

<<标题的制作理念与艺术技巧>>

图书基本信息

书名：<<标题的制作理念与艺术技巧>>

13位ISBN编号：9787511514165

10位ISBN编号：7511514162

出版时间：2012-11

出版单位：人民日报出版社

作者：彭朝丞 著

页数：562

字数：580000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<标题的制作理念与艺术技巧>>

内容概要

上世纪80年代,《标题的艺术》一出版,便受到新闻界同仁的好评和广大读者的厚爱,销量超过十万册。

其后,著者随着研究课题不断转换,但对标题制作的研究却未中断,在此基础上才有《新闻标题学》的出版。

一位新闻业者载文评述说:“这本书不愧是近几年来新闻学苑里绽开的一支‘奇葩’。

它犹如。

一位循循善诱的老师,把我带进标题制作的课堂。

”我国新闻界一位有声望的前辈说:“这本书是对新闻学的新贡献。

”

而今作者又增补了多媒体新闻标题制作及字斟句酌品标题等内容,写成了这部《标题的制作理念与艺术技巧》。

彭朝丞主编的《标题的制作理念与艺术技巧》分理论篇、操作篇,品评篇和延伸篇四大部分,共八章,新增章节内容多达二十余万字。

一章一节,立论行文都紧紧围绕与制题现实需要同行,做到立足实用,人世人时,言之有物,耐读有用,尽可能多地在认知上与实际操作土,给读者一些扎扎实实的启发和帮助。

<<标题的制作理念与艺术技巧>>

作者简介

彭朝丞，1934年生，四川资中人。
现为中国社会科学院新闻与传播研究所研究员。
1950年考入西南军政大学，毕业后在部队长期从事新闻工作。
80年代初，由解放军报社转业后到中国社会科学院新闻所研究新闻业务。
发表各类新闻作品百余万字，出版著作17部，有30多篇论文在全国各层次的评比中获奖。
编辑过多种新闻期刊和图书，曾任《中国新闻年鉴》编辑部主任；为《中国新闻实用大辞典》等多种辞书撰写了数十个条目。
1992年起，作为有突出贡献的新闻学者享受国务院颁发的政府特殊津贴。

<<标题的制作理念与艺术技巧>>

书籍目录

第一部分 理论篇

第一章 标题的内涵与种类

第一节 《标题的制作理念与艺术技巧》的研究预期

第二节 标题的内涵

第三节 标题的演变

第四节 标题的种类

一、肩题

二、主题

三、副题

四、插题

五、提要题

六、边题

七、尾题

八、栏目题

九、组合题

第二章 标题的作用与特色

第一节 标题的作用

第二节 标题与新闻媒体

一、报纸新闻标题

二、广播新闻标题

三、电视新闻标题

四、网络新闻标题

第三节 标题与新闻体裁

第四节 消息标题与通讯标题的不同特色

第五节 新闻评论标题制作精要

第二部分 操作篇

第三章 标题制作的原则与技巧

第一节 标题制作的基本原则

一、突出新闻价值

二、体现宣传价值

三、文词精粹，规范准确

四、题从文事，题文一致

五、要素齐备，不苛求全

六、评价适度，中肯鲜明

第二节 标题制作的艺术技巧

一、落笔实在，言之有物

二、概括精当，凝练精警

三、诸种关系，虚实居首

四、潜心探索，忌步后尘

五、巧合引申，尺水兴波

六、饱含激情，引人爱读

七、长于表现，疏于陈述

八、多用动词，务去粉饰

九、评点事理，立言达意

十、平易亲切，望文生欢

<<标题的制作理念与艺术技巧>>

十一、立意新深，气盛理直

十二、简单明快，一目了然

十三、折射映照，引人思索

十四、质朴无华，淡雅多意

十五、突出一事，少及其余

十六、巧用数字，传神生辉

十七、藏而不露，反常成趣

十八、反义对用，互为映衬

十九、古句新用，巧取珠玉

二十、活用成语，文题增辉

二十一、眼界宽阔，深入开掘

第四章 标题常用范式及标点在标题中的应用

第一节 标题常用范式

一、哲理式

二、口语式

三、亲历式

四、陡转式

五、概要式

六、描摹式

七、叙述式

八、对比式

九、悬念式

十、生发式

十一、评论式

十二、章回式

十三、创新式

十四、解读式

十五、对仗式

第二节 标点在标题中的应用

一、标点在标题中的重要作用

二、标题中锤炼标点的两原则

三、几种有特殊表达作用的标点的使用

第五章 标题的辞格艺术

第一节 形象类辞格

形象具体——话“比喻”

人物交融——话“比拟”

活脱生动——话“移就”

换个名称——话“借代”

烘云托月——话“衬托”

声情并茂——话“摹拟”

如见如闻——话“示现”

以物征义——话“象征”

第二节 强调类辞格

即问即答——话“设问”

问而不答——话“反诘”

正反对照——话“对比”

重叠强调——话“反复”

<<标题的制作理念与艺术技巧>>

变更语序——话“倒装”

参差错落——话“错综”

言过其实——话“夸张”

第三节 贯通类辞格

上递下接——话“顶真”

循环往复——话“回环”

排迭串联——话“排比”

工整匀称——话“对偶”

连及他物——话“拈连”

第四节 含蓄类辞格

含蓄意会——话“双关”

表里各异——话“反语”

曲言婉转——话“委婉”

跌宕起伏——话“跳脱”

隐而不发——话“藏词”

第五节 幽默类辞格

模拟出新——话“仿拟”

将错就错——话“飞白”

就名生义——话“顾名”

诙谐有趣——话“歇后”

第六节 深化类辞格

奇言意深——话“警策”

典故寄意——话“讽喻”

环环相扣——话“层递”

复字重言——话“叠字”

情意相通——话“呼告”

引中发挥——话“释语”

真切引人——话“引用”

第七节 变形类辞格

新鲜风趣——话“拆词”

寄意传情——话“镶嵌”

巧取移用——话“异语”

简化缩合——话“节缩”

第三部分 品评篇

第六章 字斟句酌品标题

第一节 关于“舆论导向”的品评

- 一、莫让珠光宝气迷了眼，“未富先奢”须引导
- 二、专家之言虽重要，但不能消弭“把关人”的职责
- 三、厘清新闻事实内部因果关系，相互对接应准确
- 四、“标题党”忽悠读者之制题伎俩，不应“拿来”
- 五、关注社会效果，切忌就事论事拟题
- 六、不给不良文化提供传播平台，营造健康舆论环境

第二节 关于“语法结构”的品评

第三节 关于“语序次序”的品评

第四节 关于“语义搭配”的品评

第五节 关于“引语规范”的品评

第六节 关于“缩语简化”的品评

<<标题的制作理念与艺术技巧>>

第七节 关于“成语使用”的品评

第四部分 延伸篇

第七章 报纸标题的排列美化与字号字体的组合

第一节 版面区间划分与标题布局及字号字体组合原则

第二节 题文处理与标题字号的选配

第三节 标题的编排形式

第四节 标题的装饰与美化

第八章 特殊题型的制作及标题与导语的分工

第一节 导语式题型的制作

第二节 按语式题型的制作

第三节 标题新闻的制作

第四节 标题与导语的分工配合

<<标题的制作理念与艺术技巧>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>