

从信息量的角度看新闻标题的制作

○王 珩

【摘要】现代人生活节奏快,没有时间也没有精力对媒体上的每一条新闻从头到尾逐字逐句阅读。人们在阅读新闻时,注意力首先会集中在新闻标题上。本文从信息量的角度考察揭示新闻标题的发展趋势、制约因素及制作方法。

【关键词】信息量 新闻标题 制作

陆机《文赋》曰:“石韞玉而山晖,水怀珠而川媚。”平淡无奇的石头因蕴藏着宝玉而使山川绽放着夺目的光辉,山川溪水因有了宝珠的存在便拥有了光彩和可爱。新闻作品那些传神而又富有魅力的标题,就象山中的美玉、水中的珍珠,能够激起读者内心的波澜,磁石般地吸引读者去阅读新闻。因此,长期以来一些新闻工作者非常注重新闻标题的制作。

现代人没有时间,也没有精力对媒体上的每一条新闻从头到尾逐字逐句阅读。人们在阅读新闻时,注意力首先会集中在新闻标题上。所以说,把新闻信息尽可能多的置于标题中,让读者看过标题之后,就能够知道这篇新闻写了什么事,这一点至关重要。

一、新闻标题信息化的表现

1、新闻标题越来越长

读者对新闻的选择往往是通过浏览新闻标题来实现的。于是,新闻工作者在标题中融入更多对读者有吸引力的信息,这样增加信息量势必造成了长标题的发展趋势。2004年5月16日《羊城晚报》有一则新闻的标题“烧烤店暖暖的蹂躏夜广州(主题)”“火焰像放毒一样大肆

燃起,噪音像凶神一样刺激神经,私己之欲不依不饶蚕食大众安宁(副题)”。2010年10月14日《21世纪经济报道》有一则新闻的主题是“五中全会最大看点是十二五规划”,副题长达100个字。可见,该报编排者是有意追求这样的长标题的。

2、标题主体化趋势明显

新闻工作者要在标题中增加信息量,就必然要把新闻的主体内容表述出来,让读者读完标题后,对这条新闻就已经有了一个轮廓。现在看报纸,人们都有一种感觉,就是信息量越来越大,在标题层面就能获取一种实实在在的信息,标题即是新闻。比如2008年3月22日《人民日报》一组新闻标题“国内外社会各界为冰雪灾区捐赠22.75亿元”、“东西扶贫协作企业投资首超千亿”、“广钢韶钢并入宝钢”。《人民日报》作为党的机关报尚且如此,其他省级日报、晚报新闻标题主体化趋势更加明显。

3、复合式标题变多

为了增加新闻标题中的信息含量,新闻工作者在新闻标题的结构上改变了过去的单一式结构,更多地采用复合式结

构。一则新闻采用引题、主题、副题等多种形式,甚至利用小标题组成标题群。例如:
(引题)青山寂静倾听深切思念 听江奔腾激扬奋斗力量

(主题)纪念四川汶川特大地震一周
年活动隆重举行

(副题)胡锦涛出席并发表重要讲话
李克强出席

——新华社2009年5月13日

(引题)2000亚洲预测

(主题)21世纪:亚洲要坐庄?

(标题群)A 亚洲在崛起

B 美国正在买日本!

C 欧美,两个狠对手

D 几个“火车头”一起开

——《羊城晚报》1999年12月31日

在“都市快餐”似的快节奏生活中,增加新闻标题的信息量显得越来越重要了。当然,不能把新闻标题等同于新闻内容,也不能用单纯的信息量来评价一则新闻标题的优劣、好坏。新闻标题只是新闻报道整体的一个组成部分,它具有很多自身的创作原则和要求,不能一味地追求信息量。新闻工作者对一个新闻事实进行观

察后,要对其进行多次的提炼,总结出要在标题中展现的信息,然后进行加工创作。这其中要受到报道事实、传播者的意识、选择的角度、读者等多因素制约。因此信息量只是评价新闻标题的一个重要零件,而不是唯一条件,那些信息量并不算多,但却言简意赅,吸引读者的好标题比比皆是。《中国青年报》2006年1月1日的一则新闻标题“流浪的‘小鸟’再也不用租窝”(小鸟比喻刚参加工作的年轻人),《人民日报》2008年8月11日对奥运会的报道标题“十日决出游泳四金”。这类标题只是从众多的新闻信息中筛选出部分信息,并对其进行文字上的处理,然后呈现给广大读者,这不也同样产生了吸引力,吸引了读者的眼球吗?

二、新闻标题信息化的制约因素

1、事实的真实性

新闻具有真实性、时效性、准确性的特点。作为新闻的一个重要组成部分,标题也应该具有真实性的特点,标题中呈现的信息必须是真实的、客观的。新闻工作者在创作新闻标题时需要把事实作为第一要素。例如1978年新华社陕西分社社长冯森岭到延安采访后,针对农民生活困难的问题,写下题为“延安有很多农民上街要饭”、“延安农民去年口粮不足二百斤,大家深切怀念毛主席在延安的日子”的新闻标题。为此冯老受了不少苦,但却展现了一个新闻工作者的责任感和使命感,受到了大家的尊重。新闻标题必须用客观事实来说话,但是一些新闻工作者为了吸引读者的眼球,利用读者的好奇心,在新闻标题创作中哗众取宠,表述上花样百出,违背了新闻的真实性原则,形成了恶搞的效果。例如南京一行人死于车祸,一些媒体的新闻标题竟然是“骑车人中头彩惨死”,这种戏谑的题目只能引起读者的反感。

2、方向的引导性

新闻具有引导舆论、指引方向、弘扬社会正气、宣传社会公德、沟通思想的作用。所以标题展现出的舆论导向必须是正确的,这制约了新闻标题的信息数量,同时也为其提供了一定的发挥空间,可以说是一把双刃剑。例如要提倡什么,反对什

么,体现出哪种社会主旋律,是否要展示出人文意识和人文关怀,要造成哪种社会影响……这些都可以影响标题中的信息数量。1987年的一则新闻《乔副教授登门纠正误诊》就展现出了一位知错能改、勇于道歉、能够认真纠正自己的错误的医生形象。2007年新年之际,《人民日报》有一则新闻标题“寒冬小村涌动融融暖流总书记踏雪看望坝上乡亲”,虽在隆冬,但“春意”却铺面而来。

3、主体的个性意识

新闻记者首先是作为社会个体存在的,他们有着不同的人生观、世界观和价值观,然后才是新闻传播者。新闻标题的创作者在审视和捕捉新闻信息前已经具有了强烈的个性特点,在捕捉事实、提炼信息、创作标题这一过程中主体的认识水平、新闻素养、价值取向则进一步展现出来。由于个体的自身条件不同,不同的新闻工作者对同一新闻的报道所选的角度和进行阐述的内容、方法也不会一样,在标题中包含的信息数量自然就不同了。同时,作为新闻载体的报刊杂志,它们的性质不同,叙述方式自然就不同,这必然影响到了新闻标题中的信息数量。

4、客体的满足性

新闻的读者,不是简单的被动的接受者,而是一种反方向的能动参与者。作为传播者必须理解他们的要求,听懂他们内心的呼声,认识他们的现状。这样创作出的新闻标题才是有的放矢,才能真正满足新闻读者的需求。新闻工作者需要从读者的角度来考虑问题,尽量多的在标题中为他们提供所需要的信息。

新闻标题是语言的艺术,要增强标题的感染力和吸引力,增强标题的信息含量还得考虑制作标题的技巧及方法。

三、新闻标题的制作方法

信息在标题中的展示最终还是要落实到语言文字上,语言文字是新闻信息的输出载体,信息要借助于文字手段加以输出。语言文字掌握熟练的新闻工作者在创作新闻标题时对信息量的掌握较好,可以为读者展示较多的信息,其中既有客观的新闻信息,又有主观的情感信息。

1、表“情”要丰富

标题中信息的输出要借助于文字,自然就重重的打上了文学的烙印,具有了文学的特点。白居易说“感人心者,莫先乎情”。文学是表达情感的一种手段,在新闻标题中要用简单的语言来表达丰富的意蕴。例如蛰居的吴佩孚不愿当汉奸,移居上海,《大公报》编辑制作了“吴子玉南下”的新闻题,主笔张季鸾先生则在标题上加上“翩然”二字,结果标题定为“吴子玉翩然南下”这增加的两个字充分展示了对吴佩孚的赞扬之情,充分体现了情感信息。

读者从标题中经常可以体会到新闻记者对新闻事实的关注、愤怒、讥讽等情感,这种标题可以唤起读者的共鸣。例如《中国青年报》的一则新闻标题“别让英雄流血又流泪”,还有获得第八届“中国新闻奖”一等奖,反映香港回归的新闻标题“别了,‘不列颠尼亚’”,新闻事实是客观存在的,经过新闻工作者的生花妙笔创作出的标题具有了浓厚的情感信息,其文学意味是显而易见的。

2、语言要明了

新闻工作者在标题的语言上尽量要做到精,内容上尽量做到全。所以标题的语言要明白晓畅,容易理解。例如《北京晚报》在马季先生辞世后,写了一篇题为“数千市民泪别笑星马季‘粉丝’现场模仿秀”的新闻,语言直接明了,简洁易懂,传递出人们对马季先生的怀念。《环球时报》有一则新闻,标题为“阿富汗成了毒老大”,“恐怖大十字见鬼去吧!”,用口语化的方式传递了异国他乡的生活现状的新闻信息。但是语言的明了并不意味着一定要“俗”化,这只是一种有利于群众理解的表达方式而已。

3、手段要多样

新闻标题具有相对的独立性,它可以利用丰富的文学手段来增加其信息含量,使其内容丰富生动起来,可以富感情于其中,富褒贬于其中,富形象于其中。人们在阅读新闻标题,获得信息的同时,还带来了心灵的悸动,得到了美的体验。文学手段是丰富的,标题用来增加信息量的手段自然也是丰富的。

(1) 修辞的运用。拟人、比喻、引用、

“汉字听写”节目对电视发展的启迪

○胡芑原

【摘 要】去年夏天,由央视科教频道推出的“中国汉字听写大会”,用符合电视规律的合理合情和富于创意的形式,展现出丰富多彩的文化之美,在一定程度上就弘扬民族文化和谋求商业价值找到了新的方向。

【关键词】汉字听写大会 传统文化 创新

继跳水、相亲类娱乐节目之后,歌唱选秀类节目又扎堆出现,引进节目呈井喷状态,当前电视节目存在比较严重的雷同化现象。电视频道是有限资源、稀缺资源,提供什么样的节目应当综合考虑,科学安排。但是当下电视已愈来愈成为“娱乐”的代名词,电视娱乐化也暴露出一系列弊病——泛化、同质化、低俗化等现象招来“娱乐至死”的追问与批判,同时引起受众、媒体、政府多方利益的冲突与纠葛。如果各电视频道都扎堆播出相同节目类型,必然挤压了其他类型节目的空间。同时,娱乐节目雷同化现象严重,会造成荧屏单一乏味,观众审美疲劳。

而中央电视台、国家语委共同举办的大型电视活动——央视科教频道推出的“中国汉字听写大会”节目,吹来一股清新醒脑的文化风,一定程度上扼止了电视中传统文化的颓势,弘扬了博大精深的汉字文化的魅力,受到观众的普遍欢迎。“汉字听写”节目的创意为电视注入了新鲜血液,其经验值得认真思考和总结。

一、创新节目内容,突出文化亮点

“汉字听写大会”的鲜明特色是知识性和文化性,当然也有一定的娱乐性。它集综艺、知识、文化于一体,汇聚全国各地识字最多的青少年和文化名人于一堂,通过知识的交流、文化的碰撞,营造了一种

文化普及的良好氛围。

在“汉字听写比赛”中,看不到梦幻的灯光、华丽的舞台布置,更没有各种明星来献艺助阵,来自全国各地的中学生成为节目的主角。比赛过程中的紧张气氛,充满悬念的戏剧性,精彩的成功和令人扼腕的失利,再加上学生们朴实、自然、真实的表现,同样产生了愉悦大众的娱乐功能。观众为选手吊着一颗心,捏着一把汗,在紧张专注中观看选手比赛,从充满激情的快乐中学会了新知识,电视人也实现了“寓知识于比赛”、“寓学习于娱乐”、“寓文化于节目”的初衷。由此看,独特的文化元素是“汉字听写比赛”不同于其它

对偶等修辞方法都可以用来增加标题中信息的数量。比如:

对偶:葛优越演越坏成杀妻凶手,海璐飘来飘去造超级恐怖

——《城市晚报》2005年4月12日

引用:待来年,重整旧山河

——《钱江晚报》2006年2月24日

(2)细节的形象运用。利用文学形象和刻画人物的手法来增加信息含量。2005年5月5日《羊城晚报》报道宋楚瑜表妹期待表哥归来的标题“表妹忆楚瑜童年

趣事泪盈眶。”

(3)标点符号的运用。标点符号在标题中的应用,已成为一道独特的风景。对于增加信息量、扩展新闻内容具有重要的作用。2004年8月8日《北京青年报》的一则新闻“国足主场1:1失利,日本队‘手’住冠军杯(引题)”“累‘手’黑‘点’儿背‘无言以对’!(主题)”用了四个感叹号增加了内容信息和情感信息。

除此之外还可以利用文学手法,复合式标题句式的变化等方式来提高标题的

吸引力,增加信息量。□

参考文献

殷丽芳,《新闻标题新闻化初探》

[J].《新闻导刊》2002(3)

冯印谱:《新闻标题制作100招》

[M].南方报业出版社,2006

蒋晓丽:《现代新闻传媒标题艺术》[M].四川大学出版社,1998

(作者:鞍山师范学院新闻学专业副教授)

责编:周蕾