

<<现代新闻传媒标题艺术>>

图书基本信息

书名：<<现代新闻传媒标题艺术>>

13位ISBN编号：9787561416433

10位ISBN编号：7561416431

出版时间：1998-3

出版时间：第1版(1998年3月1日)

作者：蒋晓丽

页数：275

字数：210000

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>

<<现代新闻传媒标题艺术>>

内容概要

《现代新闻传媒标题艺术》是一本研究新闻标题的书，旨在通过对现代新闻传媒中各种新闻标题及其他标题的功能、原理、结构、特性、类别等的探讨，寻求它们的自身发展变化的规律，归纳、总结新闻标题的制作艺术。

“看书先看皮、看报先看题”，这是人们在读书看报的经验中得出来的感性认识。

根据人的视觉线位移规律，标题通常是给予读者的先入为主的第一感觉。

此书的研究对象为广义的新闻标题，其定义如下：在新闻传媒中（以报刊为主）用来揭示、概括、浓缩、评价新闻或文章的一段文字，它放在正文之前或最显著突出的位置，所用字号一般大于正文。另外，本书也涉及到新闻传媒上的广告标题，并对此作了一些粗略的归纳和探讨。

<<现代新闻传媒标题艺术>>

书籍目录

前言第一章 新闻标题的功能 一、提示内容 二、评价内容 三、激发兴趣 四、美化版面 五、体现风格第二章 新闻标题的基本构架 一、主题 二、引题 三、副题 四、复合题的内在关系第三章 新闻标题的主要类型 一、消息标题和通讯标题 二、会议标题和政策标题 三、新闻评论标题 四、图片新闻标题 五、标题新闻 六、提要题 七、大标题、插题第四章 新闻标题的一般制作程序及方法 一、通过读稿找出制作标题的内容 二、从新闻导语中找到制题材料 三、确定标题是否表态及表态的方式 四、制作标题时容易犯的错误第五章 制作新闻标题的基本技巧 一、使标题富有“动感” 二、赋标题以新意 三、使标题有意境 四、使标题有戏 五、赋标题以色彩 六、使标题富有民族文化特色 七、其他技巧 八、同一新闻的标题比较第六章 新闻传媒的广告标题 一、广告标题的作用 二、广告标题的类型 三、广告标题制作技巧与要求附录 附录一：新闻标题常用古诗文选录 附录二：几组新闻的标题选录 附录三：有关香港回归报道的标题选录 附录四：台湾报纸的闻标标题选录

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>