

· 中药文化 ·

海外中成药药品名称英译实证研究[△]周文婕^{1*}, 孙统达²

(1. 宁波卫生职业技术学院 公共管理学院, 浙江 宁波 315100;

2. 宁波卫生职业技术学院 健康服务与管理学院, 浙江 宁波 315100)

[摘要] 目的: 通过对比中国内地、中国港台地区、新加坡、美国中成药药名的英译策略, 找出中成药药名翻译存在的问题并提出改进建议。方法: 抽样调查法: 在文献研究基础上, 以 eBay 等跨境中医药销售网站为文本来源, 同时收集中成药双语说明书等资料。随机抽取 30 份样本, 对其翻译策略进行统计分析。结果: 四地中成药药名翻译策略存在明显差异。结论: 建议借鉴国际做法, 在拼音音译后增译药品特色, 或在传统拼音名称基础上, 增译通俗易懂的商品名称。

[关键词] 中成药; 药品名称; 翻译策略; 实证研究

An Empirical Study on Implications of International Chinese Patent OTC Name Translation

ZHOU Wen-jie^{1*}, SUN Tong-da²

(1. College of Public Health, Ningbo College of Health Sciences, Ningbo 315100, China;

2. Department of Health Information Management, School of Health Service and Health Management, Ningbo College of Health Sciences, Ningbo 315100, China)

[Abstract] **Objective:** To find out problems of Chinese OTC name translation and give suggestions for improvement through a comparative study of the translation strategies for Chinese Patent OTC names in China, Hongkong and Taiwan, Singapore and America. **Methods:** Statistical sampling investigation method was applied in the study. 30 translations of Chinese Patent OTC names were randomly selected as the samples and the translation strategies were analyzed. **Results:** The translation strategies of Chinese Patent OTC drug names vary from each other among the 4 districts/countries. **Conclusion:** There should be two English names for a Chinese Patent OTC drug: traditional name and trade name, or the transliteration through pinyin should be added with creative translation on the characteristics of the drug.

[Keywords] Chinese patent OTC drugs; drug name; translation strategies; empirical study

doi:10.13313/j.issn.1673-4890.20171219002

引言

中医药是经过历史沉淀和实践验证的有效治疗手段, 是中华文化的重要载体。资料显示, 世界上约有 130 多个国家和地区使用中药, 年贸易额达 150 亿美元; 加上药用植物及其制品、保健品等, 年成交额达 300 亿美元。中医药产品名称就像一个商品的牌子, 往往起着画龙点睛的作用。在没有亲身体会中医药产品的功效前, 消费者只有通过名称来了

解该中医药产品的内涵, 因此中医药产品名称的表述是否吸引人直接影响着消费者的购买决策。在全球化背景下, 不少中医药企业开始借助境外药店、跨境电商等中医药国际贸易平台“走出去”, 然而, 中医药产品名称的翻译还存在争议, 主要问题是翻译质量不高, 缺乏统一标准, 表意不明确, 可读性差。^[1]比如, 著名中医药产品“乌鸡白凤丸”的英文名称就曾在翻译界引起过激烈讨论。同时, 新加坡、日本、韩国等国家正在加大力度发展中成药国

[△] [基金项目] 基金项目: 宁波市哲学社会科学规划课题, 课题名称: “走出去”战略下的中医药说明书翻译规范研究 (G17-ZXLL20); 2017 宁波卫生职业技术学院重点研究项目 (2017Z04)

* [通信作者] 周文婕, 副教授, 研究方向: 中药文化传播, Tel: 13586858065, E-mail: 1031119270@qq.com

际贸易,已成为我国中医药“走出去”的有力竞争对手。因此,很有必要对包括跨境电商平台在内的中医药产品名称英译进行梳理和研究。本文以最具争议的几种中成药产品名称英译为例,通过对中医药名称英译的语言特点讨论,提出了中医药产品名称的翻译策略,以期为中医药产品名称翻译实践提供参考。

1 资料与方法

1.1 研究对象

以eBay、淘宝网、天猫网等跨境电商平台中医药产品销售网站以及ActiveHerbal Technology Inc., China TopHerbal Inc., Singapore Luye Pharma Inc.等知名海外中成药研发销售机构网站为文本来源;同时收集各大药店里中医药产品的双语说明书、药品包装盒等资料。调研包括中国内地、中国港台地区、美国、新加坡等地生产销售的著名中成药的英文名称,包括乌鸡白凤丸、六味地黄丸、猴枣散、丹参滴丸、感冒灵颗粒等。随机抽取30份样本作为研究对象(见表1)。

1.2 研究方法

1.2.1 文献研究法 以“中成药”“药品名称”和“翻译”为关键词检索中国知网(CNKI)1991-2017年文献,共计36篇。通过阅读文献中有关中成药药名英译的研究方法和结果,归纳总结前人研究成果,同时参考国内外对药品说明书的管理规定,形成研究思路和文章体系。

1.2.2 抽样调查法 收集跨境电商平台、中药房、各大药店30种附有英文说明书的中成药作为样本,其中片剂5种,口服液4种,胶囊类9种,丸药(滴丸)类5种,颗粒剂5种,外用药2种。按中成药的生产销售国籍统计,共有中国内地10种,中国港台地区4种,新加坡7种,美国9种。

1.3 研究内容

查看药品外包装和说明书,按4种翻译方法逐项记录各国出品及销售的中成药药品名称翻译策略,即直接用汉语拼音的音译法、拼音加上剂型的直译法、突出药品功能成分的意译法,增加药品功能等的增译法,由此得出统计结果。

表1 四个国家与地区30种中成药中英文名称

编号	出产地区	药品中文名称	药品英文名称	生产厂家
1	中国内地	保和丸	Balanex Extract(Bao He Wan)	兰州中药
2		逍遥丸	Relaxx Extract(Xiao Yao Wan)	兰州中药
3		白凤丸	Bai Feng Wan Herbal Supplement	同仁堂
4		乌鸡白凤丸	Tongren Wuji Baifeng Wan	同仁堂
5		肛泰栓	Anti-Hemorrhoids Suppository	烟台荣昌
6		六味地黄丸	Liu Wei Di Huang Wan	同仁堂
7		感冒清	Ganmao Qing Dietary Supplement	广州联合制药
8		感冒灵	Yang Cheng Brand Gan Mao Ling	广州颐和堂
9		猴枣散	Hou Tsao San	广州联合制药
10		云南白药胶囊	Yunnan Baiyao Capsules	云南白药
11	中国港台地区	猴枣散	Infant's Cough Powder	香港余仁生
12		猴枣惊风散	Hou Tsao San	香港怡安堂
13		枇杷膏	Nin Jiom Pei Pa Kao (Traditional Chinese Herbal Coughs Syrup)	香港念慈庵
14		七星茶	Infant's Calming Herbal Tea	香港余仁生
15	新加坡	猴枣散	Pearl and Amber Powder for Infantile	新加坡钟炎洲私人有限公司
16		金匮肾气片	Kidney Tonifying Tablets	新加坡钟炎洲私人有限公司
17		酸枣安神片	Zizyphus Good Night Tablets	新加坡钟炎洲私人有限公司
18		颈椎泰	Neck Pain Relief Capsules	新加坡钟炎洲私人有限公司
19		复方大活络丹	Collaterals Activating Capsules	新加坡钟炎洲私人有限公司
20		化浊脂康	Lipid Health Capsules	新加坡钟炎洲私人有限公司
21		小儿化食散	Digestion Health Powder	新加坡钟炎洲私人有限公司

续表 1				
编号	出产地区	药品中文名称	药品英文名称	生产厂家
22	美国	逍遥丸	Xiao Yao Wan(Ease Tonic Herbal Diary Supplement)	ActiveHerb Technology Inc.
		逍遥丸	Free & Easy Wanderer(Xiao Yao Wan)	Plum Flower Inc.
23		抗肿片	Kang Zhong Pan(Tumoclear Herbal Diary Supplement)	ActiveHerb Technology Inc.
24		六味地黄片	Liu Wei Di Huang Pian(Wan) (YinVive)	ActiveHerb Technology Inc.
25		六味地黄丸	Liu Wei Di Huang Herbal Supplement Helps for Dizziness Sweating, Ringing In The Ears, Soreness In The Lower Back	Made in USA
26		六味地黄丸	Six Flavor Teapills(Liu Wei Di Huang Wan)	Plum Flower Inc.
27		丹参丸	Red Sage, Dan Shen, Promotes Natural Blood Pressure Support, All-Natural Herbal Supplement, Salvia Miltiorrhiza	Nature's Health Inc.
28		复方丹参片	Fu Fang Dan Shen Pian Herbal Supplement Helps Cardiovascular functions and Circulatory system, Remove Blood Stasis, Chest Distress And Angina	Madein USA
29		丹参丸	Dan Shen (Salvia Root, 5: 1 Concentrate Granule)	ActiveHerb Technology Inc.
30		复方银翘感冒灵	Viral Defense(Yin Qiao Gan Mao Ling Plus)	Bio Essence Inc.

2 结果与分析

2.1 中成药药名翻译策略

调查结果显示,共有 4 种中成药药品名称的翻译策略:1)直接用汉语拼音注音,如同仁堂乌鸡白凤丸 Tongren Wuji Baifeng Wan;2)拼音加上剂型的直译,如云南白药胶囊 Yunnan Baiyao Capsules;3)突出药品功能或主要成分的意译,如烟台荣昌肛泰栓 Anti-Hemorrhoids Suppository;4)增译原药名之外的功效、成分等内容,如香港念慈菴枇杷膏 Nin Jiom Pei Pa Kao(Traditional Chinese Herbal Coughs Syrup)。

2.2 国内外中成药药名翻译策略差异

对比中国内地、中国港台地区、新加坡和美国的中成药药品名称翻译策略,发现全球各地药品名称翻译策略存在明显差异(见表 2):

1)中国内地中成药主要采用完全汉语拼音注音法和在药品名称的拼音加上剂型的直译法。几乎不存在增译现象。2)中国港台地区采用音译和直译的比例与采用凸显药品功能的意译法基本呈对半分,各占 50%。其音译主要采用广东话和闽南语发音,而不是普通话发音。3)新加坡的中成药药品名称翻译特别侧重功能或主要成分的意译,在一定程度上,甚至采用了完全改变药品字面意思的创译法。4)美国的中成药药品名称翻译自成一派,主要采用增译法,即在直译或意译的基础上,将药品的主要功效加以概括,都放置于药品名称的位置上。

表 2 四个国家与地区 30 种中成药药名翻译策略使用率(%)

	中国内地 (共 10 种)	中国港台地区 (共 4 种)	新加坡 (共 7 种)	美国 (共 9 种)
音译	80	25	0	0
直译	10	50	100	66.7
意译	10	25	0	33.3
增译	0	50	100	88.9

2.3 国际知名中成药药名翻译示例

六味地黄丸是一种广泛使用的方剂,也是我国大宗出口中成药的代表。选自宋代太医钱乙所著《小儿药证直诀》卷下“地黄丸”方。该方删减医圣张仲景著《金匱要略》中的肾气丸药方当中的附子与桂枝:熟地黄八钱,山萸肉、干山药各四钱,泽泻、牡丹皮、白茯苓(去皮)各三钱。炼蜜为丸,如梧桐子大。中医学认为,六味地黄丸具有滋补肾阴的功能,适用于肾虚、头晕耳鸣、腰膝酸软、消渴、遗精等症。现以世界各地六味地黄丸的药名英译为例(见表 3)。

表 3 六味地黄丸名称翻译		
英文翻译	生产商	出处
Liu Wei Di Huang Wan	同仁堂	药店
Kidney Tonifying Tables	新加坡钟炎洲	淘宝
Six Flavor Tea Pills (Liu Wei Di Huang Wan)	Plum Flower	eBay
Liu Wei Di Huang Herbal Supplement (Helps for Dizziness, Sweating, Ringing in the Ears, Soreness in the Lower Back)	Made In USA	eBay

同仁堂出品的六味地黄丸英文名称就是汉语拼音 Liu Wei Di Huang Wan, 属于典型的音译法。新加坡钟炎洲金匱肾气片基本保留了《金匱要略》肾气丸药方当中的附子与桂枝。其英译 Kidney Tonifying Tablets 简洁明了, 一语道破其功效: 补肾片。这种译法强调药品的功效, 与原药名有明显差异, 是意为译法。Plum Flower 是亚马逊网上著名的中医药产品生产零售商, 主打中医药产品均为玉屏风等著名方剂, 其包装图案富含中国风, 辨识度极高, 对西方消费者来说充满异域吸引力。Plum Flower 牌六味地黄丸名称英译为 Six Flavor Tea Pills (Liu Wei Di Huang Wan), 首先采用意译“六味”和剂型, 随后增加汉字拼音注音, 字面意思是“六味茶浓缩丸”。亚马逊网上还出售一种标注“made in USA”, 但查询不到具体生产商的六味地黄丸, 其名称英译为 Liu Wei Di Huang Herbal Supplement, Helps for Dizziness, Sweating, Ringing in the Ears, Soreness in the Lower Back(六味地黄草药补充剂, 主治头晕耳鸣腰膝酸软), 采用音译和直译相结合的译法, 并增译功能主治的核心于标题。

3 结论

3.1 中成药药品名称翻译策略原则

通过对全球中成药药名翻译的调研, 并结合中医药产品名称翻译的经典案例分析, 本研究认为非处方类中医药产品名称翻译可以遵循以下原则与方法:

3.1.1 专名音译 因《中成药非处方药说明书规范细则》做了如下要求: 标题为 XXX 说明书, 其中 XXX 为药品的通用名称; 药品名称必须标明与药典一致的通用名称和汉语拼音。因此, 我国中医药产品都标注了汉语拼音。李照国提出, “中药名称的翻译必须采取汉语拼音的形式”, 因为“采用汉语拼音音译中药名称基本已经成为目前国际的通用做法”^[2]。

但是, 为了方便国际消费者对信息的全面掌握, 笔者建议在拼音音译后增译其主要特点, 以作辅助之用; 或者在传统拼音名称的基础上, 增加通俗易懂的商品名称。如香港念慈菴枇杷膏, 在广东话音译 Nin Jiom Pei Pa Koa 下方, 增补说明 Traditional Chinese Herbal Coughs Syrup(中国传统止咳草药糖

浆), 便于国外消费者理解并购买。又如台湾顺天堂的血府逐瘀汤名称有三类英译, 一是闽南语音译 Hsieh Fu Chu Yu Tang, 二是其下标注 Drive Out Stasis in the Mansion of Blood Decoction(祛除血府血瘀用汤药), “血府”的中医意义“脉”并未完全译出, 而是选择药典通用译法 mansion of blood。拼音名 Xue Fu Zhu Yu Tang 作为最后选择。刘明等通过文献分析与问卷调查, 也认为“出口中药药品的英文名称应该同时具有传统名称和商品名称。传统名称采取汉语拼音音译, 商品名称采取意译和/或音译。”^[3]蒋建勇等提出“拼音(英译)解决了中医药方命名复杂性带来的翻译策略不统一的难题, 而海外广大厂商使用的英译附注或简要英文简介说明提供了解决之道。”^[4]

3.1.2 模糊对等翻译 对病名、药效、成分、剂型等信息量特别详细的非处方类中医药产品名称翻译宜通过增译等翻译方法, 采用模糊对等的策略。翻译时选取最能代表该中医药产品特点的关键词, 如新加坡酸枣仁汤片的重点功效是安神, 译为 Zizyphus Good Night Tablets(酸枣安神片); 猴枣散的重点应用人群是婴幼儿, 故译为 Pearl and Amber Powder for Infantile(婴儿珍珠琥珀粉); 颈椎泰的意思是“使颈椎安泰”, 译为 Neck Pain Relief Capsules(颈椎疼痛消除丸)。余仁生七星茶的主要功效是幼儿安神, 故译为 Infant's Calming Herbal Tea(婴儿安神草药茶)。

3.1.3 直译 中医药产品的英文名称有传播中医药文化和吸引国际消费者的作用, 对于强调文化内涵的中医药产品, 如果能在目标语中找到语义对等的词汇时, 专名和通名尽量采用直译, 主要成分大多为拉丁文词源, 但也建议保留。如天麻头痛宁的最主要成分是天麻, 即译为 Gastrodia Headache Relief Capsules(天麻头痛消除丸)。

3.1.4 减译 对于中医药产品名称中只用于表示修饰作用、对于西方消费者而言难以理解的文化承载词不翻译。如金匱肾气片的根源来自医圣张仲景著《金匱要略》中删减后的肾气丸药方, 但新加坡钟炎洲公司减译为 Kidney Tonifying Tablets, 略去了“金匱”的药方来历。但是减译不影响药品名称的核心信息是“补肾片”。

3.1.5 顺译 通过对新加坡钟炎洲私人有限公司、

香港余仁生药品有限公司、天士力制药、北京同仁堂等出品的30余种主要中医药产品名称翻译的分析可以看出,95%以上的经典名称采用顺译法,只有少数较长的中医药产品名称采用了“for”结构。

3.2 中成药药品名称翻译策略启示

新加坡、日本、韩国等国家虽不是中药原料的主要生产地,但正在意图成为中医医疗枢纽。他们的做法是,首先针对中药名称及其英译大作文章,通过先进的生产程序和包装,使中药在形象、包装和运用方面符合年轻人的需求。用摩登的包装、名称和现代的语言来解释,从而不让中药变得太玄,让海外消费者摸不透它。这样的做法是值得我国中医药产业在“走出去”过程中借鉴的。

非处方类中医药产品对于国外消费者来说属于能在药店自行购买的药物,在美国作为保健品和中草药食品补充剂出售。^[5]出口美国的中药说明书必须符合保健品说明书的要求。因此,其名称翻译应最大程度地做到简洁明了,便于译入语国家消费者理解接受。由于中英语言和文化不同会导致中英文受众对同一特定名称的理解存在较大差异,这就要求译者不仅要理解中医药产品中文名称的药学、语义、语用、文化含义,还要了解译名的药学、语义、

语用和文化含义。根据我国《药品商品名称命名原则》,药品名称应符合以下三个标准:简洁新颖、好听好记、适应性(即大众接受性)。在汉译英的过程中,不妨也努力向这三个标准靠拢。因此,译者需要在仔细分析药品名称结构的基础上,针对不同的结构采取不同的翻译方法,并借鉴国际做法,在拼音音译后增译药品特色,或在传统拼音名称基础上,增译通俗易懂的商品名称。

参考文献

- [1] 罗海燕,邓海静. 中药说明书的英译从功能派翻译理论谈起[J]. 时珍国医国药,2012,23(6):1509-1511.
- [2] 李照国. 中医名词术语英译国际化新进展——从世界卫生组织传统医学国际分类东京会议谈起[J]. 中西医结合学报,2011,9(1):113-115.
- [3] 刘明,汪顺,黄树明. 中药药品名称英译规则的探索[J]. 中医药导报,2017,23(8):110-113.
- [4] 蒋建勇,丁一芸,朱明力,陈嘉. 中药方剂名翻译策略趋势的实证研究[J]. 中国中西医结合杂志,2013,33(7):0993-0995.
- [5] FDA. Dietary Supplement Labeling Guide 2015[EB/OL]. [2006-08-23]. <http://www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/Dietary-Supplements/ucm2006823.htm>.

(收稿日期 2017-12-19)