

一 新闻标题的概述

（一）中国关于新闻标题的界说

标题一般指文章的题目。《辞海》对“标题”做了如下的解释：“新闻工作术语。报刊上新闻和文章的题目，通常特指新闻的题目。制作标题是新闻编辑的主要工作程序之一。报纸编辑部用标题来概括、评价新闻的内容，帮助读者阅读和理解新闻。”

古代的报纸是没有标题的。唐朝孙可之在《往续集》中形容《开元杂报》是“系日条事，不立首末”（意思就是说按照日子罗列事件，没有各自的题头，也没有结束语）。直到清末，《京报》在所刊登的文章前冠以“宫门抄”、“上谕”、“奏雷”等简单表明文章的来源或类别的文字，成为中国标题的初始。随着近代报纸的出现，新闻事业的革新，报纸上才开始出现揭示具体内容的标题。

中国社会科学院新闻与传播研究所研究员彭朝丞先生在他的《新闻标题学》中是这样定义标题的：“它是报刊上新闻和文章的题目，通常特指新闻这种文体的题目。是以大于正文的字号，用精警的词语，对新闻内容和中心思想富有特色的浓缩和概括。它是新闻的一个组成部分，是新闻报道的延续和最后完成。”他还进一步诠释说：“这也就是说，第一，它必须是新闻事实的浓缩，是新闻不可分割和不能任意拟定的一部分；第二，它是对新闻事实‘画龙点睛’式的评论，让读者透过这个小小的‘窗口’窥见新闻的要义；第三，文字简短，富有个性特色。标题具有标示、评论新闻内容的作用，是对新闻事实与中心思想的高度概括与浓缩。”

甘惜分主编的《新文学大辞典》中这样界定标题 解释消息内容,并以醒目的形式刊出的简短文字。通常也称新闻标题。通讯、特写、评论的题目 有时也称标题。

王咏斌在《报纸版面学》中这样定义 标题是高见正文之外,以醒目的字体、字号和摆放方式 用尽可能简练的文字和特殊的语法结构 揭示稿件内容、表现报纸倾向性的一种文字手段。

台湾学者陈石安在《新闻编辑学》中认为 在每一宗一条,或包括数条 新闻的内容文字面前 将新闻的内容要点 用简明扼要的辞句 比本文较大的字体 表现出来的 便是报纸上的标题了。

(二 外国关于新闻标题的论述

中西方文化的差异,在新闻学术上也表现得较为充分。新闻标题的论述和界定便是一例。

在日本、美国、英国等西方国家的新闻学术著作中 对于新闻标题的定义并不在意,甚至找不到一个像样子的界定。而关于怎样写好标题,论述得倒是十分具体。

西方人不在乎叫什么 不在乎别人怎么看 而注重自己怎样能做好。他们很讲究具体实践和创新,而忽略那些界定的理论和框框。这也许是他们新闻事业较为发达的一个原因吧!

我们找了一些相关资料,还是无法找到一个真正的界定。在国内出版的新闻理论专著上,我们看到了北京语言文化大学出版社出版、刘夏塘主编的《比较新闻学》,书中这样论述外国新闻标题制作要求的:

英文标题制作的主要要求是,依照新闻的“ABC”原则,力求言简意赅,突出重要内容。英文标题常常要删略掉冠词、连词 and 动词 to be 等语法成分或词语,一般不表现为一个完整的

句子。英文标题不采用英语中的所有时态形式来浓缩新闻事实，只用一般现在时、一般将来时和现在进行时，以便使动词既传神达意又具时间感。英文标题一般强调用短小精悍、形象生动的词，少用甚至不用意义空泛和抽象的词，大量使用缩写词（又称首字缩略词）节缩词，灵活使用“生造词”（“生造词”是一种由两个或两个以上的词组合而成的复合词，由于立意生动形象或构造别致而使人难以忘记。如 newscast = news + broadcast（新闻广播），politburo = political bureau（政治局））。英文标题注重结构的精练，一般不使用标点符号，有时使用，是为区分表示各句子成分意群之间的关系和进一步节省标题字数。英文标题并不要求像中文标题一样具有深度和广度，一般着力于以精练的文字概括出新闻中最重要的某一点或某一方面来吸引读者。英文标题几乎不用动词开头，许多新闻媒介都在它们的“编撰手册”（Stylebook）中专门提醒编辑：“Never begin a head with a verb.”（“从不用动词开头”）而且，英文标题中很少掺用形容词和副词。

在日本牧内节男著的《新闻记者入门》（傅宗正译 重庆出版社出版）一书中，有这一段话：

石川达三在论述关于标题的重要意义时，举了如下的例子：

“想要写关于我母亲娘家的三代人的生活，从拿到了笔记本开始，眼看要三年了，由于怎么也没能把中心确定下来，所以无法着笔。某个时候，从人们关于三代有自尊心的议论中，觉察到了贯穿那三代的突出性格，由此得到了《三代的风度——矜持》的题目，于是马上就写出稿子来了。”

这段话看起来，有些不可思议，这个石川达三在说标题的重要意义时，竟然写了这么个粗线条的例子，能说明什么呢？

在汤姆森基金会编著的《新闻写作基础知识》中 倒是有较深入的探讨，但也是没有标准性的界定。

书中有这样一段话：

你可以把马牵到水边，但你却无法强迫它饮水。当你把你的报纸送到读者手中的时候 你会遇到类似的问题 无法强迫他阅读。不过 有一个办法可以诱使他阅读你的报道 那就是 运用精彩的标题。

请设想一下，如果一整版各种各样的消息，连个标题也没有 摆在读者面前的会是一大片密密麻麻、灰蒙蒙的、令人厌烦的铅印字 这条消息与那条消息除了长短不同之外 不再有任何区别 那算什么报纸 因此 为了吸引读者阅读每条消息乃至每一字句，不仅要把版面中的消息逐一隔开，而且需要加上标题。

一个得当的标题 实际上可以使读者兴趣倍增。反之 读者会感到没有任何新东西 或者会由于标题用词极其糟糕 读者根本看不懂。我们所关心的是前一种标题——生动的标题，而不只是一个标签。

每一条消息 头条也好 版面下方的简短消息也好 都值得配一个好标题。一条好的重要动态头条新闻应当至少有一个与事实部分同样精彩的标题。如果标题乏味和含糊不清，就会糟蹋这条消息。对于趣味不那么明显的消息，也应加上好标题作为改进措施。

这段论述后 又强调说：一个好的标题基本上要做到如下三点：

- 一、告诉读者这条消息讲的是什么。
- 二、以迅速而简洁的方式提供这个信息。

三、诱使读者往下读并且“读完全文”。

在另一本美国朱利安·哈瑞斯、克利·雷特、斯坦利·约翰逊著的《全能记者必备》一书中，有一节是专门讲标题的制作技巧的。他们认为：

精彩的标题堪称艺术。它要求技巧和语言的表现能力。但最重要的是想像。在报道一篇关于电视观众看电视打瞌睡情况的调查时，一位想像力丰富的编辑拟出了这样的标题：

Zzzzzzzzzzzzz(呼呼呼……，英语中形容打鼾声)

标题制作是编辑最艰巨的工作之一。记者在导语中用三十个词甚至更多的词表达的东西，编辑只能在标题中用五个甚至更少的词来表达。此外，编辑必须面对这样的事实：即一篇报道真正的吸引力在于标题。标题要激发并抓住读者的注意力，而导语和新闻主体则要维持这种注意。

他们也列出了标题应该符合下列条件：

1. 吸引读者注意。
2. 概括报道中心以便匆忙的读者在一瞥之中就能了解报道的核心。
3. 帮助读者认识新闻的意义。
4. 使报纸对读者有吸引力。

他们还强调，所有这一切都必须在一块小得令人发疯的版面上完成，而且还要加上标题字号的限制。

正由于导语概括了整个新闻，因此大部分硬新闻的标题主要应从导语中产生。事实上，标题是用短而有力、给人印象强烈的词表现出来的导语。新闻主体中的内容可以体现在副题中，如果有副题的话。

由此看来 外国 尤其是西方国家 在新闻标题的界定和解

读上 不仅体现了中西方文化的差异 也表现了对读者受众的角度问题。西方国家由于报纸或其他媒体的经营自主，时刻将读者放在第一位。让读者看 让读者买 首先要吸引读者 所以报纸的标题 不管怎样定义 只要读者看了标题 能买报纸就是好标题。

二 新闻标题的作用

（一 揭示新闻主题

编辑、记者在制作新闻标题的时候 首先就应该考虑到标题是否能够揭示新闻的主题。一篇新闻有时会写几件事，或者同一事务能反映不同的侧面和主题。但是其中总会有个要旨和主题是编辑和记者想要展现给受众的。标题担负的就是要把新闻事实中最具新闻价值的主题提炼出来，以帮助读者明确新闻的核心思想、揭示新闻事实的实质、以防止新闻主题湮灭于新闻主体之中的任务。有句俗话说“看报看题，看书看皮”说的就是这个意思。

在 1946 年 国民党反动派为了迷惑人民逃避内战责任 妄图利用报纸来掩饰其险恶用心。上海《文汇报》看清了蒋介石之流的丑恶嘴脸并加以了披露，一则标题为《内战还要打下去》使国内外顷刻明白了时局的真相，连周恩来都对此事大加赞赏。

（二 概括新闻内容

新闻标题可以用寥寥数笔将一则新闻的主要内容勾画出来，能够方便受众在匆匆一瞥中，大致了解这篇新闻所要说明的主要问题，可以从中获得的信息，可以解答哪些问题。对于新闻标题来讲，它应该成为一篇新闻的阅读向导。受众在看到标题的时候，就会在大脑中反映是否继续阅读新闻的全文，对于没有时间或不感兴趣的新闻，标题应该成为受众获取新闻信息最直接有效的传播者。例如人民日报 1978 年 1 月 14 日的一则

新闻：

长江究竟有多长？源头在哪里？

新华社武汉 1978 年 1 月 13 日电 长江究竟有多长？源头在哪里？经长江流域规划办公室组织查勘的结果表明：长江的源头不在巴颜喀拉山南麓，而是在唐古拉山脉主峰各拉丹冬雪山西南侧的沱沱河；长江全长不止 5800 公里，而是 6300 公里，比美国的密西西比河还要长，仅次于南美洲的亚马逊河和非洲的尼罗河。

为了准确查明长江情况，更好地开发利用长江水利资源，长江流域规划办公室组织的调查组对长江源头地区进行了查勘，取得了不少第一手资料。这次查勘证实，长江源头地区主要有五条较大的水流，它们是楚玛匀河、沱沱河、朵尔曲（目前地图上名为得列楚卡河）、布曲、拜渡河和当曲（阿克达木河），其中沱沱河最长，计 375 公里，当曲第二，其余较短。按照“河源惟远”的原则，沱沱河应为长江正源。

经中国科学院地理研究所按地图重新量算，长江从江源到宜宾一段长 3496 公里，宜宾以下仍为 2884 公里，其中减去因荆江裁弯缩短的 80 公里，合计全长 6300 公里。1974 年，我国测绘工作者曾对青藏公路以西地区进行了测绘工作，正确地反映了长江江源地区的山脉、水系情况，为这次江源查勘创造了条件。

很显然，这则新闻的内容主要就是解决“长江究竟有多长？源头在哪里？”的问题。标题将其概括为两个设问句，一方面道出了新闻的主要内容，另一方面也吸引了受众继续读下去的兴趣。

（三）评判新闻价值

一般情况下，受众可以从新闻标题上来判断新闻事实的新鲜性、显著性、趣味性以及新闻内容与受众的接近程度。这也就是说，新闻标题可以评判这则新闻的新闻价值。这不仅是指新闻标题本身，更加是对整篇新闻在受重视程度、所产生的社会效应、适应社会需要的程度起到一定作用。

一个好的新闻标题不仅“打眼”——有着整齐的布局、精巧的修辞，它还是对能够打动受众心灵的新闻事实的一种升华，能够让受众“动心”。可见，新闻标题从某种程度上可以起到评判新闻价值的作用。

（四）吸引新闻受众

新闻标题之所以吸引受众，归结起来可以有以下五个方面：

第一 能满足受众求知欲望

受众一般比较习惯于从新闻媒体上获取一些信息，具体说就是通过阅读新闻来解答自己在现实生活中所遇到的一些问题和疑惑。而媒体上的许多新闻正是为读者答疑解惑而刊发的，这类新闻稿件的标题，直截了当地将核心问题或者将事实证明了的成功经验和道理摆在受众面前，及时地给受众以客观科学的解答和指导，使受众从中获得教益和启发，极大地满足受众在某方面的求知欲望，自然也就有了超乎寻常的吸引力。

第二 能满足受众最迫切的信息需求

新闻的本质功能是传播各类信息，受众阅读报刊、收听广播、观看电视、上网浏览就是为了解掌握周遭世界所发生的各种信息。因此，能够让人一目了然的新闻标题中的信息含量、质量便成了吸引力大小的关键因素。这种信息型标题，往往是用准确质朴的语言传递新闻中最重要的信息，所以能直接反映出了

人们最关心的信息，新闻信息本身成了是抢眼的亮点。让受众一看新闻的标题，就可以大致了解新闻事实的主要内容。因此，在制作标题时 应该尽可能地凸现事实主体、把握核心信息 以增强标题吸引力。

第三 能满足受众好奇心

好奇是人类的天性，大至很多改变人类生活的发现创造都是源于对陌生神秘事物的好奇而产生的；小至与自身的利益并无直接关系的新鲜事的探询 人们对大千世界中的所见未见、闻所未闻的新鲜事物总是充满的极大的好奇、无疑地，对于新事物、奇事件的报道常常能吸引受众的眼球。古今中外许多精明能干的记者在设计标题时 正是抓住读者的好奇心理 制作出精妙动人、引人入胜的好标题。其中悬念式标题和特异式标题最鲜明的特点是突出新闻事实的奇特性 以奇取胜、凭奇引人。在题材上 可以针对其中最新奇的因素做文章 来增强新闻本身的吸引力。

第四 能引起受众感情共鸣

能够引起受众感情共鸣的标题无疑是最能吸引新闻受众的。但是在制作以情感见长的标题时，切忌矫情诱人、华众取宠 虽然煽情的标题可以一时赢得受众的注目 确没有长久的生命力。文章贵乎以情动人 真正撼人心魄、引人共鸣的标题是切合了新闻的真谛 凭着新闻本身的‘真’和作者真实的‘情’而让读者感动、欲罢不能。一个好的新闻标题需要具备好的外在表现形式（语言朴实通俗、布局雅致）更重要的是要倾注了作者真情实感 嘻笑怒骂皆为文章。但值得注意的是 在抒情性标题的制作中 还应注意情感的正确把握和调适 抒情要自然、贴切、适度 这样才会引起受众的感情共鸣 吸引受众的注意。

第五 能给受众语言美感

新闻标题在某种程度上讲是一种语言的艺术。在相同的新

闻事实和语言环境下，不同的表达方式往往会有截然不同的传播效果。很多受众喜闻乐见的好标题，大多都在修辞和形式结构上独具匠心，给人以语言的美感，充分发挥了汉语言修辞的技巧和优势，满足了中国受众讲究文辞优美的传统心理。在标题制作的修辞活动中，除了要讲究语言的选择和锤炼之外，我们要充分利用比喻、双关、比拟、对偶、对比、借代、反复、设问、拈连等修辞手法在标题制作中，另外，好的标题不会重复已有的语言，而是根据世事的变迁和时代的变革下，不断地在贴切中创造出有新意的好标题来。

（五）调剂美化版面

新闻标题可以利用自身的特点起到调剂美化版面的作用。首先标题是用不同于正文、导语、主体等的字体字号标示而出的。处于文章显著位置，再加之标题分类的繁复，如果编辑能够根据内容的要求将不同形式的标题搭配使用，会使版面富有层次感和参差美。例如斜列式、箭头式、方阵式、旗帜式、眉心式、齐眉式、眉心式、串文式、宝塔式、工字式、对角式、上置式、通竖式、石条式、低格式等等。现代的排版技术更趋于现代化，排版系统中对于字体字号字样的装饰的技术手段更是极大地丰富，这无疑能使相对自身编排相对灵活的标题更起到活跃美化版面的作用了。

（六）直观舆论导向

新闻标题是对新闻事实的提炼和概括，而新闻可以起到引导舆论的作用。作为新闻的“题眼”，新闻标题往往起到了凸显新闻的舆论导向的作用。受众可以通过对一些标题的浏览了解周遭世界正在发生什么事，周围人都持什么观点，主潮流是什么倾向，人们都在倡导哪些新的观点、思想和做法。特别是位于显

著位置的标题，例如刊发在人民日报 1989 年 7 月 26 日头版头条位置的《澄清混乱思想 认清历史责任——人大教师情真意切热忱开导 毕业学生反思动乱明辨是非》就能使受众非常直观地感受舆论的导向。

三 新闻标题拟题的基本要求

(一) 依据事实

新闻标题是新闻主体内容的归纳和概括 那么 在拟制标题时,定然要依据主体内容中报道的新闻事实了。

这里依据的新闻事实有以下几种:

一是事实梗概。这是指新闻所反映的事件整个轮廓和发展脉络;

二是人物形象。这是指新闻所报道的人物外在形象和精神世界的形象;

三是背景事实。这是指新闻报道的主体事实中所嵌入的背景材料 如人物的年龄、职务、文化程度、事件发生的环境、原因及事件的历史发展进程等材料 这里社会环境背景材料 自然环境背景材料 无论是纵剖面 还是横截面的材料都可作为可依据的事实。

《解放军报》1983 年 8 月 5 日发表一篇新闻就是依据事实拟定的标题 其题文如下:

老红军的女儿乐当“烧火兵”

女炊事班长吴伟任劳任怨做好本职工作受赞扬

本报讯(孙其海 李朝荣)女炊事班长吴伟任劳任怨做好本职工作 受到热情赞扬 从“五四”青年节到 7 月中旬 已经有军内外青年来信 55 封 表示要向她学习。

济南部队通信总站八连炊事班长吴伟的爷爷、爸爸都是红军老战士。爷爷在五次反“围剿”时牺牲，爸爸在抗日战争时负伤致残。她带着红军后代的优越感来到部队。不久，被安排到炊事班烧火。开始，她认为“过渡”几天很快就会让她干通信工作，谁知一干就是大半年，她沉不住气了。有一次出差，她顺路回家看望父母。她父亲吴志明了解到她的思想以后，严肃地说：“老红军的女儿当炊事兵有什么不好，挑肥拣瘦的事，咱们红军后代可不干！”在女儿探亲期间，吴志明给她讲我军的光荣传统，讲革命前辈前仆后继的英雄事迹，鼓励她发扬革命精神，当好炊事兵。从此以后，吴伟每月都给父亲写信汇报思想，父亲也不时回信给她鼓励。吴伟头脑中“老红军子女”的思想渐渐地从包袱变成推动自己前进的动力。

吴伟以“老红军的后代”严格要求自己。她趴在锅台上，拱到灶门里，一身汗水，满脸泥灰，和战友一道多次改灶，使耗煤量进一步下降，节煤 29000 多斤。烧火、喂猪、养鸡、做饭，样样都干过，她和大家一起研究腌制小菜 30 多种，学会制作 30 种面食和 20 种菜肴。

《老红军的女儿甘当“烧火兵”》的事迹上了中央电视台。昆明部队司令员张铨秀看了以后，高兴地打电话给老战友吴志明：“老吴啊，孩子没有给你丢脸啊！”

这篇人物新闻的魅力就是真实。惟其真实才具有时代特征，才具有典型意义，也才具有感人的力量。本条消息标题正是将此做为依据的。

它的依据首先在于真实地反映时代精神。甘当“烧火兵”的吴伟代表着 80 年代老红军后代的大多数，他们继承和发扬老红军的光荣传统，把共产主义理想同扎扎实实的工作结合起来，把前辈瞩望和为之奋斗的社会主义现代化变成现实。这是生活的

主流时代的真实。其次，它的依据还在于真实地反映出人物的面貌。吴伟的转变经历了一个过程：她开始是带着优越感来到部队的，通过父亲多次当面和书信教育后，才使她甩掉了“优越感”的包袱，把它变成推动自己前进的动力。新闻通过暴露和解决矛盾的过程，真实地反映了两代人的精神面貌。再次，该新闻标题拟定的依据还在于文中用质朴的语言记叙人物的真情实事。它通过朴素的事实揭示人物的灵魂，有场面、有对话、有表情、有动作、有波澜，毫无虚似之处。

（二）题文一致

标题与报道的内容要相符，不能相悖。标题中所涵概的内容，一定是新闻中的事实。新闻标题中概括的观点和论断，也必须与新闻中内容相一致。

题文一致的要求包括以下几点：

一是标题不能格外增添新闻以外的事；

二是标题不能超越新闻中的数量、质量、深度、长度等数据，不能扩大或缩小；

三是标题不能用新闻中某一个事实以偏概全，当做全局性事实；

四是标题不能突出某一事实，而曲解全部事实；

五是虚题中的理性概括，不能对事实有所拔高或降低。

《文汇报》1981年1月1日刊发了一篇题为《枫桥兴会扶桑客 子夜钟鸣百又八》，就是一篇题文一致的范例：

本报讯（阳言 良耳）凌晨零点，专程从日本赶来中国的
500 多位旅游者，在香烟缭绕的苏州寒山寺里屏息聆听了新年钟声。

日本民间相传，除夕之夜敲钟108下，就能除尽人世烦恼，迎来锦绣前程。由于唐代诗人张继的诗《枫桥夜泊》在日本广为

流传“姑苏城外寒山寺 夜半钟声到客船”的诗句蜚声扶桑 许多日本人梦寐以求能在除夕聆听寒山寺钟声。从去年 12 月下旬开始 来自日本各地的“日本寒山寺除夕听钟声访华团”等 15 个旅游团体的日本朋友，就陆续来到苏州，等待聆听除夕钟声。

除夕晚 10 点正，日本朋友一批批来到寒山寺。午夜 11 点 40 分，寒山寺性空法师步上钟楼，撞响了新年钟声。当钟声响到第 108 下的时候，正是元旦零点正。顿时，日本朋友欢呼雀跃 和在场的中国僧侣和工作人员亲切握手 互致新年问候 洋溢着中日人民的深情厚谊。

这篇新闻短小精悍、新鲜活泼，300 字左右的消息 文短题深 语简意丰。读者似乎看到了香烟缭绕的现场 听到了 108 下古刹钟声，似乎领略了中日两国人民的深情厚谊。其标题用整齐的文字概括了内容 标题与主体内容相一致 准确、精炼地标出了全部内容 其间数字都准确无误。

（三）突出要素

新闻标题中不能如新闻导语中那样尽量多用新闻要素，使读者一目了然。但也要突出重要的要素。

新闻标题中要突出哪一个要素 取决于哪一个要素最能彰显新闻价值 哪一个最能吸引读者 哪一个最能产生重大的影响。

下面这则消息之所以引人注目，原因是突出了要素：

鄂伦春人第一次看电影

新华社呼和浩特 1954 年 11 月 8 日电 生活在大兴安岭的鄂伦春人，首次看到了电影。内蒙古自治区呼伦贝尔盟电影教育工作队 从 10 月 15 日至 20 日 在鄂伦春自治旗人民政府所在地——大兴安岭上小二沟，一连给鄂伦春猎民放映了 6 场电

影。放映的是《中国民族大团结》、《内蒙人民的胜利》和《光明照耀着西藏》等影片。散居在小二沟附近的猎民们冒着雪花赶来观看。有许多人一连看了 6 场 每场观众都有 300 人左右。

记者从平常小事入手 善于见微知著 以小见大 从平凡之中发现不平凡，从鄂伦春人第一次看电影中挖掘出不同凡响的报道主题，从而折射出整个国家的面貌以及党和政府对少数民族的关心。

但是，一看标题便知道新闻的主要内容 读者一目了然 原因是文中的内容 在标题中用要素突出出来了。

人——鄂伦春人 事件——第一次看电影。这一下子便抓住了读者。

（四）长短适宜

长短适宜是指文与题的长短相匹配而合的。从目前的标题制作和新闻受众的需求看，趋势是长题短文，凸题凹文，目的是强化标题的视角冲击和美化版面。

在标题制作时，长题多用于引题，但一般不超过 13 个字。这是心理学家研究的结果，视觉上的最佳运动是眼球每停留一次只能看 4 个字 转动一次后就容易引起眼睛疲劳。另外 报纸的三栏中 每栏只能放置 13 个一号字。

请看下面这则新闻：

著名国画家刘继卣辞世 临终前献出巨幅国画《双狮图》

新华社北京 1983 年 11 月 5 日电（郭玲春 石志民）著名国画家刘继卣今日凌晨辞世。将一生心力付于美术事业的这位艺术家 临终前完成了他的一桩夙愿 将巨幅国画《双狮图》献给