

学术
文库

全媒体时代新闻翻译研究

李丹 韩雪 孙蕾 ◎ 著



世界图书出版公司

全媒体时代新闻翻译研究

李丹 韩雪 孙蕾 ◎ 著

 世界图书出版公司
西安 北京 上海 广州

图书在版编目 (CIP) 数据

全媒体时代新闻翻译研究 / 李丹, 韩雪, 孙蕾著.
—西安: 世界图书出版西安有限公司, 2017.10 (2018.12 重印)
(学术文库)
ISBN 978-7-5192-3829-2

I. ①全… II. ①李… ②韩… ③孙… III. ①新闻—
翻译—研究 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 250570 号

书 名	全媒体时代新闻翻译研究 Quanmeiti Shidai Xinwen Fanyi Yanjiu
著 者	李 丹 韩 雪 孙 蕾
责任编辑	雷 丹
装帧设计	河北腾博广告有限公司
出版发行	世界图书出版西安有限公司
地 址	西安市北大街 85 号
邮 编	710003
电 话	029 — 87214941 87233647 (市场营销部) 029 — 87234767 (总编室)
网 址	http://www.wpcxa.com
邮 箱	xast@wpcxa.com
经 销	全国各地新华书店
印 刷	北京虎彩文化传播有限公司
开 本	787mm×1092mm 1/16
印 张	12.125
字 数	200 千
版 次	2017 年 10 月第 1 版 2018 年 12 月第 2 次印刷
国际书号	ISBN 978-7-5192-3829-2
定 价	45.00 元

版权所有 翻印必究

(如有印装错误, 请与出版社联系)

前 言

在现代信息社会，尤其是全媒体高速发展的时代，人们把获得世界范围内的新闻资讯当作生活中不可缺少的一部分。中国需要通过新闻媒体广泛地获得其他国家的信息，同时也需要更多地向世人传达中国的进步与发展以及自身的优秀文化。因此，新闻翻译的这一桥梁作用更为突显。不同文化和社会之间的交往总是要以翻译为桥梁才能完成的。而全媒体环境下的翻译活动的发展在广度和深度上都令人惊愕，翻译通过广播、电视、网络、报刊等各种媒体以及无数的渠道渗透到政治、经济、文化、社会以及日常生活的每一个细节中。

新闻翻译实践的教学势必要针对题材和细分领域，才能取得较好的效果。但是不管哪个领域的翻译教学，都追求一些共同的基本目标：其一，探讨本领域翻译的基本特点，设定翻译教学目标；其二，讨论具体的翻译策略和方法，这是对整个翻译过程的剖析，涵盖了词汇、句子、段落、篇章、修辞、文体等各个层面；其三，研究影响翻译的各种外部（宏观因素）。本书也是本着对以上三个基本目标的追求而构思并完成的。在书中，我们首先探讨了英汉新闻写作的基础知识，对英语和汉语新闻文本的各个层面特点做了一番分析，同时在总体上提出了新闻翻译的原则、策略和技巧，为进一步讨论新闻文本翻译的细节定下了参照和依据。接着我们讨论了从词汇到篇章的每一个层次的翻译转换问题，其中由于新闻的特殊体例，还涉及了对标题、语体和文体、体裁和题材的翻译等方面的分析。由于新闻翻译所具有的鲜明时效性、目的性和社会性，翻译时，原文的行文和风格特征从来都不是最高的追求，通常相关的信息才是唯一的焦点。

对于新闻翻译而言，它所受到的社会政治文化环境的影响是不容忽视的，这些是新闻翻译的外部环境，也就是影响新闻翻译的宏观因素。翻译研究中最具社会和政治文化色彩的功能理论与文化和赞助人理论对新闻翻译的解释力和翻译实践的启发颇值得一提。功能学派的“翻译目的论”及其“功能+忠诚”的核心概念将翻译文本的实用性和翻译过程中各种关系的角力作为研究的视点，对译文形成过程中的取舍做出了远远超越文本层面的解释。勒菲弗尔的文化和赞助人理论更是把翻译置于政治和权利的网络之中，让翻译成为一种话语权力，而这其实也是新闻翻译的本质之一。此外，我们还基于新闻翻译的时效性这一根本特点，讨论了软新闻和硬新闻，提到了全译、摘译和变译等最基本的翻译方法。我们的意图是用翻译研究的视角去看待新闻翻译，将新闻翻译的理论和实践纳入到现有翻译理论的观照体系中来。同时，我们尝试用翻译研究的一些方法和视点对新闻翻译做出自己的解读。

本书共八章约 20 万字，第一、四、六、八章约 10 万字，由北华大学公共外语教育学院李丹撰写；第二、七章约 5 万字，由北华大学公共外语教育学院韩雪撰写；第三、五章约 5 万字，由北华大学公共外语教育学院孙蕾撰写。译道艰难、学无止境。本书尽管凝集了众多编者的心血，也不过是一个声音、一种尝试、一份绵薄之力，一个没有终点的追求。我们在此抛砖引玉，期待读者的批评和指正。

笔 者

2017 年 3 月

目 录

第一章 全媒体时代新闻翻译理论	1
第一节 全媒体的概念与特点	1
第二节 德国功能派翻译理论	5
第三节 勒菲弗尔的文化和赞助人理论	11
第四节 硬新闻、软新闻与写作、翻译方法	15
第二章 全媒体时代新闻翻译的标准与技巧	22
第一节 新闻翻译的原则与标准	22
第二节 英语新闻的翻译策略与技巧	26
第三节 汉语新闻的翻译策略与技巧	40
第三章 新闻翻译中词汇的处理	48
第一节 对词汇的正确理解和表达	48
第二节 影响词汇理解和表达的因素	51
第三节 新闻词汇翻译的原则	62
第四章 新闻翻译中句式的处理	70
第一节 英汉句法对比简介	70
第二节 新闻中常用句式及其特点	71
第三节 简单扩展句的翻译	72

第四节 被动句的翻译	75
第五节 直接引语的翻译	79
第五章 新闻翻译中修辞的处理	83
第一节 修辞的概述	83
第二节 汉语新闻共有的修辞及其翻译	84
第三节 英汉新闻各自独有的修辞和翻译	100
第六章 新闻翻译中篇章结构的处理	104
第一节 结构的概述	104
第二节 消息的篇章结构特点与翻译	105
第三节 特写的篇章结构特点与翻译	114
第四节 社论的篇章结构特点与翻译	118
第七章 新闻标题的翻译	125
第一节 新闻标题的概述	125
第二节 英语新闻标题的主位结构	127
第三节 中英文新闻标题的异同	134
第四节 中英文新闻标题的翻译	149
第八章 新闻体裁、题材与翻译	156
第一节 新闻体裁和题材简述	156
第二节 消息	158
第三节 特写	168
第四节 社论	174
参考文献	186

第一章 全媒体时代新闻翻译理论

第一节 全媒体的概念与特点

一、什么是全媒体

2008年“全媒体”一词在中国新闻领域频频出现，有关全媒体，目前并没有具备很强概括力和统一性的核心定义。“全媒体”是在以往的“新媒体”“媒介融合”“跨媒介”“多媒体”等概念和实践应用的基础上逐步衍生而来的新形态。对全媒体的概念主要归纳有以下四类代表性观点：

第一，媒介运营说。中国人民大学彭兰认为，全媒体是指一种新闻业务运作的整体模式与策略，即运用所有媒体手段和平台来构建大的报道体系。

第二，媒介形态说。全媒体是指综合运用各种表现形式，如文、图、声、光、电，从而全方位、立体地展示传播内容，通过多种方式来传输的一种新的传播形态。

第三，媒介整合说。该观点主张全媒体应当从字面意义上来理解，将其视为全部媒体的综合，即传播手段和传播形态的综合性使用。

第四，媒介营销说。从媒介营销管理的概念来看，所谓全媒体是媒介融合的营销策略的具体应用。包括整合性的媒介内容生产平台的创

建,以及相同媒介内容的不同呈现方式的组合型使用。

上述四类定义界限并不清晰,有重叠之处,但都突出了全媒体传播的融合特性,“全”字为理解全媒体提供了很好的切入角度。涉及大众传播媒介,全媒体在传播载体形态上呈现出报纸、杂志、广播、电视、网络、电信等多样态;在表现手段上,信息传播采用文字、图像、图表、声音、视频、动画、网页等多种媒体形式;从接收通道上,涵盖了视觉、听觉、触觉等人们接受信息的全部感官。

全媒体是在信息、通讯及网络技术条件下各种媒介实现深度融合的结果,没有技术的支撑,很难形成“全”的传播形态。全媒体通过提供多种方式和多种层次的传播形态来满足受众的细分要求,使受众获得更及时、更多角度、更多听觉和视觉满足的媒体体验。

全媒体造就了信息内容生产领域的流程再造。通过利用新的传播技术,把纸媒、电视台、电台、互联网和移动网等媒体的采编作业有效结合起来,通过资源共享,集中处理,衍生出不同形式的信息产品,将诸多类型的新闻作品在同一数字生产平台上进行制作、策划、组合。

二、全媒体的特点

全媒体不仅是一种新的信息生产方式,也是一种新的传播观念、新的媒介运作理念。全媒体带来了载体形式、内容形式以及技术平台的融合与转变,也促使着新闻传播观念和认识的调整。做好新时代的新闻传播工作,需要把握好新的趋势、抓住全媒体的特点,将其运用到新闻实践之中。

(一) 全面性

首先,全媒体在传播载体上形成了全面运用,构成了集大成性的传播。全媒体传播充分调动了一切可以利用的传播载体,如报纸、广播、电视、手机等。

其次,全媒体在表达方式上形成了全面运用,表达方式丰富多样,既利用纸质媒介文字的深度和图片的震撼,也利用了电子媒介动态表现

的真实感和易读性，同时还兼具了网络媒介存储力度大、时间久、信息海量和便于检索等特性。

最后，全媒体促成了受众对信息感知的全面实现，不断满足人们对信息感知的各种途径和方式。技术的进步促使新的媒介应用形式不断出现，受众获取信息的方式也有所改变，全媒体正是顺应了这一趋势，生产传播不同形式的信息，以最大限度地获取受众关注。随着人们信息接触形式的不断扩展，媒介需要丰富信息的传播手段，为受众获取新闻、资讯带来全新体验。

（二）开放性

全媒体并不是一成不变的模式，它是一个开放的、动态的系统，具有很大的弹性空间。在这个系统中，各种媒介形式生存、发展、消亡，媒体间相互博弈，不断融故纳新、兼容并蓄，新的技术、新应用也将不断出现，新旧融合，新老交替，构成了媒介生态圈的新陈代谢。全媒体不是个体概念，而是一个集合概念。

从历史上看，互联网主导的数字化革命使人类的媒介接触行为和使用方式发生了革命性变化，全媒体概念的提出和实践应用正是这一发展的产物。在新时期，4G网络发展迅速，科技带来新的产品和服务，又将有许多新的传播形态加入其中，形成新的媒体特色。

（三）服务性

网络新媒体的发展建立了新型的传受关系。基于互联网的开发应用，新的媒体形式促使受传者身份发生变化，受众不再是被动接受信息的一方，在一些情况下转而成为主动的传播者。以手机为代表的移动信息发布终端的普及，进一步推进了传受关系的转型。全媒体正是在这种新型传受关系下做出的主动应变，通过建立服务受众的理念，按照受众对信息的需求来决定信息内容的生产和传播。

全媒体传播通过对受众市场进行细分，针对受众不同需求类型，选择最适合的媒体形式和渠道，对信息进行有针对性的调整和取舍，以实

现最佳效果。通过从大众传播到分众传播到小众传播的演进，强化受众服务特性。

（四）融合性

全媒体不仅是简单的平台多样化展现，更强调通过互动与融合，对信息内容生产和传播进行全面整合，促使传播效果的叠加。

就传统媒体与新媒体之间的关系而言，全媒体主要打破了媒介形态之间的对立，实现了媒介的多重组合应用。全媒体的阵容如同一支足球队，每一个位置的人都有自己的分工和职责，除了做好本职工作外，也要客串一下别的角色，如后卫突到前方，前锋回撤防守，守门员参与进攻。同理，在媒介生态圈中，跨区域、跨行业经营已经不是新鲜事，报纸去做视频成为新潮流，媒体越来越像一个“全能球员”，出现于不同的位置和媒介形态中。同样在一支球队中，不断有新的球员涌入，占据了老队员或是表现不佳队员的位置，身处于开放竞争系统中的新闻媒体要时刻保持专注，在“首发”名单中留下一个不可被替代的位置。

全媒体的这种融合性质与科学技术发展不可分割。新的技术为融合提供了支撑，报纸、电视等传统媒体打破各自的载体限制，不断寻求新的突破。

三、全媒体的架构

架构是人们对一个结构内的元素及元素间关系的一种主观映射的产物。全媒体不是简单的跨媒体连接，在全媒体系统中，各个媒体共存发展，通过有机结合形成互补效应，通过自身不同的特性、形成不同的传播效力、产生不同的影响。全媒体的架构具有融合性、系统性等特征，在各种介质聚合的基础上，形成全媒体的传播报道，既强调整体的传播效果，又能凸显各个媒体的核心价值。从整体与部分、全媒体与新媒体两种角度，可以对全媒体的架构有更清晰深刻的认知。

首先，要明确整体与部分间的关系。全媒体相对于单一媒体而言，不只是简单的全平台发布，而是根据不同媒介形态的特色形成合力。在

整合运用全媒体的同时,仍然看重各种单一媒体的核心价值特性及优势。全媒体不是新型的媒介,而是各媒介的合理整合。整体居于主导地位,统率部分,具有部分不具备的功能,部分离不开整体,要求我们要有全局意识,立足整体;整体由部分组成,部分制约整体,关键部分的功能及其变化甚至对整体的功能起决定作用,要求我们重视部分的作用,用局部的发展推动整体的发展。如在传播载体上,报纸、电视、广播、网络等都有自身的特色优势,也有相应的受众群体,在全媒体的框架下,新闻信息呈现在不同的平台上,通过凝聚而形成合力,使整体的传播效果最大化。

其次,要认清全媒体与新媒体的关系。从语义上来说,“新”的反义是“旧”“老”等,在新闻传播领域,新媒体却是相对于传统媒体而言,是与传统媒体相对而生的一个概念。“全”与“单”“一”相对应,全媒体不等同于新媒体。

在全媒体的架构中,既包含着传统媒体,也包含着新媒体,既有传统的媒介形态载体、表达形式,也有新兴的媒介形态载体、表达形式。新媒体是一个相对的概念,在电视出现的时候,报纸等被称视为传统媒体,网络的发展,使电视成为传统媒体,而现在门户网站也被打上“传统”的标签。全媒体是随着近年来网络新媒体的发展而出现的,强调的是整合,通过全面的涵盖,扩大报道阵营。由于全媒体的开放性,新媒体不断加入进来,新老更替,使全媒体的架构处在不断动态发展的状态。

第二节 德国功能派翻译理论

德国功能派翻译理论产生于20世纪70年代,它的核心概念是“功能与忠诚”(function plus loyalty)。功能是指让译文在目的语情境中按照预定的方式发挥作用的因素。(Nord, 2001: 126)该理论认为翻译的首要目的是为了实现在译文的某种功能,有时译文要发挥和原文相同的功

能；而有时根据特定的翻译要求译文必须执行与原文不同的功能。

“忠诚”是指译者和作者、目的语读者以及翻译发起人等其他翻译活动参与者之间的社会人际关系。它强调译者对其他翻译参与者所负的责任。“忠诚”是功能派理论赋予译者的义务，即译者对译语和源语双方所应尽的义务。功能派理论和其他出现于20世纪后期的翻译理论如解构主义翻译理论、翻译的文化学派等有一点共同之处是他们都不再把原文视为翻译活动的中心，忠实也不再是翻译的最高标准。功能派理论发现并讨论了翻译活动的一个重要事实：翻译的功能具体而微小，每一次翻译活动都要实现其特定的功能，因此，评价翻译的标准不是看译文是否保留了原文的特点，而是看译文是否在特定的情境下实现其功能。功能派翻译理论为看待翻译提供了一个新视角，不但在理论上对翻译的本质有了进一步发掘，还为翻译实践提供了更广泛、更灵活的标准。

追溯德国功能派翻译理论的发展历程，我们可发现其关键词“功能”最早出现在凯瑟琳娜·赖斯1971年出版的《翻译批评的可能性与限制》(Possibilities and Limitations in Translation Criticism)一书中，该书被认为是“在德国对翻译进行学术分析的起点”。赖斯认为理想的翻译是“在内容、语言形式和交际功能等方面，译文的目的是与原文对等”。但是作为一个经验丰富的译者，她逐渐发现在实际翻译中，有些对等不可能实现，而有些对等更是不应该去追求。因为在实际的翻译活动中，例如把散文译成舞台剧或把莎士比亚戏剧译为外语学习的教材等，译文往往需要去实现一个原文没有的目的或功能。因此，她认为如果考虑到具体的情境，各种类型的翻译都有其存在的合理性。这种观点缓解了翻译理想和翻译现实，亦即翻译理论和翻译实践之间的差距。

在此基础上，赖斯的学生汉斯·弗米尔进一步认为翻译是在特定情境下发生的一种有目的的行为。弗米尔认为翻译是翻译行为(translational action)的一种形式，所有的翻译行为都针对原文而发生。其他翻译行为的表现形式还包括诸如专家针对原文提供信息等。他对翻译行为的概念做了一个总体描述：“任何形式的翻译行为，包括翻译本

身，都是某种特定的行为。而每一种行为都有其目标或目的。‘skopos’这个词就表示目标或目的。每种行为都会导致一个结果、某个新的情境或事件，更或是一个‘新’的事物。”这就是弗米尔翻译目的论（skopos theory）。译文读者在他的目的论体系中占据重要地位，相比之下，原文的地位则要低得多。目的论成为功能派理论的核心。

贾斯塔·赫兹·曼塔利把翻译行为理论往前推进了一步，她认为翻译是为了达到某个目的的复杂行为。翻译行为的目的是通过专家创造的信息传递媒介来跨越文化和语言障碍，从而传递信息。她认为译者是跨文化交流中创造合适的信息传递媒介的专家。曼塔利关注翻译参与者在翻译过程中承担的角色，尤其是译者的地位问题。

在他们之后，克里斯蒂安·诺德作为功能派翻译理论的主要倡导者，在其1997年出版的《目的性行为析功能翻译理论》（*Translating as a Purposeful Activity--Functionalist Approaches Explained*）中系统地阐述了功能学派的各种思想和术语，回答了对功能派翻译理论的各种质疑。更清晰地描述了功能派翻译理论对译员培训和各类翻译实践所产生的意义。诺德的著作把功能派翻译理论作为一个完整的翻译学派呈现出来，更好地表现了该派理论的独特视角。

总的说来，功能学派以行为理论为基础，强调翻译活动的目的性和人在翻译活动中的作用，它把译者从被原文所奴役的困境中解脱出来，把翻译视为是关照委托人和读者的有目的的交际行为。鉴于新闻翻译本身也包含着极强的目的性，功能派翻译理论对新闻翻译的实践有相当积极的意义，因此，我们将具体介绍几个功能派翻译理论的主要思想。

一、功能派翻译理论关于翻译的阐述

功能派翻译理论首先区分了翻译（translation）和翻译（translational action）两个概念。他们认为“翻译”是指译者在转换原文时所发生的行为；而“翻译行为”是指译者在整个翻译过程中所做的一切。相比而言，翻译是个狭义的概念，离不开对原文的转换；而翻译行为可以是提

供“文化咨询”或是为异语读者撰写使用手册或说明书等。因为翻译是一种行为，所以这种行为带有某种意图，翻译的意图通常由译者或是翻译发起人（initiator）来确定，翻译的意图有可能与原作者的意图一致，也有可能与它无关。功能派翻译理论尤其强调翻译过程中人际间的相互关系和作用，它认为参与翻译过程的所有人都发挥着某种功能，承担着某个角色。在翻译过程中，这些角色组成一个复杂的关系网，他们互相纠结，相互影响。翻译过程的参与者包括发起人和委托人、译者、原作者、译文读者和译文使用者等。在跨文化交际的翻译活动中，译者通常受客户（亦即翻译委托人或发起人）委托才开始翻译行为。委托人制定翻译要求，而译者则需要分析这些翻译要求在法律、经济和文化方面的可接受性与可行性，确认翻译的必要性，制定具体的翻译步骤并展开翻译行为。翻译行为的结果可能是根据原文所产生的一篇完整的译文，又或许是一篇简单的摘要；在特殊情况下，如果译者发现翻译原文并不能实现预想的翻译目的，也可能会建议翻译委托人取消翻译计划。功能派翻译理论的重要特点之一就是把译者认为是翻译过程的专家，从而赋予翻译活动更大的自主性和独立性。同时，与其他翻译理论一样，功能派翻译理论也承认翻译行为的跨文化性和交际性。

二、翻译目的论

汉斯·弗米尔的翻译目的论是功能学派的核心理论。目的论以行为理论为依据，而行为最重要的特征是具有一定的意图，因此目的论认为翻译行为的目的决定整个翻译过程。弗米尔用希腊语中表示目的的“*skopos*”来替代英文词“*purpose*”，他的目的论在英文中表述为“*Skopostheorie*”。弗米尔本人这样描述“目的”：每篇文本都为既定目的而产生，故应服务于该目的。因此，目的准则即指：笔译、口、说话、写作要用恰当的方式使文本（译本）能够在其被使用的情境下发挥功能，按照想使用它的人的方式，并且完全按照他们想要的方式发挥功能。（Nord, 2001:29）

大部分的翻译行为允许有不同的目的存在，而这些目的又相互关

联。译者必须有能力和能力决定在某个特定情境下最重要的目的。翻译的目的决定翻译方法，是采用直译、意译、直译和意译相结合还是摘译、编译等，要看哪种方法最有助于实现翻译目的。译文读者是影响翻译目的的最重要因素。原则上，翻译委托人要向译者说明翻译目的，详细描述译文读者，使用的时间、地点、场合，所借助的媒介以及译文的功能等具体的翻译要求。但实际上，因为委托人并非跨文化交际的专家，而且通常他们对需要什么样的译文并不清楚甚至持错误的看法，所以翻译的目的常常由委托人和译者共同确定。如果委托人的翻译要求不明确，只能由译者全权决定如何进行翻译，而翻译完成的好坏，就完全取决于译者的责任心和能力。一个有责任心的译者，当他（她）在如何翻译才能完成翻译目的这个问题上与委托人意见相左时，他（她）会宁愿选择放弃翻译而不是盲从委托人的意见，从而损害译文的功能。

在目的论中，目的的重要性远远高于原文，原文仅仅被认为是译者的信息来源。因此，在译文中对原文的删减、编辑总是随处可见。但译文和原文之间总是存在着一致性，这一点不容置否，有时这种一致性表现为译文对原文的忠实。译文和原文之间的联系受到译者对原文的处理方式和翻译目的的影响。

三、功能派理论的核心概念：“功能 + 忠诚”

功能理论也可以表述为：“只要翻译手段有助于达到翻译目的，就都是合理的。”但如果翻译的目的和原作者的意图背道而驰，则译文所要达到的功能和原文的功能则会差之千里，就会有人因此质疑功能派提倡“不择手段达到翻译目的”的翻译行为。为了避免这种误解，更好地强调译文功能是实际翻译活动中译者必须关照的一个重要方面，功能派学者在自己的理论体系中加入了“忠诚”这个概念，用来强调译者在翻译过程的人际关系中是一个值得信赖的负责任的合作者。译者并非想做什么就做什么，也不是委托人让他（她）做什么就做什么。译者应该尊重并设法协调委托人、译文读者和原作者对翻译活动的期望。他们和译者

一样都是翻译活动的参与者。当各方参与者对翻译的期望不同并产生冲突时,译者必须担当协调人的角色,并在必要时寻求各方参与者之间的平衡。

四、功能派理论对新闻翻译的启示

德国功能派理论的提出最初源于译员培训的需要,而且一直以来在这方面卓有成效。它在确定翻译要求、辨别翻译问题和评估翻译结果方面的表现不容忽视。此外,功能翻译理论在文学翻译上也显示出一定的理论说服力。更为重要的是,因为“功能”一词总是让人联想到效能或作用之类的概念,因此功能翻译理论往往能够被有效地用来指导和解释实用性很强的翻译活动。

功能理论对新闻翻译也不无启示。新闻翻译本身具有非常鲜明的目的性,特定的新闻篇章一定有其需要实现的某种功能:或是为了传达对主流文化的支持;或是为了宣传国家、政府或利益集团的信念;亦可能仅仅提供信息或娱乐读者,让读者了解不同的社会文化风情。新闻翻译本身的目的性和新闻篇章自身所蕴涵的功能意味着必须尽量选择最合适的新闻源语文本,以便能最好地实现译者(或是翻译活动发起人)欲让它发挥的功能,最大限度地实现翻译目的。

另外,功能理论承认译者在翻译过程中的专家地位,这在新闻翻译领域是很有说服力和启发意义的。新闻翻译有时间性强、见效快、责任重大等特点,因而译者的能力在很大程度上决定了新闻翻译是否能够实现预期的目的或功能。译者的语言能力、知识水平决定了翻译过程能否顺利进展;而译者或是翻译活动的发起者的政治立场、文化倾向以及在文化上的偏向会影响到对源语文本的选择、翻译策略的确定和翻译方法的选用等,并在极大程度上决定了新闻翻译文本的最终面貌。

鉴于新闻翻译活动的鲜明特色及新闻文本所承担和发挥的重要社会功能,功能翻译理论对新闻翻译有很强的解释力,对新闻翻译实践也有一定的启发和指导意义。本书在其后的讨论中将会印证这一点。