

# “一带一路”视野下中医文化传播策略研究

裴亚杰

( 嵩山少林武术职业学院 河南登封 452470 )

摘要：“一带一路”是中国发起的一个重要国际性战略。在“一带一路”战略下如何促进中国文化在沿线国家和地区间的传播，促进沿线国家和地区间的文化交流和融合，推动“一带一路”的系统建设，实现沿线国家和地区的共同发展值得我们思考。在“一带一路”战略背景下，中医药作为健康医疗资源与人文文化资源，是中国与“一带一路”沿线国家合作交流的有效载体。

本文在现有的有关中医文化传播理论研究的基础上，结合“一带一路”发展要求，对中国中医文化在“一带一路”沿线传播作了系统的研究。中医文化在“一带一路”的传播过程中存在两种情况：一方面，有些国家对“一带一路”战略本身存有疑虑，质疑我国“一带一路”战略提出的意图和目的。在这种背景下进行中医文化的传播势必会遭受各国的质疑。那么，中国应当树立一个崭新的负责任的大国形象，消除各国对中国的误解，这也佐证了在“一带一路”战略下传播中国文化的必要性；另一方面，中医文化能够推动社会政治经济的发展，“一带一路”建设需要中医文化作为支撑，通过民心相通减少“一带一路”建设过程中的阻力，减少因为意识形态的不同而产生的各类问题和矛盾，加强各国在政治、经济、文化上的沟通与交流，促进沿线各国的共同繁荣和发展。

关键词：一带一路；中医文化；传播

中医药文化是中华民族智慧的结晶，兼具医学科学与人文社科的多重特殊属性，是“一带一路”建设的重要内容和中华文化走向世界的有效载体。

2015年，我国发布《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》，提出“致力于亚欧非大陆及附近海洋的互联互通，建立和加强沿线各国互联互通伙伴关系，构建全方位、多层次、复合型的互联互通网络，实现沿线各国多元、自主、平衡、可持续的发展”<sup>[1]</sup>。中医药有着悠久的历史，早在古代就随着古丝绸之路贸易活动的开展而传播到沿线国家。“一带一路”战略背景下，中医药作为健康医疗资源与人文文化资源，是中国与“一带一路”沿线国家合作交流的有效载体。

2017年初，国家中医药管理局、国家发展和改革委员会共同发布《中医药“一带一路”发展规划（2016-2020年）》，提出未来五年将着力加强中医药国际医疗服务体系建设、中医药国际教育及文化传播体系建设、中医药国际科技体系建设、中医药国际贸易体系建设等<sup>[2]</sup>。这些权威发布都为中医文化传播提供了政策支持和方向指导。

## 1 “一带一路”战略下中医文化传播面临的机遇与挑战

中医文化国际传播历史悠久，经历了近代短暂的“低潮”以后，随着我国对外交流的日益频繁，综合国力的提升，中医又以其良好的疗效、简便自然的治疗方式受到世界各地民众的欢迎。由于中医药的国际传播是一项浩大的工程，文化的差异、思维方式的不同、生活习惯、医学认知的迥异都阻碍着中医药的国际传播。单纯中医物品展示和中医技能层面的讲授无法深刻体现中医药的特色和精髓，因而中医药的国际传播，应文化先行，让国外民众从根本上认知中医的思维方式和核心价值观念，为中医文化的交流与各国之间的合作做铺垫。

### 1.1 “一带一路”战略下中医文化传播面临的机遇

为加强我国与“一带一路”沿线国家在中医药（含民族医药）领域的交流与合作，国家中医药管理局和国家发展和改革委员会印发了《中医药“一带一路”发展规划（2016-2020年）》，明确指出，要开展中医药公共外交，以中医药为载体传播中华优秀传统文化，用国际化语言讲述中国故事，促进中医药文化在沿线国家传播与推广，将中医药打造成中国在国际舞台的一张亮丽的名片。《中医药发展“十三五”规划》中也明确指出中医药是中国优秀传统文化的代表，

为实施“走出去”战略和推动“一带一路”建设提供了不竭动力，应当加深中医药在国际的交流与合作，为人类健康做出更大贡献。

#### 1.1.1 “一带一路”发展战略的引领

2013年习主席于提出“一带一路”包括“新丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的全球化发展战略。“一带一路”沿线连通亚洲、欧洲、非洲60多个国家，促进了沿线国家经济、政治、文化的交流和进步。我国作为“一带一路”建设的主导国家，引领着沿线国家经贸的交流和发展。此外，文化交流作为“一带一路”建设的一项重要内容，有利于拓展我国文化交流、发展和传播的平台，增进各国之间的文化认知和相互理解，增强政治互信。因此，“一带一路”战略为中医药的发展带来了新的契机。

#### 1.1.2 我国综合国力的提升

强大的综合国力为我国中医文化的传播提供了强有力的助推作用。中医药文化作为我国优秀传统文化的一部分，具有独特的科学和人文魅力，在世界文化之林中占有重要的地位。目前，世界上虽然仍有部分国家和地区处于战乱和饥饿的边缘，但全球大部分地区政局稳定，为中医文化的传播提供了良好的环境；经济全球化意味着贸易的全球化，我国是中药的重要输出国，东南亚及华裔市场、日韩市场是我国发生中药贸易的主要市场，其次是非洲、阿拉伯市场，最后是西方市场<sup>[3]</sup>，我国的中药贸易呈现出全球化发展的趋势。

#### 1.1.3 现代医学模式的转变

现代医学在解决人类病痛的同时，也带来了各种负面反应。另外，现代医学治疗过程中，各种医疗检查项目越来越繁杂，昂贵的医药费用连美、日、英等这些发达国家都难以承担。所以，国外近年来逐渐兴起了“自然疗法”，即：“自然医学”。自然医学主要指非药物疗法和天然药物疗法，强调人体自身的免疫功能，将自然存在的东西与人体自身的能力统一起来，是保持和恢复健康的基础，<sup>[4]</sup>这一新的医学潮流与中医的思想不谋而合。中医“天人合一”、“阴平阳秘”、“治未病”等思想包含着深刻的自然医学的原理，针灸、推拿、中草药、养生功法等都属于中医自然疗法的临床应用，因而世界范围内出现了经久不衰的“中医热”、“针灸热”、“太极热”等。中医为自然医学提供了宝贵的理论内容和丰富的实践经验，必将引领自然疗法的时代潮流。

#### 1.1.4 国外孔子学院的建立

孔子学院是我国文化对外传播的重要平台，为中医药文化的传

播和交流打开了新的窗口。孔子学院拓展了中医文化国际传播的新路径,让更多的国外民众了解和接触到中医药文化。

2004年,世界第一所孔子学院在韩国建立。此后,孔子学院在世界各地的发展如火如荼。其中,“一带一路”沿线有53国设立140所孔院和136个孔子课堂<sup>[8]</sup>。经过10多年的发展,孔子学院逐步发展成熟,越来越多的国外高校寻求与国内院校合作,建立孔子学院。中医孔子学院的建设也取得新进展,教学内容、培训项目和文化活动都在逐渐丰富和完善。2016年12月《中医药法》颁布,并于2017年7月正式实施,为中医药的发展提供了法律的保障;越来越多的留学生到中国学习中医,为中医药在世界传播打下良好的基础。

### 1.2 “一带一路”战略下中医文化传播面临的挑战

《国务院关于扶持和促进中医药事业发展的若干意见》提出要“积极参与相关国际组织开展的传统医药活动,进一步开展与外国政府间的中医药交流合作,扶持有条件的中医药企业、医疗机构、科研院所和高等院校开展对外交流合作。完善相关政策,积极拓展中医药服务贸易。在我国对外援助、政府合作项目中增加中医药项目。加强中医药知识和文化对外宣传,促进国际传播。”<sup>[9]</sup>虽然中医文化在国际的传播取得了一定的成绩,但就其传播现状而言,仍存在不足,在其传播过程中面临着中医文化本身、传播内容、传播机制的挑战。

#### 1.2.1 中医文化传播本身面临的挑战

中医的科学性在国际上受到质疑,中医其自身独特的理论体系不同于现代实验科学的范式,许多运用成熟的理论因无法被现代实验证明而被斥为是伪科学;一是中医系统的自我封闭,成为一种中医院校内部或者中医药高校之间的自我娱乐。二是中医文化的话语体系原因,在大众化理解层面存在一定的理解难点。三是中医文化中难以被人们理解的名词术语一直未能找到合适的途径使之符合现代的通俗语言体系。这是传播学中编码与解码所遇到的困境。

#### 1.2.2 中医文化传播内容面临的挑战

中医文化国际传播内容层次较浅。目前中医文化的传播以中医用具展示、功法练习、养生保健方法宣讲为主。而我们所说的中医养生保健方法因涉及到生活中的衣食住行各个方面,通常以理论的介绍为主。然而单纯的理论说教难以引起外国人的兴趣,学员缺乏中国文化的背景,对于养生保健的方法也是将信将疑,很少会去实践。其主要原因在于东西方文化传统的差异,因此对于中医文化传播内容的把握至关重要。

#### 1.2.3 中医文化传播机制面临的挑战

长期以来,在中医文化的传播机制上,是一种单向的政府主导下的传播,缺少政府、高校、社会组织和公众的双向和多向互动;是一种自我封闭的机制,不是一种相对开放的机制。是一种平面的传播机制,不是立体的全方位的传播机制。

### 2 “一带一路”战略下中医文化传播的对策研究

#### 2.1 中医文化传播主体对策

中医院校应该成为中医文化传播的主体。中医院校作为培养中医药高等教育人才的基地,自身就承担着培养人才、服务社会和传播文化的职能。中医院校具有大量的专家、学者、教授,他们应该在政府和学校的大力支持下,走出象牙塔,走向社会,面对大众开展中医文化的宣讲和传播。中医药高等院校可以从中医药国际学术会议、中医药翻译人才的储备与培养、中医药著作论文翻译、中医药跨文化传播研究、中医药传统文化多语种网站建设等方面开拓海

外传播路径。

#### 2.2 中医文化传播内容对策

无论是在同一社会环境中,还是来自不同文化背景下的人们之间发生交谈、沟通、相互理解等行为,为的都是通过结伴来提高自身实力、应对自然环境或社会竞争的挑战,满足克服孤独、自我认识、环境认知、社会选择等需要。<sup>[10]</sup>中医药作为文化进行世界性的传播,交流双方的地位应是对等的,而非以“主-客”体的形式进行单方面输出或接受。中医文化的传播不是向其他国家灌输中医药理论以取代西方医学,更不是削足适履用中医药去适应西方标准,而是在双方都抱有开放式观念的前提下,保持各自特色,又能有效沟通,互相取长补短。

#### 2.3 中医文化传播机制对策

习近平主席在第二届世界互联网大会开幕式致辞中指出,要发挥互联网传播平台,让各国人民了解中华优秀传统文化。国家层面希望中医药传统文化与时俱进地发展、运用与传播,鼓励中医药文化开创网络传播新路径。互联网技术发展日新月异,新媒体如雨后春笋般涌现,这为中医药健康文化的传播提供了新的途径。利用互联网传播中医药文化重点是要体现中医药文化的核心,即中医药的思维模式、价值观和行为方式<sup>[11]</sup>。网站作为互联网的基本构成元素,具有技术成熟、开发成本低、传播速度快、便于保存与更新内容等特点,为中医药文化传播带来了新的机遇和挑战。

#### 参考文献:

- [1]新华网.授权发布:推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动[EB/OL].[http://news.xinhuanet.com/2015-03/28/c\\_1114793986.htm](http://news.xinhuanet.com/2015-03/28/c_1114793986.htm), 2015-03-28.
- [2]国家中医药管理局.国家中医药管理局 国家发展和改革委员会关于印发<中医药“一带一路”发展规划(2016-2020年)>的通知[EB/OL].<http://www.satcm.gov.cn/e/action/ShowInfo.php?classid=33&id=23671>.
- [3]吴镇聪,“一带一路”建设视域下中医药文化对外传播研究[J].福建农林大学学报(哲学社会科学版),2016,19(4):78-82)
- [4]闫峥.“一带一路”中医药国际联盟成立[N].中国中医药报,2016,07-20(002).
- [5]王为群,周俊兵,王银泉.明清之际中医海外传播概述[J].中国中医基础医学杂志,2014,20(07):914-915.
- [6]梁永宣,主编.中国医学史[M].北京:人民卫生出版社,2012,85,87.
- [7]祝世讷,主编.中医文化的复兴[M].南京:南京出版社,2012,209.
- [8][http://www.hanban.edu.cn/confucious\\_institutes/node\\_10961.htm](http://www.hanban.edu.cn/confucious_institutes/node_10961.htm).孔子学院总部/国家汉办关于孔子学院/课堂[EB/OL].[2018-3-11].
- [9]李景强.论跨文化传播的性质[J].新闻界,2010(6):26-27.
- [10]单波.跨文化传播的基本理论命题[J].华中师范大学学报:人文社会科学版,2011,50(1):103-113.

基金项目:2020年度河南省高等职业学校青年骨干教师培养计划项目

项目:“体医结合”背景下河南省高职高专体育保健与康复专业课程优化设置研究(2020GZGG124)

作者简介:裴亚杰(1983.2.15—)女,中共党员,河南登封人,研究方向:民族传统体育学