

21

世纪新闻传播学研究丛书

刘路著

新闻 标题论

档案
新闻

中国社会科学出版社

21

世纪新闻传播学研究丛书

主编：刘路

刘路 著

新闻标题论
性密总
新闻

社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

新闻标题论/刘路著. —北京:中国社会科学出版社,
2002. 5

(21世纪新闻传播学研究丛书)

ISBN 7-5004-3358-1

I. 新… II. 刘… III. 标题(文献)—新闻工作:
编辑工作—研究 IV. G213

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 023343 号

责任编辑 学文
责任校对 石春梅
封面设计 任菊华
版式设计 李建

出版发行	中国社会科学出版社		
社址	北京鼓楼西大街甲158号	邮编	100720
电话	010-84029453	传真	010-64030272
网址	http://www.csspw.com.cn		
经销	新华书店		
印刷	北京新魏印刷厂	装订	丰华装订厂
版次	2002年5月第1版	印次	2002年5月第1次印刷
开本	850×1168毫米 1/32		
印张	10.625	插页	2
字数	248千字	印数	1—1500册
定价	22.00元		

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换
版权所有 侵权必究

总 序

刘 路

新闻学、传播学无疑是当代社会文化领域中的显学。当人类迈入这个信息经济和知识经济占主导地位的新的世纪，新闻传播已渗透到社会生活的各个角落，构成了社会文明的万千气象。然而，面对日新月异的新闻传播景观，面对新闻传播业由功能性扩张向跨行业扩张、由媒体兼融、文体兼融向社会全方位综合发展渐成趋势，理论研究却并非那么显眼和显赫。究其原因，窃以为，一是所谓的“新闻无学”偏见长期禁锢着人们的头脑；二是传播学引进时间太短，本土化建设不足，泛传播学现象严重，并难以影响实践，因而呈现出研究动力不足、内容不深、角度不新的被动局面。

新闻传播教育是为媒体产业培养人才的。展望 21 世纪的新闻传播教育，无疑将呈现出开放、多元、迅疾、综合等趋势。显而易见的是，它与媒体市场的结合越来越紧密，与文、理、工交融的走向越来越明显，它冲破国界、全球化的联系越来越便捷。陕西师范大学新闻与传播学院是西北地区第一所学科齐全、文理融合、集人才培养和理论研究为一体的新闻与传播学院。在这个教师近百、学生过千的学院里，有一批功底扎实，又有学术锐气的

中青年学者，他们整体的素质和学术造诣较高，新闻学、传播学的专业知识比较全面，学术视野比较宽阔，研究方法相对先进。特别是他们具有大新闻观念、广泛涉猎了电子传媒的新闻经验，不囿于报学之一隅，在关注理论与教学的同时，对新闻、传播的最新发展相当敏感，从不放松与实践的联系，因而，他们的研究，总能显示出理论智慧对实践意义的思考，一般都具有取精用宏、探骊得珠的特点，其中南长森的敏锐思辨，高有祥的沉潜蕴藉，田大宪的隽永淳厚以及鲍海波智性的思考和知性的怡情，都显示出他们学术研究的文化风貌。

《21世纪新闻传播研究丛书》的学术价值，具体说来，我以为体现在以下几个方面：

从文化批评的视点观照、分析了新闻传播的本质、过程及相关因素，以及媒介文化形态等诸多理论；

摆脱了新闻编辑研究重术轻学的惯常研究方法，完善了新闻编辑学的理论构架，提升了新闻学研究的思辨性与学理性；

提出了“规范口语是具有书面语言色彩的口语化语言”的见解，对最新的国内外重大新闻事件的报道方法，进行了富于学理性的评析；

立足于当代中国的实际，系统地分析了舆论监督的理论建构、运作机制、特点、规律、操作障碍与认识误区；

……

处在新世纪的中国学术研究缺什么？可以说什么都缺，但我以为，最缺的还是思想和见解，以及那种踏踏实实进取，孜孜矻矻创造、力学自我突破的人生姿态。陕西师范大学新闻与传播学院几位中青年学者针对当前新闻学、传播学实践向理论研究提出的挑战，做出跨度较大而又自成一体的研究，堪称一次郑重而又及时的学术回应。读他们的书稿，感到兴味盎然，乐不可支。忝

为这个学院的院长，我的眼前油然显示出一片旖旎的春光，令人感佩，催人勃发，有这样一批才俊，我们学院的发展，是不可限量的！

是为序。

2002年元月10日

目 录

第一章 绪论：新闻标题研究的对象、方法和意义·····	(1)
第一节 新闻标题研究的对象·····	(1)
一、印刷媒介新闻标题·····	(2)
二、电子媒介新闻标题·····	(7)
三、网络媒介新闻标题·····	(12)
四、通讯社新闻标题·····	(13)
第二节 新闻媒体标题研究的方法·····	(14)
一、系统论方法·····	(14)
二、信息论方法·····	(20)
三、辩证思维方法·····	(24)
第三节 新闻标题研究的意义·····	(29)
一、研究新闻标题符合新闻传播规律·····	(29)
二、研究新闻标题符合受众心理规律·····	(33)
三、研究新闻标题符合媒体兼融的趋势·····	(36)
四、研究新闻标题符合新闻表现手法亲和的趋势·····	(38)
第二章 新闻标题起源论·····	(41)
第一节 报纸新闻标题产生及发展历程·····	(41)
一、报纸新闻标题的产生及发展·····	(41)
二、中外报纸新闻标题产生比较·····	(50)

第二节 广播电视新闻标题产生的历史背景	(55)
一、几种力量的影响	(56)
二、新媒介特质的发挥	(60)
三、广播电视新闻标题出现的其他背景	(71)
第三节 网络新闻标题产生的现实基础	(77)
一、媒体兼融的现实基础	(77)
二、注意力经济的现实基础	(81)
三、现代信息技术的现实基础	(85)
第三章 新闻标题本质论	(90)
第一节 标题即新闻的理论阐发	(90)
一、逻辑学角度	(90)
二、语言学角度	(96)
三、传播学角度	(100)
第二节 中外标题即新闻举隅	(104)
个案分析之一：再明白不过了——报纸标题 即新闻透析	(104)
个案分析之二：封面与报道	(112)
个案分析之三：“这简直就是配有图像的新闻标题” ——简报型新闻节目分析	(116)
个案分析之四：只看见了标题——网络新闻分析	(121)
第三节 标题即新闻反映了新闻传播规律	(124)
一、标题即新闻反映了新闻信息处理的规律	(124)
二、标题即新闻反映了受众心理与行为的规律	(128)
第四章 新闻标题功能论	(132)
第一节 提示新闻的内容	(132)
一、概括新闻事实	(132)
二、突出新闻事实	(139)

三、浓缩新闻精华·····	(143)
第二节 评价新闻内容·····	(144)
一、评价新闻的作用·····	(144)
二、标题评价新闻的方法·····	(148)
第三节 吸引读者阅读新闻·····	(155)
一、受众的视读心理·····	(156)
二、标题的吸引作用·····	(162)
第四节 体现风格 美化版面·····	(168)
一、标题在体现版面风格中的作用·····	(169)
二、标题美化版面的审美标准·····	(170)
第五章 新闻标题特点论·····	(174)
第一节 体现新闻的事实性·····	(174)
一、事实性是新闻标题的主要特征·····	(174)
二、如何标出事实·····	(179)
第二节 标出新闻的动态性·····	(184)
一、标题通过反映最新的情况和即将发生的情况 展现动态·····	(184)
二、标题表现新闻动态感的几种方式·····	(187)
第三节 新闻标题与文学作品标题比较·····	(195)
一、新闻标题与文学作品标题对事实性的要求不 同·····	(195)
二、新闻标题与文学作品标题在形式及语言上的 区别·····	(197)
第六章 新闻标题结构论·····	(202)
第一节 新闻标题的结构称谓·····	(203)
一、主题·····	(203)
二、引题·····	(205)

三、副题·····	(211)
第二节 新闻标题的结构关系·····	(213)
一、引题与主题的关系·····	(214)
二、主题和副题的关系·····	(219)
三、引题、主题和副题之间的角色转换·····	(222)
第三节 新闻标题的表现形式·····	(224)
一、报刊新闻标题与版面字体符号·····	(225)
二、广播电视新闻标题与其表现形式·····	(227)
三、网络新闻标题与其表现形式·····	(231)
第七章 新闻标题制作论·····	(232)
第一节 新闻标题制作的信息采集·····	(232)
第二节 新闻标题制作的思维方式·····	(240)
一、逻辑思维·····	(243)
二、形象思维·····	(248)
第三节 新闻标题制作的艺术手法·····	(250)
一、叙述与描写·····	(251)
二、各种修辞格在新闻标题中的使用·····	(263)
第八章 新闻标题的比较与鉴赏·····	(276)
第一节 新闻标题对各种文化样式的借鉴与吸收·····	(276)
一、借鉴内容·····	(277)
二、借鉴方式·····	(283)
第二节 外国新闻标题的特点及鉴赏·····	(286)
一、外国新闻标题特点概说·····	(286)
二、外国新闻标题的特点与鉴赏·····	(287)
第九章 新闻标题发展论·····	(296)
第一节 新闻标题新形式的出现·····	(296)
一、提要题·····	(296)

二、插题.....	(305)
三、栏目题.....	(310)
四、“编者按”	(311)
第二节 多媒体走向融合的新闻标题发展趋势.....	(315)
一、新闻标题倾向于通俗化、大众化.....	(315)
二、标题用词抢眼有力，整个标题富有新意和冲击力，可以很好地引发受众的兴趣和注意力.....	(317)
三、精练简洁的主题大受欢迎.....	(319)
四、辅题有加长的趋势.....	(320)
五、标题新闻将成为今后新闻标题发展的重头戏.....	(322)
 后记.....	 (324)

第一章

绪论：新闻标题研究的对象、 方法和意义

作为一种研究，通常意味着对这一主题进行系统的调查与分析，而不是随意地陷入一堆资料之中，因此，我们对新闻媒体标题的研究首先就要阐明我们所要研究的对象、方法和意义，它将使我们这一主题的把握在开始就进入到一种有序的、系统性的状态中，而不至于面对如大海般无尽的资料手足无措。同时，在具体深入的探讨之前对研究主题作以清晰勾勒，也是我们的研究得以继续下去所要迈出的第一步。

第一节 新闻标题研究的对象

新闻传播活动是一种信息交流沟通的社会活动，它属于信息传播范畴。我们都明白，信息的传播离不开媒介，媒介是信息传播的基本要素之一。所谓媒介，即介于信息传播过程中传播者与受传者之间的“中介物”，是传播信息符号的物质载体。新闻媒介，就是以传播新闻信息符号为主的物质载体，指专门传播新闻信息的各类媒体，如报纸、广播、电视、通讯社、新闻杂志、电子报纸等。

因此，概括地讲，新闻标题研究的对象就是以各类新闻媒介为基础，研究它们所传播的新闻标题的本质、功能、特点、制作、传播、发展趋势等问题。为方便说明，我们将新闻标题分为三类：印刷媒介新闻标题、电子媒介新闻标题、网络媒介新闻标题。

一、印刷媒介新闻标题

印刷媒介以印刷品为其传播信息的物质形态，主要包括报纸和杂志。

报纸新闻标题

1. 报纸的现状

现代报纸，以刊载新闻和新闻评论为主，定期出版，面向大众连续发行，并一般以散页形式公开发行。在报纸产生之初，内容单一、读者群狭小，一般只有贵族式官员才能看到，但随着社会的进步，技术的提高，报纸内容日趋丰富，种类日趋多样化，其读者群体也迅速扩大，报纸成为现代社会与广播、电视并列的“三大媒体”之一。

在西方，从17世纪到18世纪，英、美、法等国先后爆发了资产阶级革命，革命期间，报纸获得了空前的发展，各种各样具有鲜明倾向性和政治性的报纸纷纷涌现，成为新兴资产阶级反封建、反教会的强大宣传武器和舆论工具。随着资产阶级革命的胜利和以后工业革命的实现，信息传播领域的发展之快令我们惊讶：1805年，发明浇铸铅版工序；1814年，蒸汽机用于印刷，发明滚筒式印刷机；1838年，发明摄影术；1837年，发明电报；1847年，发明轮转印刷机；1853年，发明木浆造纸；1857年，建成第一条横跨大西洋的海底电报电缆；1886年，发明自动排版机……

前所未有的物质条件，为报纸的大众社奠定了坚实的基础。19世纪三四十年代，西方许多国家相继进入“大众社报纸”时代，报

纸便深刻而全面地影响着整个人类社会的发展，改变着人们的生活方式与思维方式。

我国的现代报业发展在十一届三中全会之后出现了空前繁荣的局面。据统计，从1980年1月至1985年3月，平均每一天半就有一家新报纸诞生。1997年底，我国各级各类报纸共2149家，期发行总数为18258万份，形成了一个由全国性报纸、地方性报纸、专业性报纸组成的巨大的报纸构成。

主要国家报纸简介：

美国：

《纽约时报》，美国最有权威，最受尊重的报纸，1851年9月16日创刊，原名为《纽约每日时报》，日发行量100多万份。

《华盛顿邮报》，1877年创刊，发行量100万份左右。

《洛杉矶时报》，美国西部发行量最大的报纸，1881年创刊，注重国际新闻报道。

英国：

《泰晤士报》，英国历史悠久，影响力最为深广的报纸。

《每日电讯报》，英国发行量最大的全国性报纸，目前日发行量超过100万份。

《卫报》，原名《曼彻斯特卫报》，1959年改为现名。

《世界新闻报》、《金融时报》等报纸也很知名。

日本：

《读卖新闻》，日本发行量最大的报纸，据1992年统计，早报发行量977万份，晚报发行量490万份。

《朝日新闻》，拥有独立的新闻采访网络，版面严谨、知识性强。

《每日新闻》、《日本经济新闻》、《户经新闻》均为发行量上百万份的大报。

我国当代主要报纸：

《人民日报》，中共中央机关报，发行量 213 万份，连同华东版、华南版、海外版发行量达 300 万份。

《解放军报》，中共中央军委机关报，发行量 48 万份。

《光明日报》，以科学、教育为主要报道内容，面向知识分子群体，发行量 33 万份。

《经济日报》、《工人日报》、《中国青年报》、《参考消息》等都是全国性大报。

2. 报纸新闻的传播手段与特点

报纸属于印刷媒介，它是凭借一系列印刷出的视觉符号作为传播手段来传播新闻信息，包括版面与文体。版面是报纸刊登各种新闻、评论、图片、广告和其他文章的地方，是报纸最基本的信息载体和传播手段，它由报头、报点、头版头条、电头、中缝、字号、字体、栏、标题、图片等因素综合构成。文体是文字符号的组织方式，是各种表达信息的形式，报纸就是通过消息、通讯、特写等不同文体，围绕着传播新闻信息的宗旨，进行传播活动。

报纸的特殊的传播手段也就决定了报纸的传播特点：

保存性强 报纸作为印刷品，它的保存性要远远大于电子媒介与网络媒介。报纸也是生活的忠实而广泛的记录，正因如此，人们才称之为“历史的百科全书”。

选择性强 阅读报纸，对于读者来说，选择性很强，人们可以不受外在因素的限制，根据自己的习惯、爱好、时间来进行选择性阅读。

便于深度报道 作为以文字符号来进行传播的报纸，它可以发挥文字的优势，对问题进行深入的挖掘和高度的抽象，从而对新闻事件进行深度报道，说明事件的来龙去脉，解释事件的前因后果，预测事件的发展趋向，这都是报纸与电视竞争中的优势

所在。

3. 报纸新闻标题

报纸新闻标题指报纸上新闻、评论及其他文章的题目，一般特指新闻题目。在结构上有单一结构和复合结构两种。单一结构具有主题，复合结构不仅有主题，而且还有引题、副题，或引题，副题都有。

报纸新闻标题以简短的文字、醒目的形式、强烈的视觉冲击将新闻中最重要，最有新闻价值的内容揭示给读者，让读者通过标题就可以立即大致把握新闻内容以便选择阅读、节省时间。标题制作是一门艺术，精彩的标题往往可以激发读者的阅读兴趣，增加新闻传播的力度和有效度。同时，标题还反映出一种导向、角度和对新闻事件的理解与评价。

报纸新闻标题研究的重要性与必要性我们都明白，可是对其研究的步伐却没有迈出多远。现在对于报纸新闻标题的研究一般停留在对标题结构与功能的认识和对标题制作艺术的指导下，在研究的方法上没有有意识的选择和系统化，对于标题的本质、鉴赏、发展趋势、中外报纸新闻标题对比等问题上没有较深入的理论研讨，那么，这些问题就是我们需要努力重点突破的。

杂志新闻标题

1. 当代著名新闻杂志

我们这里所说的杂志是指新闻性杂志，也可称为新闻性期刊。它的出版周期较之报纸要长些，有周刊、旬刊、半月刊、月刊、季刊甚至年刊。

美国有著名的三大新闻周刊：《时代》、《新闻周刊》和《美国新闻与世界报道》。《时代》创刊于1923年，是美国影响最大的新闻周刊，有世界“史库”之美称，发行量近500万份，范围遍布全世界。《新闻周刊》影响仅次于《时代》，《美国新闻与世界报

道》于1948年由《美国新闻》和《世纪报道》合并，是美国第三大新闻周刊，影响巨大。

世界著名的新闻周刊还有英国的《经济学家》周刊，法国的政治经济周刊《快报》等。

当代中国的新闻性杂志主要有：《半月谈》、《瞭望》和《环球》。

《半月谈》，中共中央宣传部委托新华社主办，1980年创刊，为半月刊，主要针对国内广大基层干部和群众，集政治性、知识性、趣味性于一身，不愧为“时事政策顾问，学习生活益友”，发行量700多万份，居全国第一。

《瞭望》，新华社主办的大型时事政治新闻周刊，以其丰富多彩的内容，图文并茂的特色而深受各级领导干部、知识分子的欢迎。

《环球》，新华社主办，主要介绍国外新闻与社会生活，通过解说国际时事、介绍国外社会现状和各种经济、科技、文化成就等，帮助读者开阔眼界，了解不同的国家。

2. 新闻杂志标题的研究重点

新闻杂志与报纸都属以文字为传播符号的印刷媒介，有着不少共同的功能，但两者又各自有不同的特征。马克思和恩格斯在《〈新莱茵报·政治经济评论〉出版启事》中指出：“报纸最大的好处，就是它每日都能干预运动，能够成为运动的喉舌，能够反映出当前的整个局势，能够使人民和人民的日刊发生不断的、生动活泼的联系。至于杂志，当然就没有这些好处，不过杂志也有杂志的优点，它能够更广泛地研究各种事件，只谈最主要的问题，杂志可以详细地科学地研究作为整个政治运动的基础的经济关系。”^[1]

可以说，报纸与新闻杂志的不同，最主要的还是各自承受的