高临下远离读者，缺乏感情交流和沟通的印象。

我们决定出版这本书，便是基于以上“供状”与本书稿的相互参证所作的判断。此书稿的创新是可见的。首先在于对制作“型”的总结，全用 8 字来概括，形式整齐美观，富有气势，且概括精当，显示了作者长期制作标题以来遣词造句的功底。其次，这些标题的好坏与否是经过实践检验的。因为冯印谱先生主持的《三晋都市报》不到三年时间，就由一份发行仅数千份的周报发展成为发行量突破 20 万份、在全省有较大影响的日报。而“这一切都跟我们精心制作新闻标题有着很大关系”。冯印谱先生自己既是一个见证人，更是一个主要的参与者。

感谢冯先生，他愿意把这些“金针”度与人，并且在茫茫报海中，披沙拣金，为读者撷取出近年来各报的精彩标题，除了自家的“宝贝”之外，还收集了目前国内一些成功报纸如

《钱江晚报》、《北京青年报》、《羊城晚报》等的精彩标题，并一一讲解点评，言虽寥寥，却中肯綮，没有画蛇添足之感，也没有故弄玄虚之嫌。

操千曲而后晓声，观千剑而后识器。希望这本集结了 1000 例精彩新闻标题的《新闻标题制作 100 招》能够让新闻从业者不但“晓声”、“识器”，在实际操作中能够真正应用，而且从中得到一项美的享受，艺术的享受，那应该是编者和作者的最大心愿。

2006 年 9 月

目录

捻须数茎做标题 简短文字大学问（代序） / 1

报海擷题度金针——作者提交的一份“供状” / 1

烘托法——巧选视角烘托场面 / 1

1. 气势型——“国是”招来责问纷纷 / 2
2. 事件型——和平之旅如何出题 / 4
3. 虚实型——红场阅兵万众瞩目（一） / 6
4. 细节型——重大事件细微见情 / 8
5. 化庄为谐型——重大新闻幽默风趣 / 10

共鸣法——巧动情感拨动心弦 / 13

6. 感情型——情满笔端感染读者 / 14
7. 抒情型——情到深处笔下生香 / 16
8. 感叹型——一声叹息几番奈何 / 18
9. 气象型——风霜雨雪字字关情（一） / 19
10. 象声型——诸多感情融注其中 / 21
11. 石破天惊型——吞刀吐火震惊读者 / 23
12. 亲切型——温情脉脉暖意融融 / 27

借衬法——巧借名实炫出声色 / 31

- 13. 名句型——引发联想余韵绵长 / 32
- 14. 显著型——名人名地吸引眼球 / 33
- 15. 借名型——请来名人为我贴金 / 35
- 16. 书名型——读者熟悉灵活运用 / 37
- 17. 嵌名型——鲜活醒目效果昭然 / 40
- 18. 名篇型——直接套用魅力无穷 / 46
- 19. 镀金型——借来招牌壮我行色 / 47

符号法——巧拿符号代言代行 / 51

- 20. 数字型——几相对比反差强烈（一） / 52
- 21. 数字型——强化内容深化主题（二） / 54
- 22. 算式型——加减乘除代替文字 / 57
- 23. 标点型——冲破禁忌风景别致 / 58
- 24. 问号型——提出疑问叩击心灵 / 60

修辞法——巧以修辞传情达意 / 63

- 25. 重复型——话说三遍味道愈浓 / 64
- 26. 短句型——抑扬顿挫富有节奏 / 68
- 27. 重叠型——字词重叠意义翻新 / 70
- 28. 排比型——一气呵成铿锵有力 / 74