

中医药文化在国际传播的机遇和新路径探析

尚 亨

(甘肃中医药大学国际教育学院 甘肃 兰州 730046)

【摘要】中医药文化是我国优秀文化的代表，中医药文化国际传播有利于树立良好国家形象，增强我国的综合国力。近几年，中医药迎来了新的发展契机，我们要抓住这一机遇，充分利用新媒体多样化、平民化、普泛化的传播特点，创新中医药文化传播路径，构建全方位、多层次平台，为中医药事业发展和中医药文化传播探索新路径，以推动中医药文化国际传播，让中医药惠及世界人民。

【关键词】新媒体；中医药文化；国际传播

Analysis on Opportunities and New Modes of International Communication of TCM Culture

Heng Shang

(Gansu University of Traditional Chinese Medicine, Lanzhou, Gansu, 730046)

[Abstract] Traditional Chinese medicine (TCM) culture is the representative China's excellent culture. The international spread of TCM culture is conducive to establishing a good national image and strengthening our country's comprehensive national strength. In recent years, TCM has ushered in a new opportunity for development. Therefore we should seize this opportunity, make full use of the communication characteristics of new media, such as diversification, popularization and universality, innovate the dissemination of TCM culture, to build an all-round, multi-level platform, explore new paths for the development of TCM and the dissemination of TCM culture, so as to promote the international spread of Traditional Chinese Medicine Culture. Only then can traditional Chinese medicine benefit the people of the whole world.

[Key words] New media; Traditional Chinese medicine culture; International communication

中医药学是在中国文化的浸润下发展起来的，中医药学不仅是中国传统文化的重要部分，也是中国文化高度发展的产物。数据研究表明，运用西方的科学方法只能解释部分中医药文化理论和现象，不能推动中医药学的长远发展，中国社会文化环境为中医药学的发展提供了人文内涵、哲学思想和文化特性，是中医药学发展的根基，也是解析和研究中医药学的理论基础，要读懂中医药学，就必须在中医药文化背景的基础上去阐释它，没有中华文化，中医药就像无水之源，更不能很好地去发展中医。

中医药文化是我国的传统文化之一，承载着中华民族五千年的历史文化和与疾病相斗争的智慧。《中医药发展战略规划纲（2016-2030年）》提出，要综合运用广播电视台、报刊等传统媒体和数字智能终端、移动终端等新型载体，大力弘扬中医药文化知识，加强中医药在经济社会发展中的重要地位和作用。2022年10月，党的二十大工作报告中再次强调，讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国，是加强我国国际传播能力建设的重要任务。必须加强顶层设计和研究布局，构建具有鲜明中国特色的战略传播体系，着力提高国际传播影响力、中华文化感召

力、中国形象亲和力、中国话语说服力、国际舆论引导力。由此可见，推动中医药文化国际传播对弘扬中国优秀传统文化、增强文化自信、提高国际社会影响力至关重要。

1 中医药文化国际传播现状

截至目前，中医药已传播到世界196个国家和地区，我国政府同40多个国家和地区签署了专门的中医药合作协议^[1]。《黄帝内经》和《本草纲目》等经典古籍被载入《世界记忆遗产名录》，使用中医药材的人数占世界人口的70%左右，超过了40亿^[2]，其中中医孔子学院是传播与推广中医药文化的重要国际平台。中医孔子学院是我国国内高校与国外相关机构共同建立的中医药文化传播机构，力求将汉语教学和中医药知识普及结合起来，在中医药知识传承的过程中推广中国传统文化，是中医药学与汉语言推广相融合的重要举措。此外，在30多个国家和地区开办了数百所中医药院校，培养本土化中医药人才。海外中医药中心和国内基地合作国家达88个，累计服务外籍人士约13.4万人次，其中外籍患者将近12万人次^[3]。这充分说明中医药作为国际医疗系统的重要组成部分，在守护人类健康方面正发挥着不可替代的作用，中医

药文化的国际影响力在逐步提升。

以中医药为核心的国际交流与合作有序推进，中医药的国际化步伐也在加快步伐，这都为中医药文化国际传播提供了有利条件。但是由于目前中医药文化的传播主要以国家推动为主，属于以政府为主导的单向传播机制，虽然确保了中医药文化传播的专业性、权威性，但是由于中医药文化蕴含的内容博大精深，普通民众的接受程度和理解程度并不理想；在传播内容上，没有灵活的将中医药文化知识和普通人民群众现实需求密切联系起来，未能深入了解公众最感兴趣的内容，且缺少双向互动，这在一定程度上造成了民众对中医药文化理念和养生保健知识的认识仅仅停留在表面上，不能够将其与自身生活实际联系起来。在传播方式上，主要以国外教育机构、学术交流及中医药服务贸易为主，传播方式单一，缺乏时代精神和创新意识，传播效果大打折扣，且不利于中医药文化的海外发展^[4]。

2 中医药文化国际传播的机遇

2.1 中医药在近几年发挥独特优势，获得国际社会广泛认可

近几年中医药作为传统的医疗手段，在肺炎防治中发挥了重要作用，中医药深度介入，全程救治，在不同阶段都取得了成效，赢得了患者赞誉和群众好评。最近三年有数据显示，全国 7.4 万例确诊病例使用了中医药，总有效率超 90%。在国际上，中医药参与肺炎病患救治的力度可谓前所未有，与其良好的治疗效果亦得到了国外民众的高度认可。

据多家美国媒体报道，随着新的病毒在美国蔓延，用以治疗感冒和提高免疫力的中医药需求大增。《纽约邮报》和《国会山报》刊文指出，自从当地出现新的病毒确认病例以来，美国民众病毒防范意识逐渐增强，越来越多的人开始积极了解和购买中医药，中医疗法正获得越来越多关注和认可。《印度时报》、新加坡《海峡时报》、马来西亚《星报》纷纷撰文报道中医药学作为中国古代科学的瑰宝，在新型病例防治中取得良好疗效，称中医药学对世界文明进步产生了积极影响。传统中医药的治疗效果在此次防治中得到认可，这不仅有助于推动中医药国际化，也是中国软实力增强的表现。

在全球防控的推动下，中医药海外传播迎来了新的发展契机。中医药走向世界是时代需求，也是世界范围内对中医药的迫切需求，推动中医药文化国际传

播正当其时。

2.2 新媒体时代背景下，中医药文化国际传播的形式和手段更加丰富

在科技快速发展的今天，国际和国内交流日益频繁，全球相互依赖性增强，更便捷的交通和网络信息的进步缩短了世界的距离，利用信息通讯技术进行的交流将成为世界主流。一位国家领导人在一次讲话中指出：“科技创新、科学普及是实现创新发展的两翼，要把科学普及放在与科技创新同等重要的位置。”《中医药发展战略规划纲要（2016-2030 年）》提出，要综合运用广播电视台、报刊等传统媒体和数字智能终端、移动终端等新型载体，大力推广中医药文化知识，促进中医药在经济社会中发挥更为显著的作用，推动中医药进校园、进社区、进乡村、进家庭。《中华人民共和国中医药法》将“中医药传承与文化传播”专列一章，提出“开展中医药文化宣传和知识普及活动”。由此可见，加强中医药文化科普传播至关重要。

随着互联网信息技术、数字技术、移动通讯技术的快速发展，出现了以网络媒体、手机媒体等为代表的一系列新媒体形式，相对于传统媒体而言，“以互联网为核心的新媒体具有简便性、即时性、超时空性、交互性等优点，简化了传播步骤，降低了传播所需要的条件，突破了传统传播方式的地域限制、时间限制、内容限制、形式限制等，并且面向更多的人群，扩宽了文化传播的受众”^[5]。中医药文化国际传播的效果，是由中医药文化在受众中拥有的认知度和信赖度决定的，因此，需要借助新媒体，向海外民众传递中国声音、中医药文化的特色、优势等，把中国与国际社会开展医疗卫生合作的意愿传递出去，以吸引国际社会的关注、提高中医药文化的社会知名度、塑造中医药文化的良好形象。

3 探索新媒体背景下中医药文化国际传播的新模式

目前，利用新媒体平台传播中华文化已有诸多成功案例。甘肃中医药大学从 2020 年起开始举办中医适宜技术线上培训，邀请校内知名专家为境外合作院校开展培训；线上诊疗活动也在持续开展，甘肃中医药大学第二附属医院在防控期间为吉尔吉斯斯坦岐黄中医中心的患者进行多次线上诊疗活动，取得了良好的社会反响和疗效。纵观全国，以李子柒为代表的来自中国的传统文化类博主在优兔（YouTube）等平台上获得广泛关注，为中医药文化国际传播提供了丰富经验。

3.1 注重中医药文化国际传播人才培养，培养优秀传播主体

一方面，要求高等院校大力培养中医药国际传播复合型人才，在培养过程中，将中医药学知识、外语应用能力、信息传播理论学习作为同等重要的学习内容进行考核，培养造就一支政治过硬、专业突出、求实创新的中医药文化传播工作队伍，使其能担当中医药文化对外交流使者的重任；另一方面，加强留学生教育，注重留学生素质培养，中医药的传承和发展是功在当代、利于千秋的大事业，开展留学生教育，培养中医文化交流使者，把中医药文化、中医思维以及中国社会价值观由留学生们亲身传播出去，能带来事半功倍的效果，对提升中国文化在国际社会的影响力至关重要。

3.2 依托互联网技术和新媒体平台，拓宽传播渠道和方式

新媒体平台有着高效便捷、辐射面广、传播力强等优势，可以将其作为推动中医药文化在国外普通民众间深入传播的最主要渠道。一方面，自媒体“短视频+直播”的传播方式在国内外年轻人中很受欢迎，这种传播方式更加自由、主动和灵活，在传承与弘扬中医药文化方面具有天然的积极优势。以李子柒为代表的来自中国的传统文化类博主在优兔（YouTube）等平台上获得广泛关注，作为参考，打造优质中医药文化科普博主，用更加有趣的、更富有故事性的方式来讲解博大精深的中医药文化。另一方面，借鉴汲取海外主流新媒体平台的成功经验，打破文化语境落差，以扩展中医药文化的国际化传播效果。《互联网发展报告》（2019年）中指出，网络社交平台Facebook拥有全球最多的互联网用户，每天使用Facebook的用户至少达到全部互联网用户的30%^[6]。应利用国外主流媒体传播优势，使中医药文化传播的效果加倍。

3.3 量身定制中医药文化国际传播作品，打造精品传播内容

为了提高中医药文化的可接受性，在创作传播内容时要注重入乡随俗，也就是根据当地的传统和习惯，在适当保留中医药文化的本土特色中心理论的同时，有针对性的创作中医药文化传播内容，用更加通俗易懂的中医药文化知识进行传播，不断提升海外民众的

认知度和接受度。首先要创作一批易于理解的中医药科普作品，建设一批集健康养生、文化展示、体验传播、旅游保健于一体的中医药文化宣传教育基地，引导民众养成具有中国传统特色的养生保健生活方式。其次，加强中医药题材文艺作品创作。鼓励开展中医药专题文艺创作，坚持思想精深、艺术精湛、制作精良相统一，充分利用新媒体新平台，支持推出一批针对不同受众的中医药文化系列产品，创作一批承载中医药文化内涵的中医药题材纪录片，讲好中医药故事，传播好中医药声音。

总之，新媒体为推动中医药文化国际化传播、创新性发展，提供了前所未有的机遇。新媒体作为当前最受欢迎、最普及的大众网络媒体，已成为人们日常生活中不可缺少的一部分，通过新媒体不仅能获取实时信息，还能进行知识科普、传播思想观念，对于中医药文化传播而言，新媒体是打破传统媒体传播困境的积极尝试，是一个全新的传播方向，必将带来良好的传播效果。综上所述，从培养优秀传播主体、拓宽传播渠道和方式、打造精品传播内容三方面入手，积极创新中医药文化传播媒介，不仅可以提升中医药文化的海外影响力，增强中华文化自信，而且对加强各国民众联系、促进民心相通，推动构建人类卫生健康共同体具有重要意义。

参考文献：

- [1] 国家卫健委：我国已同 40 多个国家和地区签署专门中医药合作协议 _【快资讯】(360kuai.com)
- [2] 曹丽英. 加快国际化步伐，助力中医药出版“走出去” [J]. 科技与出版, 2011(9): 57-59.
- [3] 壮丽 70 年·党领导中医药发展历程：坚实脚步踏出中医药国际化之路 国家中医药管理局政府网站 (satcm.gov.cn)
- [4] 李和伟, 宋瑞雪. 中医药文化国际传播的理性思考 [J]. 中医药导报, 2021,27(7):7-9.
- [5] 黄晖, 何姗, 唐小云. 新媒体对中医文化传播的影响 [J]. 亚太传统医药, 2018(1):16-17.
- [6] 常馨月, 张宗明, 李海英. 2014-2019 年中医药文化国际传播现状及思考 [J]. 中医杂志, 2020(23):2050-2055.