

· 中医英译 ·

中成药说明书交际翻译

宋晓璐 王 林

中医药是中华民族经过千年的观察、实践积淀的有效治疗手段,目前其国际推广不容乐观。英国药品和健康产品管理局官方网站发布消息称,为引导消费者购买和使用安全的草药制品,2014 年 4 月 30 日起全国禁售未经注册的草药制品^[1]。目前尚无中成药成功注册,消费者无法通过正当渠道在英国购买中成药。其他欧洲国家均未将中成药列入医疗保险范围,患者需自费接受中医药治疗。由于很多国内中药企业将精力放在中药品种研发、保护、注册方面,忽视了中成药产品说明书的英译,导致英译说明书可读性不高,并没有在国外消费者中产生应有的作用^[2]。说明书的恰当翻译有利于促进中药进入国际市场。香港作为国际贸易金融中心,具备独特的双语文化环境,可为中成药产品说明书翻译研究提供优良丰富的素材。余仁生香港有限公司及马来西亚制药厂均获得“优良药品生产作业规范”(GMP)认证。其庞大的销售网络遍布澳大利亚、香港、马来西亚、新加坡、澳门和中国大陆。笔者拟将大陆中药企业同仁堂、香港中药企业余仁生产品的英文说明书进行比较,在交际翻译理论视角下分析探寻更为可取的翻译方法和策略。

1 中药说明书文本类型与交际翻译理论 文本类型的判定影响其具体翻译策略。英国翻译实践家和理论家彼得·纽马克的著作《翻译教程》(*A Textbook of Translation*)中提及:“从‘译者’的角度分析原文……你必须确定原文的目的、写作方式,从而达到选择合适翻译方法的目的……(to analyze it from a ‘translator’s’ point of view,……You have to determine its intention and the way it is written for the purpose of selecting a suitable translation method……)”^[3]。他发展了雅各布森功能模式语言理论,提出了文本功能学说,并对其中三种主要文本类型举例:如表达功能文本(*expressive function*)通常

是严肃的文学作品、带有明显作者个性的演讲辞或文件、自传、散文、个人信件。信息功能文本(*informative function*)包括教材、新闻报道、学术论文、备忘录,话题涵盖经济、工业、科学技术、商业。呼唤功能文本(*vocative function*)具体表现为说明书、通知、宣传手册、通俗文学。这类文本的译文要能优先体现语言效果和文化因素,以便使读者能依照文本意图去感受、思考行动,也就是对文本作出反应^[4]。

根据文本分类,纽马克认为交际翻译法更多考虑译语及译语读者,即原语屈从译语和译语文化,译文中没有疑点和晦涩难懂之处;语义翻译法更侧重原语文化和原作者,重在表达原文的语义,只有在原文内涵意义有明显的理解障碍时才加以解释。一般来说交际翻译多采用呼唤功能文本。中成药说明书是介绍中药产品性状、使用方法、注意事项的说明文,适用交际翻译理论。

根据国家食品药品监督管理局的规定,中药说明书至少包括以下 12 项:药品名称(*Drug Name*)、成份(*Ingredients*)、性状(*Description*)、用法用量(*Dosage and Administration*)、不良反应(*Adverse Reactions*)、禁忌(*Contraindications*)、注意事项(*Precautions*)、贮藏(*Storage*)、包装(*Package*)、生产日期(*Date of Production*)、警告(*Warnings*)、生产企业(*Manufacturer*)^[5]。

2 中成药商标翻译 商标虽是简短的一两个词,却肩负促进销售和广告宣传的功能。将中文商标翻译成简明易记的英语表达,促进企业营销,是说明书英译的一项艰巨任务。商标译名须朴实规范、简单易记、琅琅上口、形象生动。可适时根据中文商标的发音用相应或相似的英语音节合成自创商标词^[6]。成功的商标英译除采用直译、意译、音意译、头韵、准押韵、声喻法外,还可自创独有的拼写^[7]。

余仁生(*Eu Yan Sang*)这一商标源于创办人余广培,原籍广东佛山。下了南洋的余广培眼见南洋与故土都遍布吸食鸦片的工人,深陷毒瘾不能自拔,便一心想用中药来克制鸦片,于是在 1879 年开设第一家药店,取名“仁生”,代表他欲“仁泽众生”的理念。“*Eu Yan Sang*”不仅能保留原文语音的特点,发音响

基金项目:安徽省教育厅人文社科专项课题(No. SK2013B310)

作者单位:亳州职业技术学院基础教学部(安徽 236800)

通讯作者:宋晓璐, Tel: 18756712534, E-mail: 664371626 @

qq.com

DOI: 10. 7661/CJIM. 2016. 06. 0757

亮,同时兼顾该企业相关的文化特性。根据拼音谐音造词,使品牌名称具有个性而且与众不同。大陆中药龙头企业同仁堂创建于 1669 年,名字由创办人乐显扬亲自拟定。“同仁”语出《易经》,意为:“无论亲疏远近,一视同仁。”他认为“‘同仁’二字可以命堂名,吾喜其公而雅,需志之。”2006 年同仁堂中医药文化被国务院列入第一批国家级非物质文化遗产名录。目前在海外的零售店已达 110 家。其汉语拼音“Tong Ren Tang”已被广大消费者了解,不宜轻易更改商标的英译^[8]。近年来我国在国际场合上,大力度推广汉语拼音方案。Nigel Wiseman 认为“拼音词本身对于以英文为母语的西方读者而言,传达不出任何意义,……少数借用字的存在并不能藉以证明英文能够随心所欲地从中文借用拼音词来使用”^[9]。而且对于没有学过汉语拼音的人来说,有些汉语拼音发音困难。

3 中成药名称翻译 中成药制剂形式多样,有丸、散、膏、胶囊、片剂、露、汤、冲剂、针剂、栓剂、气雾剂、丹、洗剂等。中成药部分以处方来源命名,如金匱肾气丸出自《金匱要略》;部分以药物组成命名,且多以主要药物命名,若为单方制剂或药味较少的小复方则以全方组成命名,如黛蛤散、独参汤、雪梨饮。部分以成药形状命名,如紫雪散,药品色紫,状如霜雪;部分以服用剂量命名,如七厘散,每次服用剂量为七厘;部分以功能主治命名,如寒喘丸,主治肺寒哮喘,奔豚汤治气上冲胸,补损续筋丸治跌打仆坠、骨碎、筋断、肉破。产品名称也是印刷在包装上的广告,消费者先通过包装上的信息做出选择。英译最好以简短的篇幅传达原文本信息,如七厘散译为 Seven Pinches Powder,寒喘丸译为 Bolus for Cold Panting。

目前中成药名称英译存在很多问题。首先是汉语拼音的滥用。译名繁冗,过长且生僻的名字不易被消费者理解、关注。乌鸡白凤丸得名于乌鸡这一主药,是中医治疗妇科疾病的传统中成药,为著名的理血通经方剂。因为乌鸡遍身羽毛洁白,有“白凤”的美称。明朝《寿世保元》称之为“乌鸡丸”,近代人多以乌鸡白凤丸命名。余仁生产品金牌白凤丸(Gold Label Bak Foong Pill)和同仁堂的同仁乌鸡白凤丸(Tongren White Phoenix Bolus of Black-bone Chicken)成分、功效相同。乌鸡和白凤指同一事物,所以同仁堂的英译名中的“White Phoenix”和“Black-bone Chicken”有重复之嫌。逐字翻译造成译名长度过长,不易被牢记。西方人眼中的 Phoenix 是以鹰为基础勾勒出的形象,这与中国文化的凤凰形象差之甚远。而且在文化意象方面,Phoenix 代表重生、复活,在中

国人的生活中,凤凰象征喜庆、太平、幸福。考虑到 Phoenix 和凤凰在形象和文化寓意的差异,就不能把“白凤”直译出来^[10]。相比之下,Gold Label Bak Foong Pill 采用意义和音译相结合的方法,Gold Label 突出了产品的上乘质量,Bak Foong 译法简洁,美中不足的是该药的制剂形式是丸(bolus),而非片剂(pill)。在借鉴金牌白凤丸英译的基础上,同仁乌鸡白凤丸可以译为 Tongren Black-bone Chicken Bolus。

4 功效英译 功效语是药品说明书中必不可少的一部分,主要介绍产品的功能和主治项。原文本的中药功效语以中医学理论和传统哲学体系为背景,加上一词多义、隐喻频现、模糊性的语言特点^[11],很多国人尚且不能读懂,如藿香正气水用于暑湿感冒,而通宣理肺丸用于风寒感冒,一般民众不会区分哪些症状是暑湿感冒,哪种症状又属于风寒感冒^[12]。如何翻译才能达到说明书的根本目的?李俊梅^[13]和蒋林^[14]认为可以根据原文本的语法结构归纳汉英翻译公式。但是这样翻译的目标语文本只适合作为专业的外国研究人员研究材料或置于中医英译词典,大多数消费者对于这些背景知识一无所知,译者的目的是争取使说明书变得有可读性,而非尽量解释术语。

商品说明书属于呼唤型文本,应用交际翻译法。交际翻译法跳出了语言层面的约束,尽量使译入语文本贴近译入语文化和读者群,避免晦涩和疑点,以使读者能依照原文本意图对文本作出反应,从而达到呼吁的目的。中成药说明书的翻译首先应使潜在的国外消费者看懂说明书,了解产品疗效,从而选购该药。因此译者应当应用删减、解释、改写等方法,增强可读性,使译文尽量地贴近他们的文化观念和语言习惯。以下是对余仁生金牌白凤丸和同仁堂乌鸡白凤丸功效两个英译版本的分析。

同仁堂乌鸡白凤丸功效:

功能主治:补气养血,调经止带。用于气血两亏引起:月经不调,行经腹痛,崩漏带下,少腹冷痛,体弱乏力,腰酸腿软,产后虚弱,阴虚盗汗。

ACTIONS: Reinforcing body fluid, nourishing the blood, and relieving irregular menstruation and uterine bleed.

INDICATIONS: irregular menstruation, menstrual cramp, uterine bleeding, a cold and painful underbelly. Weakness and lack of strength, sore waist and legs, post-birth weakness, deficient yin and night sweat due to inadequate body fluid.

余仁生金牌白凤丸功效:

功能: 补气养血, 调经止痛, 产后调补。长期服用, 可滋阴养颜, 强身健体。

主治: 因气虚血弱所引致之月经不调、经痛、月经量多、色淡、头晕目眩、精神不振、手脚冰冷、面色苍白、身体瘦弱、腰酸膝软及产后体虚等症状。

Actions: traditionally used to promote health, to alleviate mild symptoms associated with menstrual cycle, and to provide nourishment to mothers after childbirth.

Directions: for promoting youth and health, one bottle of pills taken once weekly.

For general weakness: one bottle of pills taken at every two days interval

For malnutrition after childbirth: one bottle of pills taken daily, repeating for several days. It should be taken after clearing labour discharge (normally about ten days).

For regulating menstrual ailments: one bottle of pills taken daily.

乌鸡白凤丸适用于产后调补, 或因阴虚、气血两虚引起的月经不调。“气”、“血”、“阴”是引起不适的起因, 但不需要翻译。因为补气养血、腰膝酸软、阴虚盗汗均属中医词汇, 即使中国内消费者尚不能真正理解其中的含义, 对于中医知识一无所知的国外消费者来说, 同仁堂产品的英译“nourishing the blood, sore waist and legs, deficient yin”只是把消费者带到雾里的陌生的字母排列。不妨直接告知消费者该产品的功效: For general weakness / For malnutrition after childbirth / For regulating menstrual ailments。虽然这种翻译存在文化缺失, 但能使消费者看懂。交际翻译理论认为译文要贴近译语和译语读者, 不能追求译文和原文语言层面上的对等。因此, 在考虑到国外消费者对中医认知程度的基础上, 适当使用删减, 解释甚至改写, 以便达到译文的交际目的。不过其中第二条 for malnutrition after childbirth, 值得商榷, 因为产后体虚一般并非由营养不良所致, 可译为 For weakness after childbirth。

5 结语 中成药产品说明书英译对于推进中药、中医国际化进程具有举足轻重的作用。鉴于香港更充

足的市场运作经验和独特的双语语境, 可以为内地药企提供借鉴。在分析说明书的宣传、广告目的, 消费者对中医药理论的认知缺乏, 中医药本身深奥晦涩的术语、理论等因素, 并对比香港药企余仁生和内地药企同仁堂类似产品的说明书英译后, 会发现交际翻译理论更适用于说明书这一文本类型的英译。

参 考 文 献

- [1] Press release: Medicines watchdog takes further action to protect public from unlicensed herbal medicines [EB/OL]. <http://www.mhra.gov.uk/NewsCentre/Pressreleases/CON341197>, 2013 - 11 - 21.
- [2] 朱龙春. 中药说明书英译策略研究 [D]. 荆州: 长江大学, 2012.
- [3] Peter Newmark. A textbook of translation [M]. 上海: 上海外语教育出版社, 2001: 40.
- [4] 宋晓璐. 博物馆文本英译的特点及启示——以亳州市博物馆英译实践为例 [J]. 中州大学学报, 2013, 30 (4): 72 - 76.
- [5] 国家食品药品监督管理局. 国家食品药品监督管理局关于印发非处方药说明书规范细则的通知国食药监注 [2006] 540 号. [EB/OL]. <http://www.sda.gov.cn/WS01/CL0844/10612.html>, 2006 - 10 - 20.
- [6] 荣世敏. 漫谈商标翻译 [J]. 天津外国语学院学报, 2000, 8 (1): 7 - 9.
- [7] 杜壮丽. 商标翻译对塑造品牌形象影响的研究——以金华地区出口产品商标翻译为例 [J]. 齐齐哈尔大学学报 (哲学社会科学版), 2008, 34 (9): 135 - 137.
- [8] 宗波. 国家级非遗项目: 同仁堂中医药文化 [EB/OL]. http://culture.china.com/heritage/folklore/11170665/20150714/20009660_all.html page_3, 2015 - 07 - 14.
- [9] Nigel Wiseman. 汉英英汉中医词典 [M]. 长沙: 湖南科学技术出版社, 1996: 29 - 30.
- [10] 陈琼. Phoenix 与凤凰在中西方文化中的差异研究 [J]. 湖北广播电视大学学报, 2008, 28 (8): 116 - 117.
- [11] 宋晓璐. 中医学语英译研究综述 [J]. 乐山师范学院学报, 2014, 29 (1): 48 - 49.
- [12] 蔡戈. 中药说明书之痛 [N]. 中国医药报, 2004 - 06 - 03.
- [13] 李俊梅. 中成药说明书“功能与主治”的文体特点与翻译 [J]. 中国中西医结合杂志, 2009, 29 (4): 357 - 358.
- [14] 蒋林. 中药名及其功效语的汉英翻译 [J]. 中国科技翻译, 2002, 15 (4): 56 - 57.

(收稿: 2014 - 05 - 19 修回: 2015 - 10 - 09)