

CDDC计划2007年出书, 稿件征集正在进行中, 欢迎踊跃投稿...



## 小议消息标题的编辑和制作

时间: 2004-12-10 10:02:42 来源: 中国新闻研究中心 作者: 张冉 阅读2616次

发稿: 中国新闻研究中心

作者: 张冉

单位: 北京广播学院新闻传播学院党报党刊研究中心

地址: 北京朝阳区定福庄东街1号

邮编: 100024

消息作为与通讯、评论并举的新闻报道三大体裁之一, 随着人们生活节奏的加快和对信息需求的增多, 不但并没有势微和减弱, 反而又显现出强劲的发展势头。在进入“厚报时代”、“读图时代”、“读题时代”的报业竞争的今天, 哪家报纸拥有了最新、最快、最全的消息报道, 从一定程度上也就赢得了读者, 而赢得了读者, 也就意味着将会在激烈的竞争中胜出。

作为消息重要组成部分的标题, 宛如人的双目一般, 看一个人是否有精神、有朝气和活力, 他的眼睛是最能体现出来的。同样道理, 一则消息报道是否能吸引读者, 引起读者的注意, 在很大程度上取决于其标题制作的成败。标题制作得法、得当, 就可以在瞬间“抓住”读者的眼球, 引起读者的兴趣, 从而吸引着他们进一步往下阅读; 相反, 标题制作得失败, 轻者无法引起读者的注意, 使得记者、通讯员辛苦采写的消息稿湮没于大量的稿件之中, 被读者一翻而过, 使整个消息的价值无从体现; 更严重的, 若是标题制作得不到位, 面目可憎, 或是漏洞、错误百出, 不但会给整篇消息带来损害, 还会使读者无心阅读甚至产生厌恶心理, 进而影响到对整份报纸的正确评价。所以, 报刊编辑人员以及从事消息写作的记者、通讯员等人士, 应该在标题的提炼制作上下一番功夫, 从这一看似细微, 实则事关全局之处, 好好琢磨, 练好基本功, 而不仅仅关注于抓头条、抢时效、报独家。实际上, 标题的制作更显出作者或编辑人员的功力和水平, 显出一份报刊品位与层次的高下, 这不能不引起从事于相关工作的人士的重视。

那么, 消息标题的编辑与制作都需要遵循哪些原则和方法呢?

一、标题必须题文一致, 这是最起码和最基本的要求。制作、写作标题, 必须要顾及消息的内容, 包括标题的判断要在消息中找到充分的依据。绝不能出现题文不符、题不对文, 二者完全脱节的情况。不难设想, 如果读者拿到一份报道, 被题目吸引产生阅读兴趣, 结果读完整篇文章也未发现内容与题目有多大的关系, 那将会是一种什么样的滋味? 恐怕除了一种被愚弄、被欺骗的感觉之外, 还有一种怨恨、愤怒的情绪在里面, 因为他不但没有获得什么有价值的信息, 又被白白浪费了时间和精力。现在有些媒体极不负责任的将一些颇具挑逗性、刺激性的词语不加选择的作为标题来使用, 而不考虑与文章的内容是否一致和相关, 仅仅是为了炒作和惹眼。这种情况必须引起高度的注意, 应该极力避免。尽管在一些严肃性的报纸, 如党报中题文一致方面是过硬的, 甚至不成其问题, 但遗憾的是这种情况在一些娱乐类、生活类报刊中并不鲜见。净化文化市场, 提升报刊品位, 标题本身不过关, 何谈“净化”? 又何谈“提升”?

- 小议消息中的细节描写
- 消息中该不该用形容词
- 舆论监督报道采写特色
- 新闻写作结尾20种形式
  - 吃西瓜与新闻采访
  - 通俗标题略论
- 新闻标题的三种类型
  - 连续报道如何选题
  - 报纸的两种写作风格
- 特稿, 以什么打动人心?
  - 换个角度写独家新闻
  - 探析否定式新闻
- 新闻评论写作四要诀
  - 消息中的议论浅探
- 新闻写作去掉你的形容词
- 硬导语和软导语的选择
- 非事件性新闻的几种写法
  - 体育深度报道探析
  - 消息标题应标明什么
- 谈深度报道的导语写作
- 新闻故事化成因与现状
- 新闻文本结构与意义生成

此外，题文一致还应表现在题目要与整篇文章的格调、基调和主题一致。题目除了与文章内容要对应，再往下引申，就表现在这些方面也要吻合。如果是一篇激情洋溢的文章，题目可以制作得富有感情和气势，可以用一些形容词、副词来烘托气氛，增强表现力；如果是一篇严肃庄重的消息稿，标题则也应该婉约、含蓄、内敛，与文章保持整体的和谐。总之，题文一致应建立在作者或编者对文章准确充分的把握和熟悉的基础上，如果连自己所要制作标题的文章都不熟悉，那怎能设想会有贴切、恰当的标题呢？

题文一致还必须做到二者都要准确翔实，不能自相矛盾，莫衷一是。2004年6月17日，雅典奥运会门票运抵北京，6月18日，各大媒体都做了相关报道。笔者对比了18日当天的《北京日报》第5版《近千张奥运会门票公开发售》和《劳动午报》第5版《雅典奥运会门票昨日抵京》的两则消息，发现有明显不同。《北京日报》称：“中国分得的首批4000张雅典奥运会门票80%已由代理旅行社打包售出，还有1000张左右门票向社会公开发售。……”而《劳动午报》则称：“……近4000张雅典奥运门票……90%已经被预定，……现在还剩下10%，留给市民购买……”80%与90%，近4000张门票与4000张门票，究竟是孰是孰非？恐怕一般读者都很难做出明断，但肯定有一处报道不准确。如果说《劳动午报》的标题尚算中性的话，那《北京日报》的标题所述内容，则与其文中不符了。所以无论作者还是编者，都要对文章进行核实比较，不能犯这种低级性错误。

二、标题应该做到一语破的、一针见血的点出文章最为精彩的部分。制作标题要能突出最新鲜的、最重要的、最有特点的、最本质的事实，尽管在传统的倒金字塔结构中，导语应是对整篇消息的概括和提炼，但标题应是对导语的进一步浓缩，或是对文章最核心部分的说明。从这个意义上讲，它比导语的地位更高一层。毕竟，人们还是先接触到标题，了解“发生了什么事”，再接触导语，知晓简单的情况，再进一步读正文，熟悉整个事件的全貌的，是标题——导语——正文这样一个过程，它符合人们的认知心理。比如2004年6月18日《北京日报》第6版“经济新闻”版中，头条新闻《本市销售电价平均上调3.4分》即用大字将标题突出，且一句话就概括出了消息中最核心的部分，令读者一目了然，若是无法进一步阅读、详细了解的，看到这个标题，也就了解了基本内容；若是不满足想进一步了解的，还可以接着往下读导语；若是想探究电价上涨的原因的，还可以接着读正文。一环扣一环，给予读者充分的、自由的选择权。

三、标题必须做到简洁明快。对于写作来说，简洁明快的文字，流畅的文笔是一个人良好文风的体现，标题也不例外。作标题要善于省略，就是要省略掉那些消息的来源、不必要的议论，只保留事实的核心部分和事情发展的结果。同时，必须善于概括，在锤炼字句上下功夫，适时、适当的采用简称。比如《北京日报》于2004年6月19日在第3版“综合新闻”版中刊发的一则消息，主标题为《遗留化武可能达500枚》，文字言简意赅，使读者一下子被日军当年在中国遗留下的如此数目之多的化学武器所震惊，也引发了对日本遗留武器给中国人民造成伤害的隐忧。省略并不意味着删弃，一些说明性、解释性或是交代场景、烘托气氛的内容可以在副标题或引题中予以点出说明，还可在文章中进行指出。但是若把这些内容加入主标题中则是不必要的，这会使整个标题显得冗余不堪，还未开读，便难免会令读者产生视觉疲劳。

还有一点需要注意的是，省略不是无限度的，也不是无原则的，如果为了所谓的简洁和省略，而使标题制作得莫名其妙，含混不清，不知所云，甚至引发歧义，则是有悖初衷的了。应做到既要简洁利落，又要清晰易懂。再举《北京日报》为例，该报2004年6月18日于第6版刊发了一条题为《市民大兴摘走西瓜400万公斤》的新闻，读后才知道，原来是讲北京市大兴区西瓜丰收，吸引游客纷纷前来旅游采摘，体验农家生活的事情。但这个标题笔者认为有待商榷，主题并不突出，难免产生歧义，若是了解相关情况的还好一点，若是从未听说过的，还以为大兴发生了市民哄抢西瓜的闹剧。联想到时常看到有鲜花、雨伞被哄抢的新闻，还以为二者如出一辙，是批评市民道德素质之差的。如此一来，得出大相径庭的判断的可能性，则不能说不是没有，恐怕不能单纯迁怒于读者理解力水平不高吧，还应该算是标题制作的问题。省略也要以

说清问题、得出正确认识为原则，不该省的绝不能随便、想当然的省略。

四、标题应该体现出旗帜鲜明的特色。作标题要有明确的是非观念，标题应有破有立，或者标出赞成什么、反对什么，或者只标出赞成什么，或者只标出反对什么。标题应该含有鲜明的爱憎感情，当然要有感而发，忌无病呻吟，不宜堆砌词藻，要通过多种方式表达丰富细腻的感情。标题有如文章的眼睛，是作者最先触及的地方，它是集文章的神采、文采，作者的好恶于一身，同时也体现编者的意图，同时也可以作为报纸“发言”的一个途径。面对纷繁复杂的社会问题，作者通过自己的观察研究，发之于笔端，表明自己的态度和立场，给读者以启示。标题也承载着这一任务，所以，它不能拖泥带水，闪烁其辞，模棱两可。这一点，尤其对于各种严肃类报纸特别是党报最为重要。作为党和政府耳目喉舌特征最鲜明体现的各级党报，集中代表着党和政府的原则、立场，所以在事关改革发展与党和国家切身利益的问题上必须表明自己的态度。比如在推进城市化进程中由于城市容量扩张而出现的“城中村”或是企业发展带来的“厂中村”问题，困扰和制约着城市的发展，《北京日报》在2004年6月19日头版即刊载一条消息《坚决消灭建成区内的“城中村”》，旗帜鲜明地表明了北京市委市政府决心根治这一发展问题的决心。有人认为只有在涉及评论内容时，才会要求在标题上表明立场，其实不然，只要运用得当，同时消息本身又的确能反映出当前党和政府工作的重点问题时，也完全可以通过标题上的立场反映，来配合工作，服务大局。

当然，不是所有的消息标题都要表现旗帜鲜明的立场，这里主要是针对时政性、政策性消息而言，如果是科技性、人文性等情况介绍性质的消息，则又另当别论。此种消息的标题制作只要符合上面提到的第三个要求，简明扼要的突出主题就算做完成了任务，因此是不能一概而论的。

五、标题应该努力实现生动活泼的特色。这主要是针对增强报纸的可读性而言，在制作标题时，要注意选词和采用多种修辞方式，给消息稿增色，使文章可读，使读者乐读。标题写得生动活泼，使读者倍感亲切，不但有继续读下去的愿望，还会对消息的作者、对编者乃至对整份报纸产生好感和敬意。用生动活泼的形式使标题增彩，也是贯彻“三贴近”原则：贴近实际，贴近生活，贴近群众的途径之一。当前，各新闻单位正在大力开展改进文风和改革报道形式的活动，牢固树立“读者意识”，在标题制作上下一番工夫是一点也不为过的。总的说来，就是要坚决克服那种高高在上的说教式的标题，克服那种板着脸孔，严肃得甚至有些冷酷的标题。这样的标题出现在我们报纸的版面上，势必会拒读者于千里之外，更不要说有往下进一步阅读的可能。在这方面，一些成功的晚报、都市报和生活类报纸已经在此先行了一步，党报还需要进行一番努力。其实，读者普遍的都有这样一个感受，只有党报上的消息报道是最可信赖的、是最为权威的。晚报、都市报等类报纸要常常转载党报上的消息，为什么党报不能利用好这一优势，在标题制作上做一番琢磨，切实提高党报的宣传水平呢？《北京日报》2004年6月18日第5版《40吨垃圾一上午运走了》，6月19日第5版《昨晚暴雨挑地儿下》，虽然都是社会新闻，但标题制作的口语化，贴近了普通百姓，使可读性由然而生。可见党报在制作标题上是大有开拓余地的，关键还是在于改变那种习惯性的僵化的思维模式。

当然，对于一些政治性、政策法规类的消息，特别是一些会议报道和领导同志活动报道，标题制作仍然应该以严谨朴实为特征，不宜过于雕琢和口语化，当然可以在相关的后续报道中进行尝试。这实际上还是一个度的把握，孔子说：“过犹不及。”究竟在多大范围内实现标题制作得轻松活泼，还有待进一步商榷，这还涉及到报纸的定位、当前宣传报道的重点以及国内外形势等许多方面。但不加选择，不予区分的将所有标题都作得花里胡哨、眼花缭乱，势必会分散读者的注意力，也会令读者对这则消息的准确性达上问号，这显然也是不妥当的。

标题的制作是一件看似简单而实际不易的工作。它需要无论是作者还是编者，都对读者、对稿件、对报纸采取负责任的态度，即要与整篇文章相配合，又要与整个版面相协调，乃至与整个报纸相统一。它的制作还涉及经验等方面。所以，无论从何种角度来说，它都值得每一个新闻工作者认真的加以对待。



CDDC刊载文章仅为学习研究, 转载CDDC原创文章请注明出处!

相关文章: 标题

- [高校新闻网站新闻标题制作初探 \(2007-4-16\)](#)
- [网络新闻标题的微观操作之道 \(2007-2-28\)](#)
- [通俗标题略论 \(2006-10-12\)](#)
- [新闻标题的三种类型 \(2006-10-12\)](#)
- [浅谈新闻标题的“巧借”艺术 \(2006-6-27\)](#)

[>>更多](#)

[小议消息标题的编辑和制作](#) 会员评论[共 0 篇]

[我要评论](#)

会员名

密码:

提交

重写

[关于CDDC](#) ◆ [联系CDDC](#) ◆ [投稿信箱](#) ◆ [会员注册](#) ◆ [版权声明](#) ◆ [隐私条款](#) ◆ [网站律师](#) ◆ [CDDC服务](#) ◆ [技术支持](#)

对CDDC有任何建议、意见或投诉, 请点[这里](#)在线提交!

◆ [MSC Status Organization](#) ◆ [中国新闻研究中心](#) ◆ 版权所有 ◆ 不得转载 ◆ Copyright © 2001--2009 [www.cddc.net](#)  
未经授权禁止转载、摘编、复制或建立镜像. 如有违反, 追究法律责任.