

医院简介编译策略探析

高 军, 常一碧

(上海理工大学 外语学院, 上海 200093)

摘要: 基于中美30家医院官网英文简介的文本分析, 对比中美医院英文简介在传播内容、文本结构、修辞手段和多模态使用等四个方面的异同, 讨论中国医院英文简介存在的不足, 旨在探讨编译策略在医院简介翻译中的应用。认为医院简介的英译不可采取一一对应的完全翻译策略, 而是应充分考虑读者的接受度, 通过精简篇幅、筛选内容、厘清结构、变换人称以及增加模态等编译策略使译文无论是在内容层面还是结构形式上都更易为读者所接受, 以期达到理想的传播效果。

关键词: 医院简介; 文本特征; 编译策略

中图分类号: H 059

文献标志码: A

文章编号: 1009-895X(2022)03-0213-06

DOI: 10.13256/j.cnki.jusst.sse.2022.03.001

Remarks on C-E Adaptation Strategies of Hospital Profiles

GAO Jun, CHANG Yibi

(College of Foreign Languages, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

Abstract: Based on the comparison of the English versions of Chinese and American hospital profiles in terms of content, text structure, rhetoric and multi-mode, the present paper attempts to point out the inadequacy of English versions of Chinese hospitals and to discuss the C-E adaptation strategies of Chinese hospital profiles. It is argued that to accommodate the needs of the target readers, we should break the original conventions of the source text and adopt adaptive methods rather than the traditional translation strategies, such as shortening text length, choosing appropriate information and structures, changing the person pronoun and using multi-modes, to produce an English version which conforms to the English norms in both content and form so as to facilitate its transmission.

Keywords: hospital profile; text features; adaptation strategies

随着国际交流合作的日益频繁, 中国各大医院相继推出英文网站以更好地提供对外医疗服务和传播中国医学文化。医院简介英译作为外宣翻译的一部分, 其目的在于获得良好的传播效果。但是, 经初步调查发现, 绝大多数中国医院的英文简介都是依据中文简介完全翻译而成, 很少对原文内容和结

构进行调整, 忽视了目标读者的阅读期待, 没有达到预期的传播效果。

近年来, 外宣文本英译受到学者的广泛关注。然而, 学者以探讨公司企业、旅游景区、政府部门、高等学校以及银行等机构简介的英译原则和策略为主, 专门针对医院简介的英译研究屈指可数。叶青、

收稿日期: 2021-01-12

基金项目: 国家社会科学基金一般项目(19BYY110)

作者简介: 高 军(1970-), 女, 教授。研究方向: 理论语言学、英汉对比与翻译。E-mail: gaojun@usst.edu.cn

吴青从目的论视角分析了中医医院简介英译的语言失误现象^[1]；王娅妮比较了北京协和医院和美国麻省总医院的中文和英文简介，建议通过平行语料对比实现对目标文本的有效翻译^[2]。

医院简介的英译，参照英语国家医院简介的文本样本应是与世界接轨最有效的方式。因此，本研究拟从文本分析入手，对比中美医院网站英文简介在篇幅、内容、结构、修辞和多模态等方面的异同，并以此为基础探讨中国医院简介英译的编译策略，旨在提高中国医院网站英文简介的质量，满足英语读者的阅读期待，增强译文的可读性。

一、文本来源

本研究选取的30个医院英文简介文本分别来自15家中国医院和15家美国医院的英文网站，这30家医院在本国乃至全球范围内都具有相当的知名度和影响力。其中，中国医院选自复旦大学医院管理研究所2019年发布的《2018中国医院排行榜（综合）》，包括北京协和医院、四川大学华西医院、中国人民解放军总医院和复旦大学附属中山医院等。美国医院则来自《2019—2020全美最佳医院排行榜》，包括梅奥诊所（Mayo Clinic）、麻省总医院（Massachusetts General Hospital）、约翰·霍普金斯医院（Johns Hopkins Medicine）和克利夫兰诊所（Cleveland Clinic）等。

二、文本特征对比

（一）文本篇幅

统计结果显示，中美医院英文简介的篇幅长短不一。中国医院英文简介篇幅相对较长，平均词数为721词；而美国医院英文简介篇幅整体较短，平均词数仅为324词。中美医院简介中篇幅最长的分别是北京大学第三医院的1388词和美国麻省总医院的1023词；最短的分别为北京大学人民医院的125词和美国克利夫兰医学诊所的70词。克利夫兰医学诊所仅用70个词便将医院的性质、服务范围、地位和服务宗旨展现在读者面前，如下：

About Cleveland Clinic

We are a nonprofit multispecialty academic medi-

cal center that integrates clinical and hospital care with research and education.

Who We Are

Cleveland Clinic is one of the largest and most respected hospitals in the country. Our mission is to provide better care of the sick, investigation into their problems, and further education of those who serve. Learn more about our leadership, vision, values and model of healthcare

读者选择网络媒介，是由于其便捷高效的信息获取优势。中国医院简介使用长篇幅，目的是尽可能向读者全面传达有关医院的信息，但事实上，长篇大论反而适得其反，削弱了读者的阅读兴趣，降低了读者获取有效信息的效率。

（二）文本内容

中美医院英文简介都涵盖了医院的基本信息（性质、发展历史、地址等），所获荣誉（排名、所获奖项等），文化（宗旨、管理模式、目标、愿景等），科研教育和社会责任等版块内容。不同之处在于，中国医院英文简介内容较繁杂，面面俱到，部分信息与患者需求相关性不强。例如，用了较多篇幅介绍医院历史、组织架构等内容，这些信息确实与医院密切相关，但外宣翻译的本质是信息的跨文化传播，需要关切受众需要，根据受众的接受能力和兴趣来选择传播内容。患者最关心的是医院能为自己提供什么样的医疗服务，而不是医院组织架构等“噪音”信息。

美国医院简介则通常以患者为中心，关照读者兴趣与需求，着重介绍医院文化、医疗服务质量、服务对象包容性等读者期待的信息，字里行间充满着对患者的关切。而且，文本脉络清晰，各个版块内容较为平均，不会过度对某一主题进行延展陈述。例如，美国西达赛奈医疗中心（Cedars-Sinai Medical Center）网站简介的各个主题文本长度都为一至两句话，既保证了文本内容的完整性，又提高了简介的简洁度和可读性。

Experience Art & Healing

As a patient or visitor, you will encounter the unique therapeutic benefits of some of the world's greatest art, thanks to Cedars-Sinai's collection of more than 4,000 donated masterpieces.

...

(三) 文本结构

在形式结构层面,中美医院英文简介最大的不同在于小标题的使用。中国医院英文简介很少使用小标题,层次不够明晰,因而不利于读者快速获取所需信息,降低了阅读体验和阅读效率。美国医院英文简介较多使用小标题,信息按照一定的主题切分为多个模块,既提高了视觉感官的舒适度,又减轻了读者的信息解码压力。读者只需浏览小标题便能迅速把握医院全貌,找到自己想要获取的信息。例如,美国耶鲁—纽黑文医院(Yale New Haven Hospital)使用句型结构相同的一级和二级标题区分层次,结构清晰美观,一目了然,如下:

Patient Care

We Are Here for You

We Are Collaborative

We Are Respectful

We Are Compassionate

...

在语义结构层面,中国医院英文简介的各个主题排列顺序有一定规律可循,一般按照时间顺序以及由硬实力(技术、规模、设备、人员等)到软实力(文化、价值观念、管理制度等)的顺序来排列,即:首先展示医院的面积、床位数、设备、科室设置等信息;其次介绍医院的科研成果和医疗文化信息,包括医院性质、历史、规模、人员、设备、科研、教育、荣誉、社会责任和目标愿景等。美国医院英文简介多采用“总—分”结构。首先用两三句话概括医院总体情况,然后依据主题依次铺展陈述,重点突出医院文化、目标、愿景以及医疗服务特色。

(四) 修辞风格

中美医院英文简介的修辞差异主要体现在人称代词的使用方面。中国医院简介多使用第三人称代词以体现医院的权威性,但却营造出较为严肃的气氛,拉远了读者与医院的距离。以中国人民解放军总医院简介为例,通篇使用第三人称代词 *it* 指代医院:

The General Hospital of the People's Liberation Army (PLAGH) was founded in 1953... Over more than half of a century, it has developed itself into... predominance. With medical care, education and research well integrated, the PLAGH has provided health... to the

troops stationed in Beijing. It has also provided diagnosis and treatment for... areas of commands of the PLA. Meanwhile it is open to civilian patients.

美国医院简介则多用第一或第二人称代词,拉近了读者与医院的距离,让读者倍感亲切。以麻省总医院为例:

Serving Our Neighbors, Locally and Globally

We provide care locally, nationally and globally by partnering with underserved communities to build...

Our approach to patient care encompasses our commitment to safety, effectiveness, patient care...

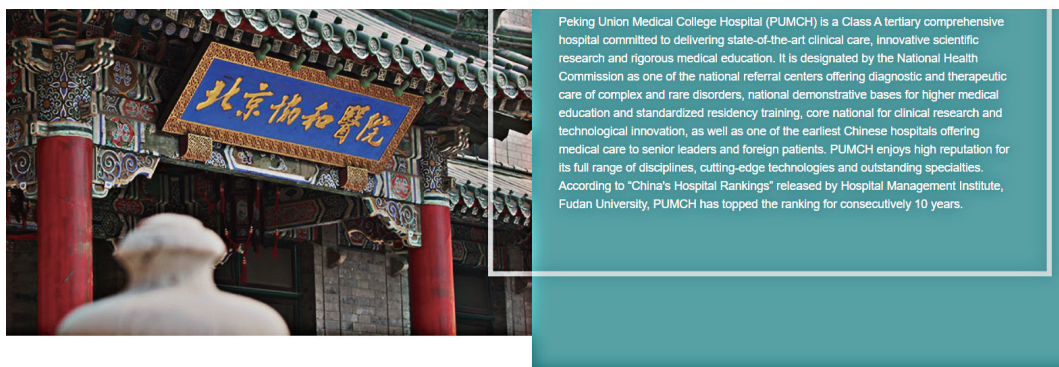
Your support helps us provide the best possible care to every patient today...

(五) 多模态运用

语言不是体现语篇意义的唯一手段,图片、视频、音乐、动作等手段或符号同样能传递语篇的意义。网络媒体的复杂性在于语言、图像、视频等资源不仅呈现在静态的页面上,而且通过超链接实现多层次的复杂结合^[3]。中国医院英文简介以纯语言文本为主,很少使用图片、视频等非语言模态进行辅助意义的传递,15家医院中有8家医院英文简介中出现了图片,但图片内容均为医院大楼等外观景象,严肃却缺少温度,而且同文本内容的关联度较弱。此外,除了浙江大学医学院附属第二医院,其他中国医院英文简介中均未使用超文本链接,页面信息安排层次也不够清晰。相比较而言,美国医院简介则充分利用网络媒介的优势,将视频、图片等非语言模态同文字巧妙搭配,15家美国医院中有10家医院简介使用了图片,而且图片内容信息丰富,同文本间关联度强,提高了读者的多样化阅读体验。此外,美国医院简介均使用了超文本链接,页面的视觉效果更加简洁美观、结构清晰,平衡了信息量同文本可读性之间的矛盾。

中美医院英文简介页面分别如图1和图2所示。北京协和医院简介中仅有一张图片,图片内容为医院正门,而且全文上下未添加任何超文本链接。图2的美国麻省总医院简介包含6个主题,每个主题都配有相应的图片,全文共插入了24处超文本链接,主要出现在每一部分的小标题以及结尾处。

总体而言,与美国医院简介相比,中国医院英文简介篇幅较长,内容较繁杂,结构层次不够明晰,第三人称代词使用较频繁以及模态使用比较单一。



PUMCH was founded by the Rockefeller Foundation in 1921. From the very beginning, it was intended to be built into the "best Medical Center in Asia". Over the past 99 years, the spirit of "pursuence, ever-improving, diligence, and devotion" has been passed on from generations to generations, during which a culture of compatibility also developed. The hospital has also formed the modern medical education concept of "Three Basics" and "Three Stricts". We have been proud of our "Three Treasures", namely, professors, case files and libraries. PUMCH has fostered many medical pioneers and masters in modern China such as Dr. ZHANG Xiaolian and Dr. LIN Qiaozhi. In addition, generations of administrative personnel have been trained in PUMCH and spread all over China. More than ten renowned comprehensive or specialized hospitals were originated from PUMCH.

Basing on nearly 100 years' experience, PUMCH innovatively proposed the notion for running the hospital-treat patients as family and boost their satisfaction, treat colleagues as family to boost their happiness, put forward the grand vision to build an academic, quality and humanistic PUMCH as connotation of "the century PUMCH". Carrying out the spirit of the Fourth Plenary Session of the 19th CPC Central Committee, PUMCH is pushing on the construction of "the Six System": Medical Services System, Talents Training System, Science and Innovation System, Fine Management System, Open & Collaboration System, Party & Culture Building System.

图1 北京协和医院简介页面

Fig. 1 Official website screenshot of Peking Union Medical College Hospital

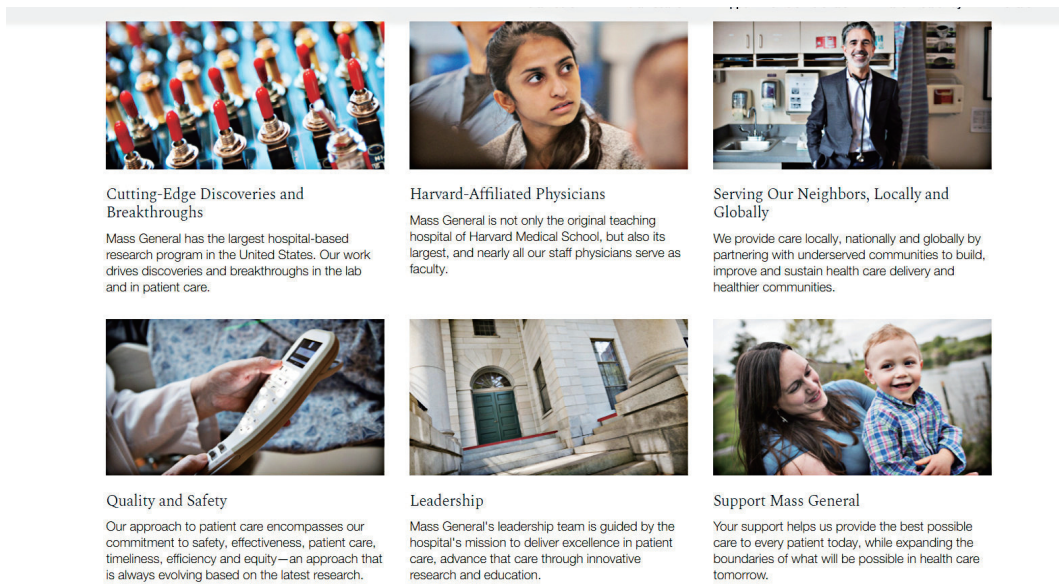


图2 麻省总医院简介页面

Fig. 2 Official website Screenshot of Massachusetts General Hospital

三、医院简介编译实例分析

医院简介兼具信息型文本和感染型文本功能。信息型文本侧重内容的传递,翻译时应简洁明了地传递原文的概念与信息;感染型文本重在感染读者,以传播效果为导向,翻译时可用编译的方法达到感染读者的目的^[4]。张健、许天虎指出:“企业简介翻译既不同于文学翻译,也有别于一般的科技翻译。这种文体上的差别要求企业简介中、英文两种版本

在内容上往往不可一一对应,在处理中文简介中的文化元素时应充分考虑外国读者的接受度,做到‘内外有别’。”^[5]因此,医院简介英译实践过程中,译者在保证传递原文信息的同时,还要打破原文的束缚,使用编译法对原文进行解构。

所谓编译是夹杂着编辑的翻译活动,是根据翻译对象的特殊要求对一篇或几篇原作加工整理后再进行翻译的变译活动^[6]。首先,就医院简介的编译而言,译者在译前应首先根据英文医院简介的文本特点对原文进行预处理,判断:原文篇幅是否过长,

内容信息是否与目标读者相关,主题是否明确,译文层次脉络是否分明,过渡衔接是否自然;译文表达是否符合目标读者的思维习惯,是否符合网络媒体特点等。其次,运用增译、减译、重组等编译策略提高译文可读性,即:增加读者期待的信息,提高读者与文本间的关联度;精简篇幅,删减冗余信息以及与读者关联度不大的信息,将译文篇幅控制在合理范围之内;厘清篇章结构,将文本各部分信息按一定的相关度分门别类,并添加具有概括性的小标题,使译文富有层次感和逻辑性,调整各个部分出现的先后顺序,做到主次分明,使译文符合英语的行文习惯。最后,利用网络媒体的优势,增加多模态,借助图像、音频、视频等呈现形式,使文本内容更加立体形象,并利用超文本满足读者的个性化阅读需求。

综合以上对中美医院网页英文简介的文本特征的比较分析以及编译的基本原则,笔者尝试根据北京协和医院中文网页的医院简介编译了其英文网站的医院简介,译文共224词。为方便讨论,我们对各部分添加了序号。

About us

(1) **Preciseness, Ever-Improving, Diligence, and Devotion**

(2) Peking Union Medical College Hospital (PUMCH) is a Class A tertiary comprehensive hospital committed to delivering state-of-the-art clinical care, innovative scientific research and rigorous medical education.

(3) Missions & Values

We aim to provide the best service with solid faith, professional ethics, unreserved contribution, and rigorous academic attitude. On the journey to *our* new centenary, sticking to the philosophy of meeting the needs of the patients, *we* are making strenuous efforts to build a first-tier hospital in the world. [Find more](#) (超链接)

(4) Ranking

We has topped the ranking for consecutively 12 years according to “China’s Hospital Rankings” released by Hospital Management Institute, Fudan University. [Find more](#) (超链接)

(5) Patient Care

We advocate treating the patients as family members to their satisfaction. [Find more](#) (超链接)

(6) Community Service

We shoulder *our* social responsibility to provide medical services for underdeveloped and remote areas and assist in emergencies and incidents. [Find more](#) (超链接)

(7) Research, Innovation, Education

We own 50 clinical and medical technology departments, 20 national key disciplines, 29 national key clinical specialties, 24 doctoral training programs, 34 master training programs, 4 national scientific research platforms, 6 national medical continuing education centers, 21 national standardized residency training centers, and 8 national standardized specialist training centers. [Find more](#) (超链接)

(8) History

PUMCH was founded by the Rockefeller Foundation in 1921, aiming to build the “best Medical Center in Asia”. [Find more](#) (超链接)

翻译前,首先对原文内容进行了取舍以满足英文读者的阅读期待。第(1)部分院训是医院的名片,代表医院的核心文化,将院训置于简介开头最醒目位置并设置特殊字号和颜色,凸显其重要性。第(2)部分采用“总—分”结构,开门见山,用一句话简单介绍医院的整体情况,包括医院的性质、等级、服务范围等,之后再主体部分按照美国医院简介的结构顺序依次展开介绍。第(3)部分“使命和价值观”(Missions & values)是医院简介的重要部分,中文简介中通常将其置于最后一部分以升华主题,但美国医院简介恰恰相反,所以将这一部分按照美国医院简介的行文习惯提前。所获荣誉是医院实力的有力证明,但不宜太过详尽,应保留最具含金量和代表性的荣誉,即《中国医院排行榜》排名情况,删除相关度不大的荣誉,如第(4)部分所述。医院能提供怎样的服务是英语读者十分关注的一项内容,因此,英文简介中增设第(5)部分 Patient care 一栏,体现医院对病患的人文关怀,提高读者对医院的好感度。第(6)部分的 Community Service (社区服务)是衡量医院社会责任感的一项标准,所以将其单独列为一部分叙述,但篇幅不宜过长,点到即可。第(7)部分删减了医院建筑面积、医护人员数量等体现医院规模的信息,保留代表医院科研、创新以及教育发展的核心数据信息。医院历史不是英语读者的关注重点,因此不宜像中文简介一样详细叙述。第(8)部分只

保留了最基本的创建信息,体现了医院的历史底蕴。

此外还做了以下处理:编译中使用了第一人称 we 或者 our (译文中的斜体部分),使译文读起来更加亲切;将中文简介中零碎复杂的信息分门别类并添加相应的小标题,确保文章条理清晰;每个部分结尾处设置超链接,将详细介绍以超文本方式链接到其他网页;在译文合适位置插入图片和短视频元素予以辅助,提高页面的模块多样化和读者的阅读体验。

四、余论

翻译与传播从本质上来讲都属于信息的处理和交流^[7]。传播学与翻译研究之间存在着某种必然的联系。奈达认为翻译就是交际,译文如果不起交际作用,不能被读者理解和接受,就失去了其存在的价值和意义^[8]。德国翻译理论家威尔斯也指出,传播过程中的“传者—受者”模式实际上就是翻译理论中的“源语—目的语”模式^[9]。传者通过特定传播渠道向受者传播一定信息内容的过程也可以看作是译者将原文转换为译文并通过某种媒介为读者所阅读的过程,二者最大的区别在于翻译活动涉及源语和目的语两种语言,所涉及的因素更多,是一种更为复杂的传播活动。

国内翻译学者吕俊总结出了翻译活动所涉及的七大要素,其中就包括“传播什么、通过什么渠道传播、向谁传播以及传播的目的”等^[10]。译者在翻译过程中必须将各个要素考虑在内,方能使译文达到良好的效果,而不是仅仅将焦点锁定在已有的原文上,简单机械地进行语言转换。译者必须抛开原文对思维的束缚,做到内外有别,将翻译视作一项传播活动。考虑翻译所涉及到的诸多传播要素,应根据翻译目的和目标读者来确定合适的翻译内容和文本风格,做到有取有舍,控制好译文长度,同时调整译文结构,并根据传播媒介的特点对译文进行形式上的优化。总体而言,翻译作为一项传播性活动应遵循以下原则:1)整体性原则,即翻译活动中的各个要素不是孤立存在的,而是在整体中体现其意义;2)动态性原则,即当活动中某个要素发生变化时,其他要素应当相应做出调整,牵一发而动全身;3)目标受众导向原则,译文得到目标受

众的认同是译文取得良好传播效果的关键,因此外宣翻译须以目标受众为导向,在翻译时体现出“人”这一因素;4)传播媒介匹配原则,即选择适用于传播媒介的译文内容和风格,发挥传播媒介优势,优化传播效果^[11]。

综上所述,医院简介的翻译本质上是一种跨文化传播,在翻译的过程中要充分考虑目标语读者的阅读需求,重视译文的可读性和读者可接受度,利用精简篇幅、筛选内容、厘清结构、变换人称以及增加模态等多种编译策略,提高读者的阅读体验,确保译文达到良好的传播效果。

参考文献:

- [1] 叶青,吴青.目的论视角下中医医院简介的英译策略研究[J].*中医药导报*,2016,22(18):113-116.
- [2] 王娅妮.中英文医院简介平行语篇的对比及翻译[J].*重庆第二师范学院学报*,2014,27(2):86-89.
- [3] 冯德正,张德禄,O'HALLORAN K.多模态语篇分析的进展与前沿[J].*当代语言学*,2014,16(1):88-99.
- [4] REISS K. Translation Criticism-the Potentials and Limitations: Categories and Criteria for Translation Quality Assessment[M]. translated by RHODES E F. Manchester: St. Jerome Publishing, 2000.
- [5] 张健,许天虎.企业简介英译若干问题探讨[J].*上海翻译*,2019(6):36-40.
- [6] 刘丽芬,黄忠廉.编译的基本原则——变译方法研究[J].*中国科技翻译*,2001,14(1):42-43.
- [7] 杨雪莲.传播学视角下的外宣翻译——以《今日中国》的英译为个案[D].上海:上海外国语大学,2010.
- [8] 谢柯,廖雪汝.“翻译传播学”的名与实[J].*上海翻译*,2016(1):14-18.
- [9] WILSS W. The Science of Translation: Problems and Methods[M]. Shanghai: Shanghai Foreign Language Education Press, 2001.
- [10] 吕俊.翻译学——传播学的一个特殊领域[J].*外国语(上海外国语大学学报)*,1997(2):39-44.
- [11] 邱进,谢柯.从传播学角度谈中国保险企业概况英译问题[J].*重庆交通大学学报(社会科学版)*,2017,17(1):130-135.

(编辑:朱渭波)