

“一带一路”战略背景下中医药文化 国际传播的机遇、挑战与对策

李玫姬

[摘要] 中医药文化的国际传播因国家实施“一带一路”战略获得了良好的机遇,但是亦面临着困难和挑战。中医药文化的国际传播要融入“一带一路”建设战略框架,应该树立以国家利益为导向、遵循市场经济规律的理念,以产业、教育、学术交流、慈善为载体,选择舆论先行、企业跟进、科研夯基、政府统筹与护航的基本路径。

[关键词] “一带一路”;中医药文化;国际传播

[作者简介] 李玫姬,广西中医药大学人文社科学院副教授,硕士,广西 南宁 530200

[中图分类号] R2

[文献标识码] A

[文章编号] 1004-4434(2016)04-0130-05

在中国政府制定的“一带一路”战略进入加快推进阶段的2015年12月,习近平同志致信祝贺中国中医科学院成立60周年,李克强同志作出了重要批示。贺信和批示不仅阐述了中医药的地位作用和现实意义、充分肯定中医药对经济社会发展作出的突出贡献,而且殷切希望广大中医药工作者“充分发挥中医药的独特优势,推进中医药现代化,推动中医药走向世界”,“提升中医药在世界上的影响力”。^[1]新形势、新背景、新要求为中医药文化的对外传播带来了历史性的机遇,加强“一带一路”战略背景下中医药文化国际传播的研究,既是把党和国家领导人重要指示精神贯彻落实到中医药事业改革发展中的现实要求,也是中医药自身适应现代化社会、对接产业化趋势、迎接国际化挑战的时代呼唤。

一、“一带一路”建设战略对中医药文化国际传播的重要影响

(一)建设“一带一路”的共同愿景奠定了中医药文化国际传播的良好政治环境

2015年3月28日,国家发改委、外交部、商务部联合发布了《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》,“一带一路”建设

战略正式启动。目前,“一带一路”意识已为许多国家和国际组织所接受,许多国家对参与“一带一路”建设表达了积极态度,并将本国的发展战略与“一带一路”建设战略有效对接,如老挝领导人多次在公开场合表示充分理解、接受和认同我国提出的“一带一路”的理念和价值观;中、俄两国首脑签署了《关于丝绸之路经济带建设和欧亚经济联盟建设对接合作的声明》;尼泊尔、匈牙利、塔吉克斯坦、哈萨克斯坦、卡塔尔、科威特等国相继与我国签署了共建“一带一路”的谅解备忘录。“一带一路”的共同愿景“朝着互利互惠、共同安全的目标相向而行”,追求“经济联系更加紧密,政治互信更加深入;人文交流更加广泛深入,不同文明互鉴共荣,各国人民相知相交、和平友好”。^[2]政治互信、互利互惠、共同发展的良好政治环境,不仅减小了中医药文化国际传播的风险,而且中医药文化国际传播会因为良好的政治环境下各国人民对异域文化的尊重和包容而更加容易收到良好的效果。

(二)相互开放和经济合作的深入,为中医药产业的对外拓展提供契机

“一带一路”建设是一项宏伟而庞大的系统工程,是沿线国家政治、经济、文化、社会、制度等诸多领域的立体型建设,是以经济建设为主体、文化

[基金项目] 2015年广西哲学社会科学规划课题“‘一带一路’背景下的当代中医药文化影响力研究”(15FKS006)阶段性

建设为支撑的有机统一体。“一带一路”建设过程必然是加快中国与沿线国家相互间的开放步伐的过程,而这种开放是多领域、多层次、全方位的开放,是经济、贸易、交通、文化、教育、信息、旅游、科技、资源等领域的全面合作与接轨,它带来了中医药文化产业“走出去”的良好机遇。中医药文化是中国传统文化中涉及生命、疾病、健康等内容的精神文明和物质文明的总和,包括“道”与“术”两个相互关联而又各有特色的部分。如果说独具特色的认知思维模式、价值观、健康理念是“道”,那么独具特色的诊疗方式、养生方式、药物制作和应用就属于“术”的范畴。无论是道亦或是术,都包含相关物质因素,都可以衍生出向消费者提供产品和服务、产生经济效益的产业。拥有技术实力的中医药文化产业如中医药教育、中医诊疗、中成药制造、中医药养生、中医药休闲旅游等相关企业可以在投入“一带一路”建设过程中发掘商机,更可借由本国政府和沿线各国政府为合作推动“一带一路”建设而给予的优惠政策获取更大的经济效益。

(三)基础设施互联互通和人文交流的加强,为中医药文化对外推广压缩了时空距离和文化认知障碍

“一带一路”战略积极推进亚欧非大陆以及附近海洋的互联互通,将加强沿线国家基础设施建设作为优先发展的领域,提升道路通达水平、推动口岸基础设施建设、增加海上航线和班次、拓展建立民航全面合作的平台和机制,共同推进国际骨干通道建设,逐步形成连接亚洲各次区域以及亚欧非之间的基础设施网络。国际运输的便利化压缩了处于不同文化背景中的人之间的时空距离,在促进沿线国家经济贸易繁荣的同时自然也少不了人员往来和人文沟通,从而加大了不同文化互相碰撞、互鉴交融的机会,为中医药文化影响力的扩展和提升创造了良好的条件。而且,在“一带一路”建设战略强调文化交流与合作,推动沿线国家间互办文化年、艺术节、电影节、电视周、图书展、旅游推广周和宣传月等活动,扩大相互间留学生规模并广泛开展文化交流、学术往来、人才交流合作,这有利于消除文化隔阂与文化误读,为中医药文化的对外推广塑造和谐友好的文化生态和舆论环境。

二、“一带一路”建设战略背景下中医药文化的国际传播面临的困难和挑战

(一)沿线国家国情复杂

由于国际金融危机之后发达国家对中国的围

堵、打压力度逐步加大以及“中国威胁论”的喧嚣,一些沿线国家对我国倡导的“一带一路”建设战略存在警惕和防范心理,“部分沿线国家持疑虑和观望态度”。^[3]故我国与沿线一些国家的合作交流存在战略互信不足、沟通交流渠道不畅的问题,尚未形成紧密的全方位合作交流机制,这制约着中医药文化传播的速度、深度与广度。而且,沿线国家不少属于发展中国家,政局不稳、民族矛盾复杂、法制不健全、政策稳定性连续性不强,这给中医药文化的对外传播带来较高的风险。另外,欧美日等发达国家在沿线国家已经经营多年,与沿线国家政府、民间均保持良好关系,医学合作与交流也较为深入、西方医学文化的影响持久而广泛,与此相对应,中医药文化在沿线国家的影响力薄弱,面临西方医学文化强有力的竞争。

(二)中医药文化国际传播人才短缺

中医药文化的国际传播对人才的素质要求甚高,不仅要精通中医药文化、会外语,还要懂跨文化传播、文化外交、文化贸易,更要了解对象国国情、文化和民族性格。高素质中医药文化传播人才的成长,不仅需要有一个较长时期的不断学习过程,而且需要经过长时间的实践锻炼。近年来,不少中医药院校在中医学专业下开设了对外中医方向,培养了大批既有中医药理论又具有较高外语水平的人才,但总体情况还不能适应“一带一路”战略的要求。由于对外中医专业开设时间并不长,所毕业的学生从事中医药行业时间短,在中医药文化理论造诣和实践经验方面尚欠火候,且由于医院编制紧,医院医生大多数处于超负荷工作状态,很难有机会和较长时间系统去进行非中医药专业的继续教育。另一方面,中医药文化的对外传播还处于初始阶段,科技合作、国际药品市场开发、国际医疗服务等业务尚未形成一定规模,使得对外中医专业毕业生实践的场所和机会较少,在理论积累、实践能力、对外中医药教学能力方面仍然处于弱势。再加上“一带一路”沿线国家的语言属于不同的语系,且历史文化传统迥异,这导致以英语为主要交流工具的我国对外中医人才难以适应“一带一路”建设战略的要求。

(三)中医药文化在对外推广过程中容易遭遇“文化折扣”

“中医文化浓缩了中国优秀传统文化的精华,集中体现了中国传统文化的价值理念与思维方式”^[4]。中医药文化发源、成长于农耕文明,饱含浓郁的自然哲学意蕴和古典文化理念,其基本概念和

保健治疗方式呈现出描述性的、观物取象的非实体化特点,一些重要概念如经络、三焦、营卫气血等难以找到相应的解剖生理学基础,药物配伍也拿不出化学分子式。这就导致了外国人理解中医概念和理论的困难,甚至对阴阳、五行等中医基础概念产生“不科学”的念头而排斥中医。而且,中医药理论和知识全部都是建立在中国古代语言结构基础之上,由于古代汉语语言结构和世界绝大多数国家和地区的语言结构相差甚远,使得中医药文化的一些特定词汇、概念翻译成异国语言时表达不准确,或名不及形、或名不及实,甚至使原来的含义丢失殆尽。这导致中华文化圈之外的人对中医药文化的兴趣、认同度、理解程度大打折扣。

三、“一带一路”建设战略背景下中医药文化国际传播的战略选择

(一)理念设定——以国家利益为导向,遵循市场经济规律

“一带一路”建设战略背景下中医药文化国际传播,既要考虑到中医药文化具有自然属性的一面,又要系统权衡中医药文化的社会属性和国家战略的政治影响。因此,在中医药文化国际传播的目标设定上,既不能放弃经济利益这一重要的追求目标,又要考虑国家的政治需求,同时还要兼顾社会利益。这意味着,“一带一路”建设战略背景下中医药文化国际传播要坚持市场运作、遵循市场经济规律、充分发挥市场在资源配置中的决定性作用和各类企业的主体作用,同时又不能离开政府的顶层设计,必须服务于塑造国家形象、维护国家声誉、提高国家文化软实力的国家战略,具有明确国家政治利益指向性。

(二)载体选择——产业、教育、国际学术交流、慈善

产业已成为中医药文化国际传播最好的载体。中医药文化产业是指依托中医药文化要素、制造物质产品或提供服务并以市场化方式运作、以盈利为目的行业。中医药文化产业有两种形态:一是生产与销售以物态形式呈现的产品,如生产与销售中药、出版中医药报刊书籍、生产和销售中医药保健品、保健器械等;二是以劳务形式出现的中医药文化服务行业,如诊疗、养生、中医药文化旅游等。按照市场运作的中医药文化产业能够产生利润,能够为中医药文化国际传播提供不竭的资金支持。而产业追求规模经济的动机又成为中医

药文化国际传播得以持续发展的推动力。中医药文化产业所具有的实用和经济的特性,具有消解国际传播中的语言障碍、文化折扣和意识形态差异等制约效果的优势。因此,通过市场把中医药文化这个无形的资产变成有形的产业,并用有形产业来推动中医药文化在“一带一路”沿线国家的传播与发展,这是一条中医药文化自我图强和具有可持续性的发展道路。随着中医药文化产业的建立与扩大,将会形成中医药文化在“一带一路”沿线国家与地区渗透辐射的传播网络,在产业实现利润的同时也相应地带动了中医药文化的传播。

如果说产业是中医药文化传播者与接受者之间相互传递信息的物质载体,那么教育就是精神手段。中医药文化国际传播不仅仅是让国际社会了解中国的自然药物、针灸、推拿和五禽戏等各种医疗技术和养生方法,更重要的是让国际社会真正了解中国几千年来传承下来的中医药文化精神,仅仅依赖在消费中医药产品过程中无意识地获得的碎片化的经验无法达到上述目的。因此,必须以教育为载体、以直接的而明显的方式呈现中医药文化的深层次内涵。中医药文化教育的形式有办学(包括学历教育与短期培训)、会展、影视、旅游体验等。中医药文化教育以语言符号和直观形象传递出中医药文化的正确信息,按照人的认知规律、文化传播规律和中医药文化的内在逻辑编排设计内容,具有明确的目的指向性,是在短时间内就能对受众产生正面影响的有效传播载体。

国际学术交流是中医药文化国际传播又一重要的载体。中医药文化国际传播是一个庞大的跨文化交际活动,理性的跨文化交际一定是一种对话式的、互相尊重和互相理解的动态交流方式。因此,需要积极推动国际学术交流,为“一带一路”国家沿线各国的传统医药文化高端人才创造相互交流和理解的机会,通过一系列学术层面的研究活动互相沟通、学习与融合,在学理层面为中医药文化在“一带一路”沿线的传播提供支撑。通过国际学术交流,中国与“一带一路”沿线国家的专业人士能够更深入地了解彼此的医学文化资源、医学文化特点和个性以及各自文化的发展潜力,不同医学文化可以建立起相互理解、欣赏、学习和互补的关系。而这种“了解”和“关系”,是中医药文化的接受者准备理解和接受中医药文化、使中医药文化国际传播得以实现的必要条件,是中医药文化国际传播达到预期目标的重要保障。

慈善是人与人之间的关心、爱护和帮助的行

为。在“一带一路”建设战略中,中医药文化主体可以通过实物或产品捐赠、志愿服务、现金资助等形式开展慈善事业。这有助于塑造中医药文化的仁爱、友善的形象,表明中医药文化国际传播不只是以利润的形式从当地索取,而是能够给当地社会带来积极回馈的:它能够帮助当地人们摆脱疾病的困扰、能为当地的居民提供高质量的生活。于是,中医药文化国际传播也因此能够获得当地政府、人民和社会团体的理解和支持。另一方面,做慈善在为公众提供义举的同时,也是在培养公众对中医药文化产品和服务的兴趣和消费习惯,从某种程度上说,这些慈善活动一方面为人们提供了免费的中医药产品与服务,同时又将接受中医药产品与服务的人们发展成中医药产品与服务的需要者,从而催生出中医药文化国际传播的庞大受众群体。而且,以慈善为载体的中医药文化国际传播以改善人民的健康福祉为宗旨,政治敏感度低、社会认同度高,是中医药文化国际传播不可或缺的重要载体。

(三)具体路径——舆论先行、企业跟进、科研夯基、政府统筹与护航

中医药文化国际传播的效果,在很大程度上取决于中医药文化在特定区域受众中的认知度、美誉度和信赖度。因此,需要借助报刊、杂志、网络、微博微信、影视、高端论坛等舆论工具,把中医药文化的特色、优势等情况介绍给“一带一路”沿线国家,把中国与“一带一路”沿线国家开展医疗卫生合作的意愿传递出去,以吸引沿线国家政府和公众的注意与兴趣、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。需要指出的是,营造良好的舆论氛围还应包括对国内的宣传工作,要借助各种传媒介绍“一带一路”沿线各国政治、经济、文化、社会生活情况及其观念和对中医药文化的需求,引发国内中医药文化相关组织和机构对“一带一路”沿线国家的浓厚兴趣和合作欲望。如此,将会在中医药文化的传播者和中医药文化的接受者之间促成重叠性共识区的形成,两者之间的重叠性共识必将汇聚成推动中医药文化传播的巨大合力。

“‘一带一路’构想首先是一个对外开放的经济发展战略。尽管它具有政治与安全的价值,但与任何经济发展战略一样,其推进的主体始终应该是企业。”^[5]中医药产业要加快走出去的步伐,应该立足于中医药产业现有发展和开放水平,到沿线国家建立集产业、融资、商贸等于一体的境外企业实体,同时积极吸引沿线国家的资金与人力资源,实施中医药企业本地化战略,融入当地产业链,增

强中医药文化产业对当地经济的渗透力和影响力。促进中医药企业在“一带一路”沿线国家发展,需要重点推动三大建设:一是推动示范中医院建设,使之成为显示中医药疗效的窗口、带动中药出口的平台、推广中医养生保健理念的基地。二是推动中医药文化产品的加工集聚区建设,把拥有中医文化身份的产业如诊疗、制药、养生、教育等集中在某一区域,以“集聚”的方式形成规模效应、促进中医药产业层次提升。三是推动中医药物流体系建设,为示范中医院建设和中医药文化产品的加工集聚区建设提供物资出口与流通条件,并带动和扩大中医药产品国际贸易的发展。

科研是实现中医药文化国际传播的重要基础。目前虽然已有学者对中医药文化国际传播进行了多方位研究,但是多数局限于针灸、推拿教学等技术性层面或是文化传播的泛论上,在经贸谈判、政策和规则制定、风险评估与规避等方面具备国际水准的研究成果极少,在研究方法、领域、视野等方面存在着诸多不足。针对“一带一路”区域开展的中医药文化国际传播是一项系统工程,其特点是跨机构和跨学科,涉及中医学、文化学、地理学、历史学、国际关系学、法律学、政治学、社会学、民族学、经济学和传播学等诸多学科。因此,为了全面推动中医药文化国际传播问题的综合研究,服务于国家“一带一路”战略决策的制定与实施,成立一个高水平、跨学科的中医药文化国际传播研究中心已经迫在眉睫。这一中心应以“一带一路”重大战略需求为导向,以实现中医药文化传播的最佳效益为目标,以多学科协同创新为主体,既是中医药文化学术研究的大本营,又是中医药文化国际传播战略决策的高端智库和国际交流对话的平台,同时还是中医药文化国际传播事务高端人才的培养基地,其最大的特点与优势就是多学科协同联动。目前急待启动的是中医药文化基础问题研究、中医药文化国际传播人才培养及传播策略研究、“一带一路”区域传统医学文化与相关法律研究、“一带一路”周边国家政治经济社会研究等。

“一带一路”区域是一个多边角逐、大国竞争的领域,各国文化传统不同、管理制度有异,个别国家政局不稳、投资贸易法律体系不够健全,如果缺乏政府的统筹与护航,那么中医药文化在该区域的传播很难顺利进行。政府统筹与护航重要体现在以下几个方面:第一,增加与沿线国家的政治互信。加强政府间合作,积极构建多层次政府间宏观政策沟通交流机制,争取有关(下转第180页)

式,只有作品 20 号、23 号、25 号、26 号、28 号、35 号、37 号没有出现,如果结合文章的内容和文体看,它们都是以说明性为主体的短文。再以解说复句为例,出现在作品 1 号、2 号、6 号、15 号、17 号、18 号、21 号、23 号、24 号、25 号、26 号、29 号、30 号、35 号、37 号、38 号、39 号、40 号中,这些作品或者是以描写景物为主的,或者是以说明为主的,所以解说句的运用频次就比较高,复句和文体之间存在着一定的对应关系。

三、结 语

通过分析归纳,可以看到朗读作品 40 篇的句型是由单句和复句构成的,在篇章中复句的使用

频次高于单句。单句由主谓句和非主谓句构成,主谓句的频次高于非主谓句,特别是带宾的句型使用广泛。而复句的内部逻辑关系以单层或者二层关系为主,顺承、因果、并列使用的频次最高。了解这些句型的特点,对于我们教学普通话有着理论与实践意义。

[参考文献]

- [1] 卞成林.普通话培训与测试(智能测试版)[M].南宁:广西教育出版社,2009.
- [2] 邢福义.现代汉语(全 1 册)[M].北京:高等教育出版社,1991(2008 重印).

[责任编辑:刘烜显]

(上接第 133 页)国家在政策和法律上给予中医药文化国际传播积极支持,并且有关国家愿意在涉及中医药合法化的法律适应问题上给予配合。开展多层次、多渠道沟通磋商,为中医药文化国际传播提供宽松的政治环境、互利的经济环境与祥和的人文背景。第二,提供资金支持。通过设立中医药文化国际传播基金,支持相关组织和企业在沿线国家建立中医药文化产品加工集聚区、中医示范医院,支持与沿线国家开展传统医学文化交流如进行高端论坛、学术研讨会等,为沿线国家青年到中国接受中医药教育、学习中医药文化提供奖学金。第三,提供金融支持。发挥政策性银行和各商业银行作用,对大型境外中医药产业投资和文化合作项目优先给予贷款支持。创新融资方式,鼓励银行采取提供银团贷款、“内保外贷”、境外资产抵押贷款等方式,拓宽境外项目融资渠道。完善境外投资外汇管理与服务。第四,提供保障服务。建立完善的信息系统,为企业和政策、法律、财务、投资、融资等方面的支持与风险防范等服务。规范参与“一带一路”建设战略的中医药文化传播主体的行为,避免不正当竞争手段或文化差异导致的传播对象国人民的不安和质疑,减少摩擦与争端的发生。

四、结 语

综上所述,因国家实施“一带一路”战略,中医药文化的国际传播获得了良好的发展机遇、亦面临着困难和挑战。但是,若能够树立以国家利益为导向、遵循市场经济规律的理念,以产业、教育、学术交流、慈善为载体,选择舆论先行、企业跟进、科研夯基、政府统筹与护航的基本路径,中医药文化的国际传播将有望实现新的突破。

[参考文献]

- [1] 中国中西医结合杂志编辑部.习近平致信祝贺中国中医科学院成立 60 周年 李克强作出批示表示祝贺[J].中国中西医结合,2016,(1).
- [2] 国家发展改革委,外交部,商务部.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[N].人民日报,2015-03-29.
- [3] 唐松宋王,磊宗宏,祝佳.21 世纪海上丝绸之路建设:广州的战略选择与关键问题[J].城市观察,2015,(1).
- [4] 张宗明,申宁.加强中医文化教育,提高大学生思想道德素质[J].医学与社会,2010,(8).
- [5] 何茂春,张冀兵,张雅苑,田斌.“一带一路”战略面临的障碍与对策[J].新疆师范大学学报(哲学社会科学版),2015,(5).

[责任编辑:刘烜显]