

# 中文报纸“叙事性”新闻标题的语用研究： 调查与分析\*

王鑫 陈新仁

(山西财经大学,太原 030031;南京大学,南京 210093)

**提 要:** 新闻标题历来被比成新闻报道的“眼睛”,往往都采用短小精练的表述方式呈现。然而,笔者注意到近年来地方报纸的某些版面经常使用较长篇幅,详细具体叙述新闻事件。针对这一新现象,本研究从历时与共时角度开展比较,通过定性分析与定量统计发现“叙事性”新闻标题的使用在不同出版时代、不同新闻类别、不同类型报纸方面存在明显差异。基于语言顺应论的分析表明,该类标题具有多种语用功能,相关访谈结果可以支持该理论指导下的分析。

**关键词:** 新闻标题;叙事性的;顺应论

中图分类号: H030

文献标识码: A

文章编号: 1000-0100(2015)02-0023-6

DOI 编码: 10.16263/j.cnki.23-1071/h.2015.02.005

## An Empirical Pragmatic Study of the “Narrative” Chinese Newspaper Headlines

Wang Xin Chen Xin-ren

(Shanxi University of Finance & Economics, Taiyuan 030031, China; Nanjing University, Nanjing 210093, China)

Newspaper headlines, which are often compared to the “eyes” of news reports, are generally terse and brief. However, it is noted that in recent years some reports in local newspapers sometimes choose to employ lengthy and detailed statements. As a response to this new noteworthy phenomenon, this paper conducts synchronic and diachronic comparisons in qualitative and quantitative terms. It is found that the use of “narrative” headlines varies in terms of publishing time (across ten years), newspaper types (between national and local newspapers), and report content (concerning peoples’ livelihood and current politics). The discussion in light of Adaptation Theory reveals that the use of “narrative” headlines can realize some important pragmatic functions, which is supported by the results of an interview.

**Key words:** Newspaper headline; narrative; Adaptation Theory

### 1 引言

新闻标题是新闻报道的重要组成部分,是揭示、评价和组织新闻内容的最精练的文字,是引导受众理解和阅读新闻的纲要,是满足受众新闻信息需求的手段,是在读者“一瞥”中展示自己魅力的途径(彭朝丞 1996,曾庆香 2005)。然而,近年来一些地方报纸中的某些版面似乎经常性地标题中使用较长的篇幅,详细具体地叙述相关新闻事件。试比较以下两则新闻标题:

① a. 山西大同超市爆炸案告破(2001年8

月7日《现代快报》)

b. 三车接连被撞 大家为啥敢怒不敢言  
肇事车上下来7个“光头”据说是提着刀跑掉的  
(2011年8月4日《现代快报》)

例①是新闻报道的一般做法,在标题中使用客观浓缩的表述方式报道新闻事件,至于该事故涉及哪家超市、爆炸后果、财产损失如何、爆炸案告破过程、罪犯量刑等信息,读者须要阅读全文方可了解,该标题是对新闻事件的集中概括。①b是本研究关注的“叙事性”标题,记者在标题中对

\* 本文系南京大学“985工程”三期改革型项目“当代西方语言学前沿理论研究与应用探索”(NJU985JD05)及江苏高校优势学科建设工程资助项目的阶段性成果。

新闻事件给出具体详细的报道,包括事件发生后围观者的反应、产生此结果的原因、对肇事者的具体描述,读者只需一览标题即可了解事件全貌。这种带有叙事色彩的新闻标题对于新闻语言研究提出新问题:标题一般简短、明快,叙事性标题的使用会打破这一写作原则或常规做法,这样的做法是偶然现象吗?如果不是,其动机是什么呢?什么样的报纸会使用这样的标题?对这些问题,文献中还没有任何回答。

作为新闻语篇的次语类(sub-genre),新闻标题表达新闻内容中最重要的信息(Bell 1991),体现新闻语篇最显著的特征(Dijk 1988: 226)。研究报纸标题有助于我们揭示新闻媒体语言的文体特征,揭示新闻标题设计背后的社会心理诉求,对研究媒体语言具有总体上的指导意义(李元授 白丁 2001)。为此,针对例①b使用详细叙事方式的新做法,笔者尝试通过比较不同出版时代(时间跨度为10年)、不同新闻类别(分别为民生和时政版)、不同类型(党报和地方小报)的报纸新闻标题在“叙事性”方面的差异,以顺应论(Verschueren 1999 2008)为指导,采用访谈、比较、统计等定性、定量相结合的分析方法,探讨地方报纸在某些新闻标题设计中强调叙事色彩的总体特征和语用动因,以深化对相关新闻话语实践的认识。

## 2 研究背景

本文研究的新闻标题限于报刊新闻报道,它是具体新闻的“灵魂”、“统帅”以及贯穿全文的“红线”,是新闻内容的集中和概括,通常用简洁精练的文字提示新闻内容中最主要的信息和最值得注意的内容(资庆元 2003)。

目前,对于新闻标题的语言学研究主要从3个角度切入,分别是:(1)讨论新闻标题的制作技巧和修辞艺术(彭朝丞 王秀芬 2005);(2)分析新闻标题的语言特点,包括词汇、语法、文体特征等(张志君 徐建华 1998 程跃慧 2000);(3)从认知语言学的角度探讨新闻标题叙事隐喻的认知推理机制。近年来,已有学者从语用学角度研究新闻标题。例如,Kronrod和Engel(2001)借鉴基于关联理论假设的可及性理论,探讨新闻标题中指称表达的使用情况,发现面临较大市场压力的报纸标题设计更常使用高可及性的指称表达以示对读者的了解和亲和;有学者发现一些新闻标题采用不同寻常的表现方式提升认知效果来吸引读者的关注,引发阅读兴趣(Dor 2003,胡涛辉 2005);Chiluwa(2007)的研究表明,新闻标题往往体现

各种语用策略;杨婕(2008)基于模因论探讨新闻标题中的流行语用法,认为新闻标题和流行语结合成模因复合体以强化自身的感染力,增强吸引力和可接受性,使自身得到复制和传播。但对近年来一些报纸新闻报道越来越明显地使用带有细节描述的“叙事性”标题的做法,还无文献给予关注。该类新闻标题蕴含的新闻要素增多,信息量加大,增加大量细节内容。对此,本研究将在语言顺应论的指导下对这一新现象加以探讨。

## 3 “叙事性”新闻标题的定义及特征

笔者认为,“叙事性”新闻标题隶属于新闻叙事学研究范畴,是指在新闻标题中运用文学手法,将新闻事实以叙事的方式呈现给读者,赋予标题以一定真实感、现场感的新闻表现形式。它的特点表现在3个方面:注重细节的描绘、新闻场景的再现、背景的交代。新闻的主要功能是提供有关新闻事件的信息,包括何时、何地、何人,发生什么事情,怎么发生的。这是在说明、转述事件的结果,而叙事更多的是描述和展现,它复现的是一个完整过程,具有时间的线性发展,有场景、有人物、有细节描写,包括新闻事件发生、发展的过程、方式(张晓芸 2009),而这些内容传统上都是在新闻报道或新闻故事中加以传达的。下面,我们通过比较以下新闻标题实例(表<sub>1</sub>)来说明“叙事性”标题相对于“非叙事性”标题的特点。

表<sub>1</sub> “叙事性”和“非叙事性”  
新闻标题的特点比较

出 处	新闻标题	人物	事件	地点	过程	方式
2011-8-2 《人民日报》	①三江源 加大投入确保水丰草美	x	√	√	x	x
2011-8-11 《光明日报》	②英国动用军警平息骚乱	√	√	√	x	x
2011-8-3 《现代快报》	③闲着无聊 用钢珠弩射地铁玻璃 两小伙涉嫌危害公共安全被刑拘 事发安德门地铁站 其中一个小伙子才17岁	√	√	√	√	√
2011-8-4 《太原晚报》	④用钢索、滑轮、铁矿达成“空中通道” 一伙闲汉竟“飞索”盗煤140吨	√	√	x	√	√
2011-8-8 《现代快报》	⑤两车相撞 追尾驾驶员被卡浑身是血 110、120和消防人员合力营救 切开驾驶室 救出受伤司机	√	√	x	√	√

在表<sub>1</sub>列举的5则新闻标题中,①②是对新

闻事件的浓缩表达,读者欲了解具体内容须浏览全文;而③④⑤不仅是对事件本身的描述,而且包含许多细节描述,较为完整地复现事件发生的过程(如合力营救、切开驾驶室)、方式(如用钢索、滑轮)等具体信息,属于本文研究的“叙事性”新闻标题范畴。可见,“叙事性”与“非叙事性”新闻标题的共同点在于二者均为对新闻事件的真实描述,而这也是新闻报道的本质所在;两者的差别在于,“非叙事性”的新闻标题是对事件主要内容的介绍,而“叙事性”的新闻标题则是对新闻事件的详细描述,为受众传递信息,甚至夹杂报道者的主观评价或情感。它的编码方式满足人们对新闻信息取舍和信息效益最大化的需求,从而形成独特的新闻语篇类型。

#### 4 “叙事性”新闻标题的调查分析

##### 4.1 研究问题

借鉴现有文献中相关变量选择的操作方法,本研究选择报纸类型、新闻类别和出版时代作为研究变量,回答以下3个研究问题:(1)不同类型(党报和地方报)的报纸使用“叙事性”标题是否有所不同;(2)不同新闻类别(民生和时政类)使用“叙事性”标题是否有所不同;(3)不同出版时代(2001年和2011年)的报纸使用“叙事性”标题是否有所不同。

##### 4.2 数据收集

为进行不同类型报纸“叙事性”新闻标题不同维度的对比分析,笔者首先从两类报纸中随机收集了2011年8月2日-12日期间的报纸。其中,《光明日报》和《人民日报》属于全国发行的党报,发行量较大的江苏南京《现代快报》和山西太原《太原晚报》属于地方报。为进行同一份报纸不同时代的对比分析,笔者收集了时间跨度为10年(2001年8月2日-12日)的以上4种共80份报纸。本文的数据来源较为丰富广泛,既有全国性党报又有地方报,既有最新的新闻标题也追溯到10年前的标题,这样的数据来源有利于进行共时与历时的对比分析。

笔者还于2011年12月1-4日之间,对乘坐南京地铁的乘客进行过随机访谈,考虑本文的研究需要,因涉及到拟考察有关阅读2001年的报纸相关问题,所以选择了50位年龄在30-40岁之间的乘客作为访谈对象,通过问题“您经常阅读报纸吗?”筛选出19位每天都阅读报纸的读者进行访谈。访谈问题包括:(1)您是否经常只浏览标题还是会阅读全文及原因;(2)党报和地方性

报纸,您经常阅读哪种及原因;(3)民生和时政类新闻,您更多关注哪类及原因;(4)您认为报纸标题为什么会使用涉及细节的加长标题。

##### 4.3 数据分析

笔者首先对上述4份报纸的新闻标题进行分类,抽取时政和民生两类新闻标题,摘录后作为分析语料,2001年两类新闻标题共1081条,2011年共1556条;其次,根据上文对“叙事性”标题的定义,标识这两类新闻标题中具有“叙事性”特征的标题。4种报纸中,“叙事性”标题2001年共233条,2011年共546条。

为对“叙事性”标题在不同类型报纸、不同新闻类别、不同出版时间的使用情况进行对比分析,在统计出“叙事性”标题使用频率(百分比)的基础上应用SPSS17.0统计软件进行差异性检验。

##### 4.4 调查结果

###### 4.4.1 不同类型标题使用情况比较

据表<sub>2</sub>,2001年和2011年党报共1107条新闻标题中,“叙事性”标题共209条,占标题总数的18.9%;地方报标题总数为1530条,其中叙事性标题共570条,占标题总数的37.3%。可以看出,地方报“叙事性”标题的使用频率高出党报18.4%。对这两种类型的报纸(党报和地方报)中“非叙事性”和“叙事性”标题所占标题总数的百分比进行差异性卡方检验表明,两者在“叙事性”新闻标题的使用方面存在显著性差异(Pearson卡方值为8.036,Sig.值为.000<0.05)。

表<sub>2</sub> 不同类型报纸“叙事性”标题使用情况比较

报纸类型	新闻标题		标题总数	差异检验	
	非叙事性	叙事性		Pearson 卡方	Sig.
党报	898(81.1%)	209(18.9%)	1107	8.036	.000
地方报	960(62.7%)	570(37.3%)	1530		

###### 4.4.2 不同新闻类别“叙事性”标题使用情况

据表<sub>3</sub>,语料中时政类新闻标题总数为899条,其中“叙事性”标题159条,占标题总数的17.7%;民生类新闻标题总数为1738条,其中“叙事性”标题728条,占标题总数41.9%。可以看出,民生类新闻标题中“叙事性”标题的使用频率高于时政类24.2%。对两者进行差异性卡方检验表明,报纸中时政类新闻和民生类新闻在“叙事性”新闻标题的使用频率方面存在显著性差异(Pearson卡方值为13.714,Sig.值为.000<0.05)。

表<sub>3</sub> 不同新闻类别“叙事性”标题使用情况

新闻类别	新闻标题		标题总数	差异检验	
	非叙事性	叙事性		Pearson 卡方	Sig.
时政	740(82.3%)	159(17.7%)	899	13.714	.000
民生	101(58.1%)	728(41.9%)	1738		

#### 4.43 不同出版时代报纸“叙事性”标题使用情况

据表<sub>4</sub>,2001年新闻标题总数为1107条,其中“叙事性”标题233条;2011年新闻标题总数为1530条,其中“叙事性”标题546条,经差异性卡方检验表明,这两个时代的报纸在“叙事性”新闻标题的使用方面存在显著差异(Pearson卡方:6.4, Sig.:000 < 0.05),2011年“叙事性”新闻标题使用频率显著高于2001年。

表<sub>4</sub> 不同出版时代“叙事性”标题使用情况

年份	新闻标题		标题总数	差异检验	
	非叙事性	叙事性		Pearson 卡方	Sig.
2001	874(47%)	984(17.7%)	1858	6.4	.000
2011	233(29.9%)	546(70.1%)	779		

## 5 “叙事性”新闻标题使用的语用动因

具有吸引力的新闻标题不仅能向广大读者揭示和评价新闻的内容,而且还要用生动、风趣、形象、简洁的语言反映出这条新闻的重要性、新鲜性、接近性等,通过表现形式和内容的统一来增加标题本身的内在魅力,提高新闻的读者率(蒋晓丽1998)。上述调查分析表明,当今地方报特别是其民生类新闻大量使用“叙事性”标题,与10年前同类报纸的同类新闻报道以及当今党报中的同类新闻报道都形成明显反差。本文拟借鉴语言顺应论(Verschueren 1999 2008),同时结合访谈,对上述变化和变异进行深层次的分析。

语言顺应论认为,语言使用的过程是语言选择的过程,同时也是对语境因素的顺应过程。语言使用者之所以能够在使用语言的过程中作出种种恰当的选择,是因为语言具有变异性、商讨性和顺应性。语言的变异性是指语言具有一系列可供选择的可能性;商讨性是指所有的选择都是在高度灵活的原则和策略的基础上完成的;顺应性指语言能够让其使用者从可供选择的项目中作灵活的选择,从而满足交际的需要。Verschueren(1999 2008)认为,在语言使用中,语言选择必须

顺应语境。语境分为两大类:语言语境和交际语境。语言语境指上下文,交际语境包括交际者、物理世界、社会世界、心理世界等。

语言顺应论从本质上揭示语言使用的重要特征:动态选择和顺应。使用语言就是有意或无意地不断作出选择的动态过程,是不断顺应语境(尤其是物理、社会以及心理世界)的过程。选择体现在多方面多层次,包括语码、语体、语音、词汇、句法、语篇等各个层次的选择(陈新仁2009)。只有语言选择得当,才能达到语言使用的预期目的和效果。新闻标题话语同样隶属于语言使用,新闻标题的“叙事性”就其本质而言是一种语言使用的动态顺应行为,其发挥的语用功能体现标题设计者刻意顺应特定的语境因素。

### 5.1 顺应读者所处的物理世界

社会发展日新月异,传媒竞争日趋激烈,人类已进入视觉时代。新闻标题已从“题为文眼”到“读题时代”,媒体功能由过去的单一宣传扩展为以提供信息为首的多重功能(沈正赋2005)。叙事性标题可使这一功能得到充分发挥。例如:

① 肇事逃逸10年用了100多个假名自首时,他竟一时想不起自己的真名(江苏南京《现代快报》2011年8月2日)

这则新闻标题提供具体的人物“肇事逃逸者”和完整的事件“自首时竟一时想不起来真名”,并且包含详细情节“逃逸10年,用100多个假名”。读者只需要在一瞥中浏览标题即可了解事实全貌,这一标题内容满足受众的一般阅读需求,即在最短的时间了解最真实、丰富、完整的新闻信息,提高新闻的传播效率。

从顺应论的角度看,“叙事性”新闻标题的上述功能是对新闻报道的物理世界的一种积极顺应,时间和空间是物理世界的最重要因素。2011年比2001年的人们生活节奏更快,更加繁忙,经常没有时间阅读全文。统计显示,2011年,两种党报的“叙事性”标题使用频率都有所增加,达到标题总数的22.3%,较10年前平均增长近两个百分点;同年,两种地方报共933条新闻标题中,“叙事性”标题共414条,占43.3%,平均增长17.7%。其次,党报属于订阅类报纸,面对的市场压力较小,拥有稳定的读者群,这些读者通常是政府机关工作人员,往往有时间阅读全文来了解详细信息,“叙事性”的新闻标题使用较少,10年中的增长较缓。而地方报则完全不同,面对的读者群多是市民阶层,“街头小报面临的市场压力比订阅类报纸大得多”(Kronrod, Engel 2001)。据统

计,在“叙事性”标题的使用方面,地方报与党报存在显著差异。2001年,地方报的“叙事性”标题使用频率高于党报10.4%;2011年,地方报的“叙事性”标题使用频率高于党报21%,并且10年中增长速度高于党报近16%。地方报须要面对日益激烈的媒体竞争,在包括网络、电视媒体在内的竞争中必须发展其特色,吸引读者,其中“叙事性”标题的大幅增长无疑在读题时代增加报纸的魅力,可以在一定程度上赢得读者。

通过受访者对访谈问题“您是否经常只浏览标题还是会阅读全文及原因”的反馈可以看出,只通过“读题”来了解信息已成为当今信息时代高于80%读者的读报习惯,正如一些读者所言,“哪有时间看全文啊!”“看标题就可以知道大概啦,感兴趣的会看看下文,大部分时候浏览标题就够了。”“标题不就是内容吗?!”这一结果有力支持了“叙事性”新闻标题通过提供更加完整、具体的信息来提高新闻的传播速度,顺应读者所处的物理世界的语用分析。

#### 5.2 顺应读者对真实感、直观性的心理需求

新闻叙事旨在创造新闻报道的“文本价值”,使叙述自身更加完美和艺术,从而使新闻文本更加具有可读性、吸引力和感染力。透过新闻叙事,受众“目击”并参与了现实社会中每天发生的形形色色的“故事”,由此来修饰和再塑自己的认知和行为模式。Ifantidou(2009)基于语料库和调查研究指出,阅读新闻标题时产生的在特定情景下的认知联想和努力使读者达到对新闻事件的最佳认知效果。“叙事性”新闻标题的细节能还原现场,突出新闻的真实性,让读者身临其境,这也是为什么民生类特别是事故类新闻更常使用叙事性标题的原因。例如:

② 闲着无聊 用钢珠弩射地铁玻璃 两小伙涉嫌危害公共安全被刑拘 事发安德门地铁站 其中一小伙才17岁(江苏南京《现代快报》2011年8月3日)

例②包含事件发生的背景、人物、过程等多重新闻要素,读者通过读题即可了解事件全貌,易于产生身临其境的“第一现场”感,似乎身在安德门地铁站且目击两小伙用钢珠弩射地铁玻璃的新闻事实,增强新闻标题的形象性和具象性。

从顺应论的角度看,新闻标题的“叙事性”是对新闻交际中心理世界的一种顺应,心理世界主要包括交际双方的个性、情绪、愿望等认知和情感方面的因素。事实、新闻、受众是新闻的3部曲,记者须要不断地换位思考,转换视角,缩短与受众

的心理距离,实现心理趋同(张晓芸2009)。大部分读者更加关注民生类新闻,主要由于民生类新闻与现实生活更加贴近,更易于产生身临其境之感。统计显示,时政类和民生类新闻标题在“叙事性”方面存在显著差异,民生类“叙事性”新闻标题的使用频率2001年高于时政类10.6%,2011年更是高出36.3%;10年中,时政类“叙事性”标题增长5.7%;民生类“叙事性”标题则显著增长31.4%,高于时政类25.7%。该结果表明我国报纸新闻报道的发展趋势,报纸在担负着传统的宣传报道职责的同时须要更加贴近民生,更体现平民视角、民生内容、民本取向。这一选择充分体现对心理世界的一种积极顺应,理由是形象性、具象性的“叙事性”新闻标题可以满足受众在最短的时间最全面地了解新闻事件全貌的心理,平民化的视角顺应读者对真实感、直观性的心理需求,有利于拉近记者与受众的心理距离。

访谈结果也支持以上分析,例如受访者对访谈问题“民生和时政类新闻您更加关注哪类及原因”作出以下反馈“时政类新闻和我的生活关系不大。”“我就是普通老百姓,我更关心身边的事。”在回答访谈问题“您认为报纸标题为什么会使用涉及细节的加长标题?”时,大部分读者认为比较而言,现在的报纸新闻标题内容更加丰富、完整,让人能够感受到新闻的真实性和现场感,用他们的话说就是“标题好像在讲故事。”

“叙事性”新闻标题和传统新闻标题的最明显差别在于前者是对新闻事件全面、详尽而后者仍是传统意义上的对新闻事件集中、浓缩的概括。对10年来,不同类型的4种报纸不同版面的统计分析表明,报纸标题吸引读者的需求越迫切,发行压力越大,“叙事性”标题的设计和使用的频率越高;新闻报道的事件越贴近民生,视角越平民化,“叙事性”标题的使用频率也越高。

## 6 结束语

“叙事性”新闻标题在不同出版时代、不同新闻类别、不同类型报纸中的使用差异是新闻工作者根据时代要求,面向不同读者群,为达到良好的舆论宣传效果和销售业绩,在较高的意识程度下顺应语境,作出语言选择的结果,反映出语言选择与语境因素相互顺应的动态选择过程。“叙事性”标题的策略性使用是时代发展、媒体竞争、读者心理需求变化而产生的报纸新闻报道发展趋势,在发挥提高新闻传播速度和增强新闻语言形象性、具象性语用功能的同时积极顺应当今社会

人们所处的物理世界和读者的心理世界,有利于扩大报纸销量和提升知名度。

须要说明,本文在选择报纸时随机抽取《现代快报》和《太原晚报》作为地方报的代表,并没有考虑到地域发展差别、语用习惯、文化差异等,如南京地区同时发行4种地方报,而太原只有《太原晚报》这对本研究的效度可能会产生一定的负面影响。此外,本研究只作“叙事性”标题使用频率及变化方面的定量统计,未涉及叙事方式的详细比较;只比较民生和时政两种新闻类型在“叙事性”标题使用上的差异,未涉及其它的新闻类型,如经济、体育等“叙事性”标题经常带有主观性成分,如“竟然”“才”的使用,本文也未讨论。未来研究可从这3个角度上进一步细化和分析。对此,笔者将在后续研究中加以探究。

#### 参考文献

- 钱跃慧. 报纸新闻标题的形式美[J]. 新闻前哨, 2000(3).
- 陈新仁. 新编语用学教程[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2009.
- 何自然 张淑玲. 非真实性话语作为语用策略的顺应性研究[J]. 外国语, 2004(6).
- 胡涛晖. 从关联理论看新闻标题[J]. 湖南人文科技学院学报, 2005(3).
- 蒋晓丽. 现代新闻传媒标题艺术[M]. 成都: 四川大学出版社, 1998.
- 李元授 白丁. 新闻语言学[M]. 北京: 新华出版社, 2001.
- 刘建民. 新闻学前沿[M]. 北京: 清华大学出版社, 2005.
- 彭朝丞. 新闻标题学[M]. 北京: 人民日报出版社, 1996.
- 彭朝丞 王秀芬. 标题的制作艺术[M]. 北京: 新华出版社, 2005.
- 彭朝丞. 新闻标题制作[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2007.
- 热拉尔·热奈特. 叙事话语——新叙事话语[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 1990.
- 沈正赋. 新闻同质化竞争中的策略——以南京四家报纸对印度洋海啸报道为例[J]. 当代传播, 2005(2).
- 杨婕. 新闻标题中流行语中的模因论研究[J]. 外语学刊, 2008(1).
- 熊沐清 邓达. 事教学法论纲[J]. 外国语文, 2010(6).
- 詹姆斯·费伦. 作为修辞的叙事——技巧、读者、伦理、意识形态[M]. 北京: 北京大学出版社, 2002.
- 张志君 徐建华. 新闻标题的艺术[M]. 北京: 语文出版社, 1998.
- 资庆元. 论中国报刊新闻标题的发生发展[J]. 云南师范大学学报, 1997(2).
- 资庆元. 新闻标题发生发展概论[J]. 云南师范大学学报, 2002(9).
- 资庆元. 中国新闻标题研究[M]. 昆明: 云南大学出版社, 2003.
- Bell, A. *The Language of the News Media* [M]. Oxford: Blackwell, 1991.
- Chiluwa, C. Newspaper Headlines as A Pragmatic Strategy in Nigerian Press Discourse [J]. *The International Journal of Language Society and Culture*, 2007(27).
- Dor, D. On Newspaper Headlines as Relevance Optimizers [J]. *Journal of Pragmatics*, 2003(35).
- Kronrod, A., Engel, O. Accessibility Theory and Referring Expressions in Newspaper Headlines [J]. *Journal of Pragmatics*, 2001(33).
- Ifantidou, E. Newspaper Headlines and Relevance: Ad Hoc Concepts in Ad Hoc Contexts [J]. *Journal of Pragmatics*, 2009(41).
- Van Dijk, T. A. *News Analysis: Case Studies of International and National News in the Press* [M]. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1988.
- Verschuieren, J. *Understanding Pragmatics* [M]. London: Edward Arnold Ltd, 1999.
- Verschuieren, J. Context and Structure in A Theory of Pragmatics [J]. *Studies in Pragmatics*, 2008(10).

收稿日期: 2013-12-30

【责任编辑 孙颖】