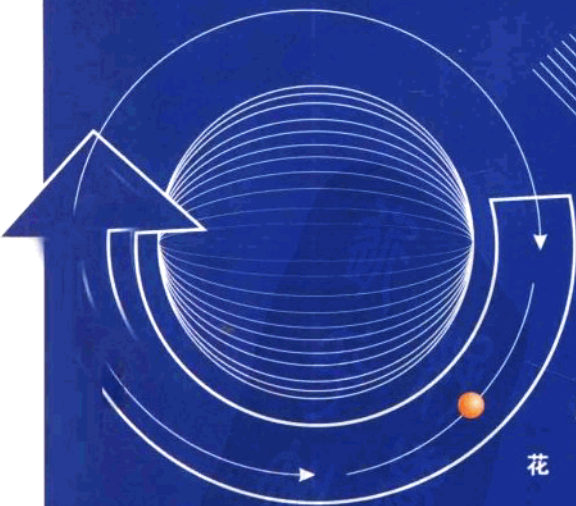


新闻标题艺术

THE ART OF NEWS TITLES

第一部全面论述报纸、广播、电视
三大传媒新闻标题艺术的专著



庞允雄 著

花城出版社

前 言

新闻标题是概括新闻内容，昭示新闻主题，吸引受众阅读（收听、收看）新闻的简短文字。它是新闻不可分割的一个重要组成部分。新闻标题制作如同新闻写作一样，有其基本规律、要求和技巧，它需要广大编辑、记者在理论和实践上不断探索和研究，首先要在理论上了解它，掌握它，并用它去指导标题制作的实践与创新。这样，新闻标题制作的水平才能得到更快的提高。

但是，目前我国有关新闻标题的专著甚少，而且研究面较窄，大都限于报纸的新闻标题。随着新闻体裁的不断完善和广播电视的迅速兴起，我们研究新闻标题的面也应随之扩大。而我国目前尚未有一本集研究报纸、广播、电视各类体裁的新闻标题艺术于一册的书籍，这对适应新闻事业发展，学习和总结各种媒体、各类体裁新闻标题的写作经验，不能不是一种缺陷。为此，本人冒昧编撰此书，目的在于探索报纸、广播、电视新闻标题的写作规律，同时，为新闻系学生学习标题写作提供一本教材，也为在实际岗位上从事新闻写作的编辑、记者和通讯员提供一本参考书。

本书共分为报纸篇、广播篇、电视篇三大部分，每个部分都根据三大传媒的不同特点，在新闻标题制作的原则、要求和技巧等方面作了一些探索。由于报纸新闻标题的制作比较复杂，要求比较严格，因而，在报纸部分谈得比较详细，既包容新闻标题制作的共性的基本规律，又体现报纸新闻标题制作的个性特点。而在广播、电视部分，由于考虑到报纸新闻标题制作的一些要求和技巧，对广播、电视新闻标题也可以适用，因此，只是侧重从其自身的特点提出一些独特要求和制作方法。就广播新闻标题和电

视新闻标题而言，它们之间的制作要求和技巧，也有很多相通之处，本书也只是从其各自的特点去进行一些探索。

本书对报纸、广播、电视新闻标题的制作要求和技巧，都作了一些概括与归纳，这不过是为方便论述和利于读者理解而已。其实，在新闻标题制作的实践中，这些制作艺术技巧往往是综合运用的，这就是说，在一条新闻标题中同时运用几种艺术手法，是常有的事。这点，希望读者注意，相信很多编辑、记者也有这个体验。

为了帮助读者更准确、更具体地理解新闻标题制作的要领，本书还在每个章节后面附上一些标题实例，并对其的制作艺术进行简短的评析。在评析中，力求抓住重点与特点，理论与实际结合，评出新意和深度。

限于本人水平，本书在编写中疏漏难免。我只能将这本小册子作为引玉之砖，奉献读者，不当之处，恳请专家、学者和广大读者赐教、匡正。

本书在写作过程中，参考了有关书籍、论文和资料，在此谨表示深挚的谢意。

目 录

前言

- 一门不能忽视的“点睛艺术” (1)

报 纸 篇

- 言之有物 朴实无华 (7)
- 简洁凝练 短而醒目 (18)
- 具体形象 直观可感 (32)
- 凝情于题 题情并茂 (42)
- 标出特色 个性鲜明 (56)
- 多用动词 “活力” 倍增 (68)
- 活用古句 “眼睛” 增辉 (74)
- 善用标点 言尽意长 (84)
- 妙用修辞 一举数得 (94)
- “巧” 上下功 “巧” 出新意 (120)
- 用活一字 全题生辉 (127)
- 平中求奇 妙语引人 (134)
- 标新立异 别具一格 (142)
- 数字入题 春风扑面 (160)
- 恰当评点 态度鲜明 (168)
- 搭配相宜 相得益彰 (186)
- 手法并用 锦上添花 (195)

广 播 篇

- 要有一个一听就懂的带“响”标题····· (211)
- 开门闻声 先声夺人····· (213)
- 明白如话 一听就懂····· (218)
- 避虚就实 生动朴素····· (223)
- 新鲜别致 引人爱听····· (230)

电 视 篇

- 要有一个一看就明的视听标题····· (241)
- 概括得当 简短精练····· (243)
- 实实在在 质朴自然····· (254)
- 突出重点 醒人耳目····· (263)

一门不能忽视的“点睛艺术”

亲爱的读者：当你看到这本书的时候，第一时间的动作是什么？无须多问，你一定先看看书名及其目录。这是人们读书看报的规律性的现象——“看书先看皮，看报先看题”。因此，玩文弄墨的文人们在实践中总结出许多关于标题的行言俗语，比如把标题称为“文章的眼睛”、“文章的门面”、“点睛之题”，把作题叫做“点睛之笔”、“点睛艺术”，说到标题的重要，则有“题好一半文”、“文靠题装”之说，等等。这说明标题的地位何等重要！作文章如此，写新闻也一样。一篇内容好的新闻，还必须有一条好的标题，才算是完美的，才能吸引人。

中外新闻界历来十分重视和讲究新闻标题的制作，把新闻标题作为应用新闻学的一门分支学科来研究，强调标题是一门不可忽视的学问，是一门不能忽视的“点睛艺术”。毛泽东同志生前不仅写过和修改过大量的消息、述评、社论、编者按等，而且还亲自拟标题、改标题，他说：“标题要吸引人看，这很重要。”胡乔木同志在讲到写文章要想好标题时，就说过：“有时候想个好标题，等于写一篇文章所用的精力的三分之一。”邓拓同志生前曾经诙谐地说：“谁要是给我想出一个好标题，我给他磕三个响头。”西方的一些新闻学教科书也指出：新闻的写作一定要重视写好开头几个字，要让标题能紧紧地抓住读者。可见，制作好标题于记者、于编辑都有何等重要的意义！

为什么这么强调制作好标题的重要性？为什么说标题是一门“点睛艺术”呢？具体来说，这是因为：

第一，标题是对新闻事实与中心思想的高度概括与浓缩。标题是新闻的缩影，是事实的投影，要用凝炼的一个短句或短语勾勒出事实的经纬，就少不了概括，而这种概括不是对事实的简单压缩或简化，而是对事实及其本质特征再表现的问题。这就是说，要先把具体事物溶化成意境，再用简练而生动的文字表达出来，并且使受众觉得看得见，摸得着。这个“消化”和“表现”过程，必须掌握一定的综合分析和提炼材料的能力，学会运用修辞手段和文学语言。

第二，标题是帮助受众选择新闻信息的向导。在新闻媒体这个巨大的信息源中，受众对新闻的选择的过程，首先是通过一个个标题浏览来实现的。一个不能吸引人的标题，不管其新闻内容多么精彩，多么有价值，也不容易引起受众的注意。即使是一条为受众所需要的新闻，也只有借助标题的帮助，才能迅速地被受众所认定，从而激发起进一步阅读、收听、收看新闻的兴趣。标题的这种向导作用，是客观存在的，是谁也不能忽视的。标题要担负起这个向导的任务，实属不易。这就要求记者必须讲究技巧，注重艺术，把标题制作得精彩动人，使之引起受众的兴趣，真正起到向导的作用。

第三，标题是满足受众扩大新闻信息需求的手段。新闻标题既有依托新闻而存在的从属性，又在媒体上具有某种独立的信息传递和宣传作用，即受众只看（听）了一条新闻的标题，而没有去看（听）新闻的本身，往往也能从某一个方面甚至是很重要的一个方面对这条新闻有个大体上的了解，有的新闻标题本身，往往就是一条重要的简明新闻。特别在今天的信息社会里，从受众的迫切需求来说，需要媒体传递更加丰富的信息。而对受众这种需要的满足，精心制作好标题，确是一个重要的手段。我们要充分利用标题这个手段，发挥其传递信息的功能和作用，就不能不在制作艺术上下功夫。

第四，制作好标题是新闻改革形势的需要。随着社会的不断进步和新闻事业的迅速发展，新闻出现的频率越来越高。一种新颖写法的“老化”速度，较之其它文体来说，要快得多。这就要求新闻写作（包括标题制作）不断改革，大胆创新。一个记者怎样能够在写作中常常出新，如何能够在日新月异的社会发展中，在同行的激烈竞争中，常领风骚，绝非易事！必须以孜孜以求的精神，在写作手法和技巧上有所创新，有所发现。否则，就很难适应形势发展和激烈竞争的需要。

实践证明，记者“艺高”，才能“胆大”，才能制作出多姿多彩的新闻标题。

请看以下实例：一则报道两客机遇大雾安然无恙的消息的标题：《紧急！两客机突遇大雾！安全！幸有海军热情导航》；一篇批评商业工作中不正之风的消息的标题：《鱼都“游”到哪里去了？》；一条反映煤饼质量差的消息的标题：《可恼煤饼难发火，心头直冒无名火》。这些标题，形象生动，引人入胜，使人似乎看到新鲜事儿，闻到新鲜气息。试问，没有艺术感染力，没有点技巧，能办得到吗？

又如，有这么一条新闻：徐州军分区一位身经百战的老干部在临终时对子女说：“我死后没有什么财产给你们，只是身上还有三块弹片把它取出，留给你们作纪念吧！”对于这条新闻，如果把标题作成：《一个老干部的临终嘱咐》，当然未尚不可，但像这样的标题四平八稳，没有新意，缺少吸引力，不算是好标题。而《新华日报》刊登这条新闻时，作了这样的标题：《三块弹片作“遗产”》，这条标题，既简洁又醒目，既形象又感人。遗产不是金钱，而是弹片，发人深省。由于标题新鲜、引人，读者对新闻内容就非看不可了。可见，同一条新闻内容的标题，出于高手之笔，醒目引人；出于平庸作者之手，叫人恹恹欲睡。这不就是艺术，不就是技巧吗？

所以，无论从标题的任务、作用及其制作规律来看，无论从标题的写作实践来看，作题，是新闻写作“十八般武艺中重要的一艺”，是一门不能忽视的“点睛艺术”。这门艺术主要包含标题的命意和遣词两个方面。命意是指确定标题应表现的内容和方式，是决定标题质量的关键。遣词是对标题语言进行锤炼和修饰，选择最简练而富有表现力的语言来写标题。

一条好的新闻标题，数言片语，往往起到“画龙点睛”的作用，使新闻增色生辉。然而，在写作实践中，要制作一条比较理想的、尽如人意的标题，谈何容易！不少初学写作的同志感到为难，即使经验丰富的记者、编辑也难免感叹。这种情形，又恰恰说明作为“点睛艺术”的标题确是一门学问。要攻克这门学问，掌握好这门艺术，需要经过呕心沥血、精心耕耘的过程。“功夫不负有心人”，只要我们潜心钻研，苦心策划，有一种“吟安一个字，捻断数茎须”的精神，不惜洒下滴滴汗水和心血，就能获得丰收的成果，创作出又多又好的标题精品。

报 纸 篇

言之有物 朴实无华

新闻是新近发生的事实的报道。用事实说话，把事实讲清楚，是新闻写作的基本规律。新闻标题具有揭示、评价新闻内容的作用，是对新闻内容的高度概括与浓缩。因而，标题必须言之有物，要有内容，这是标题制作的一条重要原则。

那么，新闻标题中的这个“物”指的是什么呢？标题中的“言之有物”至少包含这样两层意思：一层是要酌情把新闻的主要要素标出来，具体来说，大体要包括“六个要素”，即何人、何事、何时、何地、何因、何果。在这六个要素中，必不可少的是“何人”、“何事”，其余的则视情况而用。比如：《我三十万大军胜利南渡长江》，这条标题把新闻中的“何人”、“何事”、“何地”、“何果”等要素交代得一清二楚，且简洁、凝炼，很有气势。另一层是要把新闻中最有新闻价值而且易于为读者接受的典型事实标出来，用简洁的一个短句或短语勾出它的经纬，再现于标题之中。比如：《朱建华成为今年世界上跳得最高的人》，标题把新闻中最有新闻价值的“何人”、“何事”、“何时”、“何果”等要素概括得具体、生动，醒目引人。

新闻标题切忌空乏、笼统。一般化、概念化的标题，言之无物，给人以虚无缥缈的印象。比如《改革的带头人》、《生产尖兵××》、《勤学苦练的××》等等，这些“万能标题”，只不过是人名或单位加上一些“通用机件”或无实际内容的口号，这又怎么吸引人呢？

因此，我们在制作标题时，要紧紧抓住新闻中的这个“物”，

在概括新闻的最主要的事实上下功夫。

首先，要具体入微，突出特点。要善于从新闻中各个事实中捕捉具有个性特色的“闪光点”，引入标题。例如，1986年10月12日，新华社播发了一条消息，原题是：

我国新闻通讯手段的新突破（眉题）

新华社中文发稿处理系统显示优越性（主标）

标题中的眉题是虚的，主标题一般化。我国新闻通讯手段有什么新突破？新华社中文发稿处理系统显示的优越性在哪里？从标题中全然看不出。后来，一家报纸刊登这条消息时，把标题改为：

新华社中文发稿运用微电脑技术（眉题）

一万多字新闻稿七分钟就发完（主标）

改后的标题虽然没有“新突破”、“优越性”的字样，但给读者的印象更深刻、更具体化了：在未改革通讯手段以前，新华社发12000字的电讯稿需要传送近两个小时，现在七分钟就发完了，速度之快，令人惊叹。由于标题内容具体入微，突出特点，给读者留下了深刻的印象。

对于要经常反复宣传的生产成就、工作成绩的报道，制作标题时，不能只撷取它的共性，而要抓住事物或事件的具体特征或具体行踪，寓共性于个性之中，以独具特色的事实突出它的棱角。这样，才能使标题富有特色，不空乏，有实实在在的内容。

例如，植树造林的成就，几乎年年都要报道，但有家报纸在报道一个单位在这方面取得的成就时，就抓住了新闻事实中的特点作了这样一则标题：

白天不见村 夜里不见灯（主标）

青浦县练塘公社四农大队十年种树面貌大变（副题）

这则标题，既有特点，又有内容，读来颇能引人联想，别有一番情趣。

其次，要把那些第一次问世的事实标出来。新闻是永远和新事物联系在一起的。当新事物第一次在报道中出现时，我们就要紧紧抓住它，拎出来做标题。这样，标题才能真正在新闻与读者之间架起桥梁。因为读者看新闻，主要是为了了解外界的最新变动。标题也只有符合了读者的这种新闻欲，才能使之诱发出看新闻的兴趣。

1982年7月20、21日《羊城晚报》连续发了三条社会新闻，文字都不长，但标题却很吸引人，原因是都包含有第一次问世的新鲜事实：

人在泉口喊 清泉应声流（主标）
广西发现自然奇景——喊泉（副题）

吉林省汪清县发现（眉题）
长着两条腿的蛇（主标）

一把黑纸扇 写万字唐诗（主标）
唐诗万字扇 轰动世界博览会（副题）

这三则消息在报上的位置虽不显眼，但标题却充分地起到了“向导”的作用，吸引着人们非往下看个究竟不可。

1983年8月15日，新华社报道胡耀邦会见日本《每日新闻》社代表团的新闻。胡耀邦在会见中谈了许多问题，标题该突出什么呢？很多报纸的主标题是这样的：

胡耀邦会见日本记者纵论天下事

这条标题比较笼统，没有具体内容，也没有突出最新鲜的事实，因而不能引人注目。《人民日报》在刊登这条消息时的标题是：

胡耀邦会见日本《每日新闻》社代表团时说（眉题）

香港主权 1997 年要收回

有一套系统政策保持其繁荣（双主标）

他还回答了关于台湾的问题和中日、中苏、中美关系等问题(副题)

《人民日报》的这则标题不仅具体,有针对性,而且具有新鲜性。因为当时中英两国政府正在谈判香港问题,广大群众很关心我国什么时候恢复行使对香港的主权。这则标题明确地回答了这个问题,即标出了中国领导人第一次公开提出收回香港主权的具体时间:1997年,所以能引起读者的重视。

第三,语言要形象生动,准确无误。新闻标题应该传达事实,而不应该光讲抽象的道理,更不能言之无物。这里,就有一个如何运用语言的问题。标题应该尽量用形象生动的词语来代替抽象空洞的词语,化虚为实。要用最形象的、最确切的、最有个性化的语言,把新闻中最主要的、最新鲜的事实浓缩和表达出来,使之在标题中奇峰突起。例如,一条报道南京一些厂矿忽视安全保卫措施的消息,有家报纸刊登时作了这样标题:

南京某些厂矿安全保卫令人担忧(眉题)

门卫不严 灯光不亮 围墙不修(主标)

标题中的主标,语言十分生动、精确,用“三不”(门卫不严,灯光不亮,围墙不修),把这些厂矿忽视安全保卫工作的严重情况作了生动的概括,让人读过难忘。

准确无误,是标题第一要素。不论标题如何生动、简洁,若是词不达意,仍然不足取。有条报道某部队后勤物资部队转变作风,提高办事效率的消息,一家报纸的主标是:《一百零二件事当天办完》。这条标题看起来,虽然比较具体、生动,但实际上是题不对文。新闻内容讲的是该部队年初以来先后遇到的102件事,都是当天办理完结。而标题给人一个错觉,好像一天就办完了102件事,有夸大失实之嫌。而《解放军报》在刊登这条消息时,主标是这样写的:《今天能办到的事不拖到明天》。这个主标用词确切,与内容相吻合,且比较具体、明确。

标题艺术例析（一）

恢复和发展中等教育 是当前的重大政治任务

（新华社 1948 年 9 月 14 日电）

标题必须言之有物，切忌空乏、笼统，这是制作标题的一条重要的原则。对于这一点，毛泽东同志历来十分强调，此就是一例。

1948 年秋，华北解放区召开了一次中等教育会议，9 月 14 日，新华社播发了一条消息和一篇社论。其中社论的题目是：《中等教育问题》。毛泽东同志阅后，将原标题圈掉，自己拟了这条新的标题：《恢复和发展中等教育是当前的重大政治任务》，并且批了这样一句话：“凡论文标题，亦须有内容。原稿没有内容，不能引人注目。”毛泽东同志改写后的这条社论标题，把“恢复和发展中等教育”的这个内容明确地点了出来，并要求把它作为“当前的重大政治任务”来抓。这条有实际内容、有明确目标的社论标题，既使读者一目了然，留下深刻的印象，又具有很强的号召力，是一条落笔实在、言之有物的社论标题的典范。

毛泽东同志提出的标题必须有内容，今天对我们仍然有现实意义。现在我们的报纸出现的标题，有些就没有内容，一般化，吸引不了读者。我们要精心地制作标题，到底在哪里“精”呢？关键就是：“必须有内容”。

华北中等教育会议决定 改善中等教育的诸项制度

(1948年9月10日新华社电)

这是曾经过毛泽东同志修改后的一条消息的标题。1948年秋，华北解放区召开了一次中等教育会议。9月10日新华社播发了这条消息。消息的原题是：《华北召开中等教育会议》。毛泽东同志看后，将之改为《华北中等教育会议决定改善中等教育的诸项制度》，并批示说：“凡新闻，标题必须有内容。原题并无内容，不能引人注目。”毛泽东同志这个批示，道出了制作新闻标题一条重要原则，即是：标题必须言之有物，要有内容，切忌空乏、笼统。这条经毛泽东同志修改过后的标题，显然比原题有内容，既讲了华北召开中等教育会议，又点出了会议的主要内容：“决定改善中等教育的诸项制度”，因此，容易引人注目。

(大标题) 为了六十一个阶级兄弟

(小标题) ※一九六〇年二月三日，农历正月初七

现在，整整是下午四点钟

※二月二日，在山西平陆县

※就在同一个时间内

※二月三日，下午四时多，在卫生部

※现在，已经是下午五点多了

※就在同一个时间内

※就在同一个时间内