

功能对等视角下的英语新闻标题翻译问题与策略

马晚柚

四川大学外国语学院, 四川 成都

收稿日期: 2026年9月15日; 录用日期: 2026年10月19日; 发布日期: 2026年10月29日

摘要

新闻标题要概括内容、传递信息并吸引读者。受篇幅等因素制约, 其语言简洁凝练, 常用省略、习语、双关等表达方式。译成汉语后, 若只追求词语和句式对等, 容易出现理解偏差、文化信息传递不足和语言效果减弱等问题。功能对等理论主张译文在目标语中产生与原文相近的功能和读者反应, 可用于新闻标题翻译分析。本文基于功能对等理论, 以《经济学人》部分英语新闻标题为案例, 从信息传递、文化理解和语言表达三方面分析翻译问题, 并讨论直译、意译、文化负载表达转换、修辞转换和语言重构等策略。新闻标题翻译不必拘泥原文形式, 应依据标题的信息功能、表达方式和目标读者习惯作适当调整, 在准确传递信息的同时尽量保留原标题的表达效果。

关键词

功能对等, 英语新闻标题翻译, 翻译策略

Challenges and Strategies in English News Headline Translation from the Perspective of Functional Equivalence

Wanyou Ma

College of Foreign Languages and Cultures, Sichuan University, Chengdu Sichuan

Received: September 15, 2026; accepted: October 19, 2026; published: October 29, 2026

Abstract

News headlines are designed to summarize content, convey information, and attract readers' attention. Constrained by factors such as limited space, headlines are typically concise and compact,

frequently employing devices such as ellipsis, idiomatic expressions, and puns. When translated into Chinese, an exclusive focus on lexical and syntactic equivalence may result in misunderstanding, insufficient transmission of cultural information, and weakened linguistic effects. Functional equivalence holds that a translation should produce a similar function and reader response in the target language to those of the source text, making it applicable to the analysis of news headline translation. Drawing on functional equivalence theory, this paper examines selected English news headlines from “The Economist” and analyzes translation problems from three aspects: information transmission, cultural comprehension, and linguistic expression. It also discusses such translation strategies as literal translation, free translation, the adaptation of culture-loaded expressions, rhetorical transformation, and linguistic restructuring. News headline translation need not be confined to the formal features of the source text; instead, appropriate adjustments should be made according to the informational function and expressive features of the headline as well as the linguistic conventions of target readers, so as to convey the information accurately while preserving, as far as possible, the expressive effect of the original headline.

Keywords

Functional Equivalence, English News Headline Translation, Translation Strategies

Copyright © 2026 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

新闻标题是新闻报道的重要组成部分，既要准确传递信息，也要吸引读者。由于篇幅有限，英语新闻标题常使用省略、习语、双关等语言形式，在简洁表达的同时增加了翻译难度。已有研究主要从英语新闻标题的语言特点、翻译技巧和翻译规范等方面展开讨论，近年来也有学者从功能理论视角探讨新闻标题翻译问题。同时，英语文本常处于强势地位，译者容易倾向于保留原文形式，追求“原汁原味”，这也可能影响标题翻译的处理方式[1]。这些研究为新闻标题翻译提供了较为丰富的实践参考，但对于不同翻译方法如何服务于信息传递、文化理解和语言表达功能的讨论仍有进一步探讨的空间。尤其是在涉及文化负载表达、双关等内容时，若过于拘泥于原文形式，可能导致目标语读者理解偏差或语言效果减弱。功能对等理论强调译文在功能和读者反应上与原文实现相对等的效果，为处理新闻标题中的信息、文化和语言差异提供了新的视角。因此，本文以《经济学人》部分英语新闻标题为例，从功能对等视角分析新闻标题翻译中存在的信息缺失与理解偏差、文化信息传递不足以及修辞和语言风格难以再现等问题，并结合具体案例探讨相应的翻译策略，以期为英语新闻标题的汉译提供一定参考。

2. 功能对等理论概述

美国著名语言学家及翻译家尤金·奈达在其 1964 年出版的《走向翻译科学》(Toward a Science of Translation)一书中提出了“动态对等”的翻译理论。为了避免将动态对等的概念误解为一种仅关注传达原文内容而不考虑语言形式的翻译理论，奈达在其后来的著作《从一种语言到另一种语言》(From one language to another)中用“功能对等”替换了“动态对等”这一术语[2]。如其名所示，功能对等理论强调翻译过程中，不再严格要求原文与译文之间的逐字对应，而是更加注重两种语言和文化在功能上的对等。这样的翻译方法不仅关注形式的相似性，更力求在表达的美感和流畅度上达到一致，从而更好地传递信息与情感[3]。在新闻标题的翻译中，功能对等理论的应用主要体现在三个方面。首先是信息对等，即译

文应传递原文相同的核心信息。其次是读者反应对等，即译文应使目标读者获得与原文读者基本相近的理解和阅读感受，包括对新闻信息的理解以及标题所产生的吸引力、语气和情感效果。最后是语言风格对等，即译文需要在风格上尽量贴近原文，在目标语表达习惯允许的范围内保留原文的语言特点和表达效果。与目的论强调根据翻译目的选择翻译策略不同，功能对等理论更加关注译文在目标语中的功能实现以及目标读者的接受效果。新闻标题既具有传递信息的功能，又具有吸引读者和实现传播效果的作用，因此，功能对等理论能够为分析标题翻译中如何根据目标语读者的语言和文化习惯调整原文形式提供较为合适的视角。

3. 英语新闻标题翻译中的主要问题

英语新闻标题高度凝练，语言压缩、文化联想和修辞表达比正文更突出。结合所选案例，翻译问题主要有三类：语义压缩与理解偏差、文化负载表达和语境缺失造成理解障碍、修辞效果与语言风格难以再现。这三类分别涉及信息传递、读者理解和语言表达，是下文策略分析的基础。

3.1. 信息缺失与理解偏差

新闻注重简洁，有高度凝炼的特点。同时为了节省篇幅，英文新闻标题常使用省略手法，去掉影响不大的词汇[4]。有些表达在完整句子中容易理解，在标题中却需读者补出语境。英语读者不觉得难，但直译成汉语可能造成语义偏差。例如，《经济学人》标题“*Coders can't get enough of AI. But what about everybody else?*”文章讨论人工智能在不同职业中的使用情况。程序员是使用人工智能工具最积极的群体之一，约五分之四的程序员表示自己使用人工智能编程工具。文章还讨论了人工智能在法律、金融和客服等行业的应用。如果只看字面，读者容易把“*get enough of*”理解为“得到足够的”，从而将标题误读为“程序员无法获得足够的人工智能”。但文章实际表达的是程序员对人工智能工具使用频繁、热情较高。英语读者能直接识别其习惯意义，中文读者若按字面处理，就会偏离原意。后半句“*But what about everybody else?*”也有省略。它没有完整说明“其他人如何”，而是用简短设问将话题从程序员转向其他职业群体。这种表达在英语标题中很自然，但照搬原句结构，中文标题可能显得过于口语，或信息指向不清。这类标题的问题是：英语标题借助固定表达和省略，在短篇幅内压缩了较多信息，而这些信息不能仅靠字面获得。译者若不还原标题在语境中的实际含义，就容易形式对应而信息传达不到位。

3.2. 文化负载造成的理解障碍

文化负载表达的意义不仅来自词典释义，也来自读者对固定表达、典故或社会背景的熟悉程度。因此，即使每个词都能找到中文对应词，译文仍可能无法传达标题的真正意味。例如，《经济学人》标题“*The love of money is the root of quite a lot of good*”文章讨论女性就业与家庭内部决策权的关系，认为有工作的女性往往在家庭事务中拥有更大话语权。字面上，标题似乎只是说“对金钱的热爱会带来很多好事”。但熟悉英语文化表达的读者会看出，它借用了“*The love of money is the root of all kinds of evil*”，把通常与 money 联系的 evil 改为 good。标题的意味并不来自 money 和 good 本身，而来自读者对原表达的记忆，以及 good 带来的反差。文章也说明，女性获得工作和收入后，家庭决策权有所提高。中文读者如果不了解这一背景，只读标题，很可能只得到表面信息，意识不到标题对既有表达的反转。即使词语都译对，原标题的语言联想仍可能消失。这类标题的难点不是简单词义对应，而是标题意义部分建立在特定文化表达之上。忽视文化背景，译文可能“意思没错”，却没有完整传达原标题的意味。

3.3. 修辞和语言风格难以再现

好的英语新闻标题常借助对照、比喻、押韵、双关等修辞，使表达更生动，也带出幽默或讽刺意味，

从而吸引读者，引发思考。但英汉在语音、词汇和多义性上差异明显，英语标题的修辞效果往往难以直接转移到汉语中[5]。例如《经济学人》标题“Buzzing without being buzzed”，文章讨论东方大黄蜂为什么不会醉酒，关注其对酒精的强耐受能力。“buzzing”让人联想到昆虫的“嗡嗡”声，“buzzed”在口语中可表示“微醺、喝醉”。两个词形式接近，意义不同，形成轻松的双关。这种词形和语义关系无法直接转移到中文。如果只按基本意义处理，标题能传达“黄蜂”和“酒精”的关系，却很难保留英语的语言趣味。这些案例说明，英语新闻标题中的修辞不只是装饰，也影响标题意义的表达。当修辞建立在英语特有的词形、发音或习语关系上时，中文译文很难在形式上完全复制。因此，如何在信息基本不损失的情况下弥补语言效果的缺失，是这类标题翻译的主要问题。

4. 功能对等视角下的翻译策略

不同类型的标题所面临的问题并不相同，因此翻译时也不能简单采用单一方法。对于信息明确、结构简单的标题，可以尽量保留原文形式；对于依赖语境才能理解的标题，则需要适当调整表达；而对于包含习语、双关等语言特色的标题，还需要考虑如何在目标语中重新建立相应的表达效果。基于功能对等理论，本文主要从信息传递、文化与读者理解以及语言风格三个层面讨论相应的翻译策略。

4.1. 信息对等

信息对等是功能对等理论中的核心概念。它指的是翻译过程中，源语言与目标语言之间的内容传递必须准确无误，以确保读者在理解和接收信息时不会发生误解或信息丢失。如果原标题词语意义明确、对应稳定，直译不会造成理解障碍，就可用直译，尽量保留原文信息。如果标题词义隐含、表达简略，或语义侧重与汉语习惯不一致，则用意译，调整信息，使主要含义清楚。

4.1.1. 直译法

直译是在不违背汉语表达习惯的前提下，尽量保留原标题词义和基本结构。科技、医学等专业标题中，如果英文词在汉语中已有固定对应，直译能保证信息准确，也避免多余解释和改写。

例 1:

原标题: Human exoskeletons

译文: 人体外骨骼

分析: 原标题由 human 和 exoskeletons 两个专业词构成, exoskeleton 在科技语境中已有稳定译法“外骨骼”, 译为“人体外骨骼”即可准确说明技术对象。该文章讲辅助人体行动的外骨骼设备, 标题没有明显文化或语义障碍。若再意译或扩充, 只会拉长标题, 削弱简洁性。专业术语信息明确时, 直译即可实现信息对等。

4.1.2. 意译法

意译更重原文实际意义。英语标题若很依赖语境, 或词语在标题中超出字面功能, 照字面译会生硬甚至失真。这时要结合文章内容, 对标题做语义转换。

例 2:

原标题: Match fit

译文: 赛场里的管理课

分析: Match fit 字面属体育语境, 但文章不是谈运动员状态, 而是把体育纪录片当作学习企业管理的素材。文章指出, 体育纪录片包含大量管理、团队合作和领导方式的内容, 甚至可作“商业速成课”。

若译成“比赛状态”或“适应比赛”，只保留字面，无法体现标题与商业管理的联系。“赛场里的管理课”点明体育与管理的关系，也保留原标题简洁、有吸引力的特点。相比直译，这种处理更符合中文读者理解，也更准确实现原标题的信息功能。可见，直译和意译各有长短。标题翻译不宜固守一种方法，而应视标题功能、语境和读者理解灵活选用，必要时将二者结合，以兼顾信息准确与表达自然[6]。

4.2. 读者反应对等

读者反应对等的实现是翻译方法中的重要环节，旨在确保翻译后的信息能够在目标语言读者中引发类似于原文读者的情感和认知反应。译者不仅要准确传达原文，还要考虑目标读者的文化背景、语言习惯、认知水平和接受程度。译文若忽视读者需求，再准确也难以被理解和接受，实际效果有限[7]。因此，文化负载表达和语境省略的处理，都应以此为标准。通过文化适应性翻译和修辞手法转换，译者不仅要传递准确的信息，还需要确保读者能够在语言、文化和情感层面产生共鸣，进而提升翻译效果和传播力。

4.2.1. 文化负载表达转换

英语标题常含习语、双关和特定文化表达，完全按字面翻译，目标读者可能看不懂，甚至产生误解。翻译并非中性的语言转换，而是译者在特定文化立场下作出的选择，译者会受本国文化、读者需求等因素影响[8]。新闻标题翻译同样如此，标题如何处理，直接影响目标读者的理解和接受。因此，面对文化负载表达，译者不能只求字面对应，而应作适当转换和补偿，必要时舍弃部分形式对应，以取得相近阅读反应

例 3:

原标题: High and dry

译文: 无酒精, 也能火

分析: High and dry 是英语习语, 字面译成“高高在上且干燥”显然不对。从副标题 Alcohol-free drinks are becoming big business 和文章内容看, 报道关注无酒精饮料市场的发展。文章指出, 无酒精啤酒、葡萄酒、烈酒等产品市场快速增长, 已形成较大商业领域。译者不拘泥于 high 和 dry 的字面义, 而结合主题译为“无酒精, 也能火”。“无酒精”对应核心信息, “也能火”概括市场快速发展的趋势。译文没有保留习语形式, 但中文读者能迅速理解报道对象和发展态势, 也保留了原标题简短、活泼的风格。文化负载表达难以直接对应时, 转换形式比机械保留原文更利于读者反应对等。

4.2.2. 语境信息补偿

英语新闻标题追求简洁醒目, 常省略人物、背景或具体语义, 完整意思靠副标题和正文补充。这符合英语标题习惯, 但直译成中文, 读者可能因缺少语境而看不懂。翻译时, 可结合副标题和正文, 把省略但影响理解的信息适当补出, 使译文信息更完整。

例 4:

原标题: Back to school

译文: 职场培训, 重返课堂

分析: 文章讨论企业培训视频的内容和作用, 并把职场培训与学校教育类比。若直译“回到学校”, 中文读者很难判断文章谈的是学校教育还是企业培训。结合副标题“The glory of the corporate training video”可知, 原标题借“回到学校”这一熟悉说法, 把企业培训比作重返学校。标题省略了“企业培训”这一语境, 相关信息由副标题补充。译文保留“回到学校”的比喻, 同时显化“企业培训”语境。“职场培训”点明对象, “重返课堂”保留与学校教育的联系。相比直译“回到学校”, 这样能让中文读者

在标题中获取较完整的语境，减少理解障碍。语境信息补偿不是无条件扩充，而是在不改变核心信息的前提下，补出影响目标读者理解的隐含信息。对高度依赖副标题或正文的英语标题，译者要判断哪些信息可留在标题的简洁结构中，哪些需要显化，既避免译文过简，也保持标题简洁醒目的特点。

4.3. 语言风格对等

新闻标题不仅传递信息，也吸引读者。《经济学人》等英文媒体尤其重视标题的简洁、节奏和修辞。标题中的比喻、双关、反讽等，不仅增加趣味，也传递评价和语气。译文若只准确传信息，却平淡生硬，就会失去新闻性、吸引力和原文的态度色彩。对此可用修辞转换和语言重构，使译文在汉语中形成相近效果。

4.3.1. 修辞转换

英语标题常用谐音、双关增强趣味。不同语言语音和词汇系统不同，英语双关往往无法直接移植。译者可寻找汉语中效果相近的表达，重新构造修辞，弥补原文修辞损失。

例 5:

原标题: Demand whey up

译文: 乳清需求“飞”升

分析: 原标题中 whey 与 way 谐音, “Demand whey up” 借用 demand way up 的形式, 把“乳清”嵌入标题, 形成双关。文章指出, 随着高蛋白饮食风潮兴起, 乳清浓缩物需求迅速增加。直译成“乳清需求大幅上升”虽准确, 却失去语言趣味。Whey 和 way 的谐音难以在中文复制, 译者可用引号和谐音等方式重新制造强调效果。“乳清需求‘飞’升”既保留需求上升的信息, 又用“飞升”强化增长迅速的语气。原文和译文修辞手段不同, 但都突出核心信息、增强吸引力, 体现功能对等而非形式对等。

4.3.2. 语言重构

英语标题若简短、有感染力, 而汉语缺乏直接对应形式, 译者可重组标题结构。重组应以原文核心信息和表达效果为基础, 使译文符合汉语新闻标题简洁、凝练的特点。

例 6:

原标题: It's electrifying!

译文: 电力浪潮来袭

分析: It's electrifying! 形式上是简短感叹句, electrifying 既与 electricity 有词汇联系, 又有“令人兴奋、充满活力”的引申义。文章讨论全球电力基础设施投资快速增长以及新的电力行业增长周期, 指出电力设备制造商正扩大生产, 电网基础设施投资持续增加, 全球电力基础设施支出明显增长。直译“令人兴奋!”符合感叹句形式, 却没点出“电力”主题; “这是电气化的!”又不像中文新闻标题。将感叹结构重组为“电力浪潮来袭”: “电力”点明主题, “浪潮”体现行业快速发展, “来袭”增强动态感和新闻感。译文没有保留原文句法, 但保留了简洁、有冲击力的特点, 也更符合中文新闻标题习惯。这样的翻译不仅保留了源语言的幽默, 还确保了文化适配, 使中文读者能够理解并产生共鸣, 从而达到语言风格对等的效果。

5. 结语

通过对功能对等理论的探讨, 我们认识到翻译不仅仅是语言的转换, 更是文化和信息的桥梁。综上, 英语新闻标题翻译不能只靠一种固定方法, 而要根据具体问题选择策略。专业术语明确、语义稳定时,

可用直译保证信息准确；语义依赖语境时，可用意译重新组织信息，使目标读者准确理解；含文化负载表达时，要适当转换原有表达，降低文化理解障碍；遇到双关、谐音等修辞时，可用修辞转换或语言重构，在汉语中重建标题吸引力。数字技术推动智能翻译和个性化分发，机器翻译可快速完成新闻标题的字面转换，但往往难以理解语境、文化隐喻和传播功能，译文难以达到功能对等。这也说明，专业译者在后期编辑、文化调适和功能优化中仍不可替代[9]。因此，从功能对等视角研究英语新闻标题翻译，仍有现实意义。

参考文献

- [1] 冯全功, 枣彬吉. 翻译方向对翻译忠实度的影响及其原因探析——以中英小说标题的翻译为分析中心[J]. 外国语文, 2023, 39(5): 125-132.
- [2] Waard, J. and Nida, E.A. (1986) *From One Language to Another: Functional Equivalence in Bible Translating*. Nelson.
- [3] Nida, E.A. (1964) *Toward a Science of Translating: With Special Reference to Principles and Procedures Involved in Bible Translating*. Brill Publishers. <https://doi.org/10.1163/9789004495746>
- [4] 率华娟. 从翻译角度谈英语新闻标题的语言特点[J]. 青年记者, 2014(17): 40-41.
- [5] 顾辉. 英文新闻标题的语言特点及翻译技巧[J]. 青年记者, 2013(5): 40-41.
- [6] 李水春. 论网络英语新闻标题翻译的规范化[J]. 新闻战线, 2015(22): 39-40.
- [7] 于新松, 王兴珍. 英美报刊新闻标题的翻译标准与翻译方法[J]. 海外英语, 2025(14): 36-38.
- [8] 李震. 文学“他国化”翻译策略的运用——以晚清域外小说标题翻译为例[J]. 复旦外国语言文学论丛, 2019(2): 153-158.
- [9] 高露杰. 功能理论视角下英语新闻标题翻译研究[J]. 新闻研究导刊, 2026, 17(12): 82-85.