

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，它将对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上，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

任务，发挥的职能不同，各自刊载的内容不同，报纸以刊载新闻和评论为主，新闻杂志则以刊载时事性文章和评论为主。用列宁的话说，报纸适于鼓动期刊适于宣传，也有人认为，报纸以报告新闻为主，新闻杂志以评论新闻为主。总之，随着新闻事业的发展，报纸和新闻杂志的形式及种类有了很大的发展，日益趋向多样化和分工的精细化。

由于新闻杂志不同于报纸的诸多特点，因此，它在新闻标题的制作上也与报纸有着不同之处。报纸新闻的标题更多的在于标识出新闻事件的价值点，吸引读者的兴趣点，美化版面，而新闻杂志的新闻标题却要显示出记者编辑更多的理性思考，对新闻事件的全面把握和深入分析的能力，更多地体现新闻标题的宣传功能和引导舆论导向功能，这在以后新闻标题的功能与特点中全有详细论述。所以，如何针对新闻杂志理性、深入的特点制作新闻标题，则是我们应思考的。

二、电子媒介新闻标题

电子媒介指通过无线电波向广大受众传送信息符号的传播媒介，包括广播和电视。

1. 广播新闻标题

广播是建立在电子技术基础上的一种现代化的新闻传播媒介，它的产生，标志着新闻传播进入电子时代

19 世纪伊始，欧美的科学家们在运用无线电技术通讯联络的同时，开始了利用无线电传送语音和音乐的试验。这种试验在美国首先获得成功。1906 年的圣诞之夜，美国教授费森登从实验室用无线电波尝试进行广播，他们所播出的音乐、语言等节目，被行驶在大西洋上的船员们接收到，这标志着广播的第一次成功发射。在这之后的一个世纪里，广播的发展与普及的速度非常快，到

1995 年底，世界上所有的国家都建立了广播电台，一些发达国家开始了数字广播。

广播的传播速度非常快，在电波所及范围内，人们可以接收到刚刚发生或正在发生的新闻事件的信息，电波的速度每秒钟 30 万公里（可绕地球七圈半），任何快速出版的报刊都无法同它相比。同时，广播的受众非常广泛，它可以满足不同年龄、不同场所，不同文化层次，不同收听条件的听众的需求，可谓深入社会各个方面，联合国教科文组织国际交流问题研究委员会的报告指出，在全世界所有地区，大众交流工具中最普遍的就是无线电广播。由此，也可见广播在传播新闻信息中的巨大传播效力。

2. 广播新闻标题研究的重点

① 广播新闻标题出现的必要性

这个问题同样也适用于对电视新闻标题的研究。在广播（电视）新闻节目最初产生时，广播新闻没有标题，有的只是简单的播音员口播。那么，广播发展到今天，在各种媒体间互相竞争的情况下，如何能抓住受众心理、提高新闻表现力、达到理想的传播效果就是每一种媒体都要思考和面临的问题。广播新闻标题的出现也正说明了这一点。但是，广播（电视）新闻标题产生的历史背景远不是上面所讲的那么简单，我们会将这一问题在以下做专节论述。

② 广播新闻标题的“适听化”

由于广播的传播特点，声音是广播惟一的传播符号，所传播的信息直接诉诸受众的听觉，因此，无论是广播新闻的内容还是广播新闻的标题，都要做好“适听化”工作。同时，广播新闻的标题是对所传新闻信息的强调。由于广播的转瞬即逝的传播特点，听众很难对复杂深刻或不太熟悉的内容留下印象，因此，传播所达到的效果就很差，正是针对这一点，广播新闻的标题就要起到

加深印象，提高传播效果的作用，用精心的、精练的、通俗的、生动的标题强调内容。

③广播新闻标题产生了新闻标题新形式

报纸新闻标题形式出现的最早，而且也较为固定，一般是单一结构的主题，或是复合结构的主题加引题、副题。主题是新闻中最突出的核心内容，引题和副题都是对新闻主题的进一步补充。广播却由于其诉诸受众听觉的这一传播特性，在新闻标题上带来了新的形式，如提要题，摘要题等。这种新闻标题即不同于报纸新闻标题，又不同于新闻导语，它介于新闻标题与新闻内容简介之间，以达到更利于听众收听，了解掌握新闻核心内容，增加传播效果的目的。这些新闻标题的新形式以及这些新形式的发展趋势也是我们的研究重点。

电视新闻标题

电视是运用电子技术手段传输声音和图像的现代化大众传播媒介，是继广播之后出现的又一电子媒介，被誉为 20 世纪人类最伟大的发明之一。电视以其视听兼备的传播优势，极大地拓展了信息传播的广度和深度。

从 19 世纪 20 年代电视机的诞生到 21 世纪开始的 90 年时间里，电视的发展非常的迅速，甚至在当初人们都认为它会完全取代报纸、广播等媒介形式。在此期间，由于各种媒介的共同演进发展，不同形态媒介间竞争日趋激烈，同一媒介间的收视率，收听率，收视率的竞争也不断升级。20 世纪 90 年代以来，电视的国际竞争日益加剧，而竞争的焦点则是电视新闻。

电视新闻随着电视广播的诞生而诞生，它借助现代电子技术作为传播手段，又从报纸、杂志、广播、电影等其他传播媒介那里继承了一些制作与传播的方法技巧，将声音和画面组织起来，对新近发生的或正在发生的新闻事实进行报道。

狭义的电视新闻通常指《新闻联播》、《晚间新闻》等消息类新闻报道，广义的电视新闻概念，则是指电视荧屏上所有传递新闻信息的各种新闻节目的总称，这就包括了一些新闻杂志栏目，新闻谈话栏目和深度报道栏目。如中央电视台 1993 年 5 月 1 日推出的集新闻性、社会性、知识性、服务性、娱乐性于一体的大型杂志型栏目《东方时空》，1994 年 4 月 1 日推出的新闻评论性栏目《焦点访谈》，1996 年上半年推出的深度报道栏目《新闻调查》。

电视新闻运用声音、画面、文字等表现符号来完整有效地传递信息，提高信息量和感染力，我们可以对其表现符号进行个性分析，以便更明确地了解电视新闻媒体。

现场画面 指电视荧屏上出现的可视画面，包括构图、运动、角度、景别、色彩等不同因素。

同期声 指在拍摄人物讲话的现场同期录下的讲话声和现场背景声，它几乎成为好新闻必不可少的要素之一，在构成画面信息量大小方面具有举足轻重的作用。

体态语言 指伴随同期声讲话的神态、表情、动作等非语言符号，非语言符号的运用，调动了观众的想象能力，使信息在受众的头脑中获得较强的印象。

解说 电视新闻的解说，是播音员播讲新闻内容的有声符号，是构成电视新闻的主体要素之一，新闻解说能补充画面和同期声中不能或没有表达出的新闻要素、深化新闻主题、强化视觉效果等重要作用。

字幕 用计算机控制字幕发生器，在电视屏幕上打出的文字符号。或是标题字幕突出新闻内容与主题；或是信息性字幕，扩大画面信息量或是解释性字幕配合画面传播；或是强调性字幕以加深受众对新闻信息的接收和理解，同时弥补电视声音画面稍纵即逝的传播劣势。

表现符号综合传播优势 电视新闻符号的结构是一种多元立体的构成，并且诸多表现符号都属一个系统之中，因而，每个符号都可以发挥出更为巨大的力量，即产生一个信息增值系统。可以说，全方位立体传播是电视新闻的独特优势，是其他传媒所不能比拟的。

标题是电视新闻中的重要组成部分，它是在新闻播出之时或播出之前，在屏幕上打出文字传播符号，用以揭示新闻的主要内容，深化新闻主题，对传播信息，沟通观众，引导社会舆论都有着重要的作用。电视新闻标题也根据不同的新闻栏目有不同的制定要求，包括消息性标题，即用标题简要报道国内外发生的新闻事实；专题性标题，用标题包含某一新闻题材，体现新闻主题；评论性标题，用标题提问题、指方向、发观点，据事立论，便于新闻评论。

在制作上，电视新闻标题要符合电视媒介的传播手段和特点，标题要鲜明、准确、简洁，以实题为主，并注意字行的排列美。用字幕机制作的标题一般只限定一行，一行最多是 13 个字，因此要真正做到“语不惊人死不休”。

电视新闻标题本身就是一条简明新闻，为了提高时效和增加信息量，许多报纸都开辟了一句话新闻，标题新闻等专栏，做为电视新闻的标题，也应该在其中尽可能多地纳入新闻信息量，在操作上就给我们提出了更高的要求。

电视新闻标题也在标题形式上产生了新的变化和创新，标题本身就是新闻的这一思想在电视新闻标题的制作中也得到了具体体现。新闻标题对传播新闻信息的重要性也日益凸显，如中央电视台的名牌新闻栏目《新闻联播》，最初没有新闻标题，到后来有新闻标题，到重要新闻的标题先后出现在新闻开始和最后的要闻回顾中，充分体现出新闻标题在传播新闻信息方面的重要性。

总之，电视新闻标题的特点、发展出的新形式以及制作新思路都是我们所要关注的。

三、网络媒介新闻标题

1. “第四媒体”——因特网

因特网 (Internet) 起源于 1969 年美国国防部为避免核战争导致通信瘫痪而建立起来的计算机互联实验。起初，这个小型网络的使用者被严格限制为有关从事国防科研的科学家，后来发展为当今世界最大，应用最广泛的全球性计算机信息资源网，即 Internet

1987 年我国才开始接触因特网，但截至 1999 年底，中国的上网用户已达 890 万。如今，因特网已遍布世界的各个角落，对人类的信息传播方式产生了极为深刻的影响，人们可以在任何时间、任何地点与任何人、组织、机构进行多种形态的信息交流。对传统大众媒介构成强劲的冲击，被称为继报纸、广播、电视之后兴起的“第四媒体”。

因特网有 5 种信息服务功能，构成它强大的传播力量：

(1) 电子邮件功能 (E-mail) 通过因特网将信息传给特定某个体用户或某群用户的通信方式，时效快，费用低。

(2) 远程登录功能 (Telnet) 因特网用户可与另一台计算机连通，使用这台计算机上提供的各种服务信息，达到信息共享。

(3) 文件传送功能 (FTP) 因特网用户可将一台计算机上的文件传送给另一台计算机。

(4) 网络浏览功能 (WWW) 因特网用户只要提出查询要求，万维网 (World wide web) 可进行自动查询，以供用户浏览。

(5) 网络新闻功能 (Usenet News) 网络可视为一个面向全球的电子公告板，在公告板上发布各种新闻及文章，用户们可阅

读新闻，发布新闻，评论新闻，交流新闻。

2. 网络新闻标题

网络新闻功能是因特网五大功能之一，在其中每个用户都可以看到丰富全面，来自全球任何一个角落的信息，用户自己也可以发布新闻信息，与别人交流和讨论感兴趣的新闻信息，可以说，在网络中，新闻信息的内容是非常丰富庞大的，足以使人眼花缭乱，而用标题的形式来归纳新闻内容、提示新闻价值点、方便用户查询和阅读，就成为网络新闻发布必不可少的考虑因素。只有这样，才能使网络成为一个被有效使用的资源库，而不是资料无序堆积的“迷宫”。

对于网络新闻标题，我们的研究重点是网络新闻标题产生的现实基础，也就是去探讨网络新闻标题产生的背景、原因和促成要素。其次，我们还要关注网络新闻标题不同于传统新闻媒介标题的特点是什么，毕竟，网络作为一种新兴媒介，它的独特之处不容忽视。

四、通讯社新闻标题

在这里首先要澄清的是，通讯社不是一种传播媒体，而是新闻传播机构和组织。前面我们确定了各种新闻媒介所传播的新闻标题都是我们的研究对象，在这里提及通讯社新闻标题，似乎有些不妥，但由于通讯社做为专门从事采集、加工和提炼新闻并为其其他新闻媒介和各类用户提供新闻信息的新闻传播机构，它的影响力非常大，所以我们也把通讯社通稿标题列为我们的研究对象。

通讯社一般拥有庞大的记者网、广泛地新闻来源，先进的通讯技术，能够大量采集和加工新闻电讯、新闻图片、新闻资料、广播电视新闻等，主要提供给报纸、广播、电视、杂志等媒介，由它们采用后与普通受众见面，是一个大规模的新闻信息收集和发

布的机构。目前，全世界有 100 多个国家建立了自己的国家通讯社，世界主要的通讯社有美国的美国联合通讯社（美联社）、合众国际社，英国的路透社、法国的法国新闻通讯社（法新社）、俄罗斯的俄罗斯通讯社（俄通社），我国的两大通讯社：新华通讯社和中国新闻社。

通讯社的主要职能是向报刊、广播、电视等新闻媒介提供新闻信息，因此，通讯社既要注意适应一般受众的需求，又要充分重视不同新闻传播媒介各自的传播特点，内容上无所不包，形式上无所不有，多是广泛、客观、迅速的报道，因此在新闻标题上也有这些特点：简洁、迅速、客观、信息量大。

第二节 新闻媒体标题研究的方法

一、系统论方法

系统思想形成于 19 世纪黑格尔理论，而系统论作为一门科学，它的源头却在生物和工程领域。系统论的重要奠基者是美籍奥地利生物学家冯·贝塔朗菲(L. V. Bertalanffy, 1901—1972)，他创立了一种用逻辑和数学方法考察一般系统的理论，是关于“整体性”的一般科学。其主要目的是把对象作为一个有机整体加以研究，试图确立适用于系统的一般原则。不过，冯·贝塔朗菲也对各学科之间的孤立性感兴趣，在 1968 年出版的《系统论概论》一书中，他主张系统论适用于社会科学就像它适用于生物学一样。系统论方法很快被其他学科的研究者接受了。

1. 系统及系统论方法的规则

什么是系统，简单地说系统就是“相互关联并组成一个整体的一组事物”。^[2]在最基本的层次上，系统是零件，或成分的集合体，不管我们探讨哪种特定的系统，分析系统成分都是首先要做

的工作。处在系统中的各成分有着明显的特点：

等级秩序 单单把一组不加区分的零件放在一起不能构成一个系统，相反，系统组成成分必须按照一种复杂的等级秩序来排列。

相互依存 这意味着系统中的某一成分要依赖同一系统中其他成分才能顺利发挥作用，或者一个成分出了问题也会导致其他部分乃至整个系统功能的丧失。

可渗透性 也可以称为开放性，即系统具有可供信息和物质进出的可渗透边界，无论任何特定系统，都必须对环境开放，例如人体组织系统。

正是针对系统成分的特点，系统论方法才因此产生出自己的分析规则。系统论方法认为：

任何事物都具有相互依存性，分析问提要使用综合的方法。分析客观事物，揭示事物运动发展的内在规律，必须把分析对象的各部分因素联系起来加以考察；

一个系统是另一个高级系统的子系统，并由逐步增加的层次构成整体的递进性，因此，各个组成部分孤立的特征和活动并不能完整或真实反映系统活动，而应将其活动置于更广阔的层次结构中去分析；

系统都是有序的，在把握事物发展规律时，最重要的是把握它的秩序性；

一个有机的系统必须具有开放性，必须与外部环境发生联系，进行物质、信息、能量的交流。只有通过交流，系统才能进行自我调节和控制维持系统稳定性与方向性；

最优化是系统论方法解决问题的最终目标，这一点是任何传统方法所不涉及的。让各部分的功能，各成分的活动都趋向总体最优，比如总体达到最佳状态，信息传播获得最佳效果等。

2. 新闻标题研究中运用系统论方法的几个原则

①整体性原则

系统论方法要求分析事物时必须有整体观念，全局观念。整体性意味着，在系统内部没有脱离整体的单独意义，对外也是以整体系统出现而非部分成分，对新闻标题的研究也要有整体的观念。

作为新闻作品的一部分，标题在功能上与其他因素息息相关。标题揭示着新闻内容，强化着新闻主题，它与新闻事实的报道不能分割；标题评价新闻事实，它与记者、编辑、媒体、舆论的倾向无法分开；标题吸引读者阅读新闻，它又在一方面联系着受众心理需求；标题可以美化报纸版面，它还与报纸媒介的传播特点连在一起。新闻标题在新闻传播的过程中也是整体中的一个部分。标题在制作上要考虑到各类不同形态媒体的传播特点，如报纸新闻标题提要凸显、刺激，广播新闻标题提要简洁化、口语化、适听化，电视新闻标题就可以深入一些，配合画面，加深印象等等。新闻标题在宣传上与国家这一时期的政策规定必须一致，与新闻内容的风格必须一致，与媒体或节目定位必须一致，这样，标题才算是一个真正合格的标题。

如此多的联系都表明了一个问题，即新闻标题研究不可能只把目光停留在标题本身，还要将标题放在一个整体中考查，去研究与它联系的其他因素，考量标题在这一整体中的位置，比如新闻标题与传播主体、新闻标题与传播媒介、新闻标题与新闻内容、新闻标题与政策宣传、新闻标题与受众心理、新闻标题与栏目（节目）定位，新闻标题与版面（画面）等因素之间的关系。

②结构性原则

结构是系统内各要素联系和作用的方式，是系统内部的一种秩序状态，要把握事物的性质、功能与特点，就必须研究事物的

结构，比如一个国家想要让经济协调发展，就必须分析各经济产业之间的结构方式，调整不合理的结构，促进经济发展。也就是说，结构性原则要求人们认识事物要深入到事物内部，具体考察各种要素是以怎样的结构方式相互联系的，又是以怎样的结构构成其独特功能的，只有这样，才能抓住复杂事物的本质和内在规律，真正地认识事物。

对于新闻标题的研究，也要遵循结构性原则，对于新闻作品或新闻稿件的制作、传播及反馈等一系列活动进行结构上的分析，看看在整个传播过程中，新闻标题是如何与其他因素，诸如语音、版面、媒介、受众等联系起来，并如何在新闻传播中发挥自己独特的功能。并且，新闻事业从产生到现在数百年的时间，形成了日趋丰富和成熟的表现形式，在体裁类型、语言特色、结构方式、编排方法、刊播渠道等方面也都积累和形成其特有的体系与规律，如何将这些新闻表现形式与新闻标题之间的构成运作方式进行分析整理，这对于新闻传播活动具有非常重大的影响。

③层次性原则

系统论方法要求人们在考察分析事物时，不仅要有整体观念、结构观念，还要有层次观念，因为每一个特定系统都是一个有秩序的，有序列的层次，不能撇开事物在系统中所处的层次去孤立地看待事物。研究不同层次之间的纵向关系和同一层次各要素之间的横向关系，这是一种立体分析的方法。过渡和对比是层次性原则的两种体现。过渡性为我们揭示出不同层次要素之间的联系，而对比性则揭示出同一层次各要素之间的差异，二者缺一不可，都为主体全面地把握事物做好了方法准备。

面对新闻标题研究，我们也要非常清楚地了解新闻标题在新闻传播的整个过程中所处的层次，并针对这种层次进行横向的和纵向的研究，才能完整地去理解和把握新闻标题的作用、本质、特