

2014—2019 年中医药文化国际传播现状及思考

常馨月¹, 张宗明², 李海英^{3*}

1. 上海中医药大学, 上海市浦东新区蔡伦路 1200 号, 201203; 2. 南京中医药大学; 3. 上海中医药大学科技人文研究院

摘要 中医药文化是中国文化海外传播的重要载体, 中医药文化国际传播则是实现中医药国际化的重要路径。对 2014—2019 年中医药文化国际传播相关研究进行全面分析与梳理, 基于文化全球化的大背景, 阐述中医药文化国际传播的现状, 深入分析其在传播过程中面临的主要问题, 并从传播内容、传播路径、传播话语权构建以及人才培养等方面进行总结, 提出要重视语言传播过程中的翻译问题、重视中医文化理论传播、加强网络舆情监控、加强人才培养、灵活运用现代新媒体技术开拓新的传播平台等方面提出相应策略, 以为中医药文化国际传播研究提供参考。

关键词 中医药文化; 国际传播; 人才培养; 新媒体技术; 传播平台

中医药作为中华优秀传统文化的优秀代表, 已然成为中国向世界展示中华文化的重要载体。近年来中医药文化传播日益加快, 传播范围不断扩大, 2019 年底新型冠状病毒肺炎疫情爆发以来, 中医药发挥了举足轻重的作用, 体现了中医学独特的传统医学优势, 不仅为全球抗疫提供了重要的参考经验, 也在一定程度上提升了中医药的国际知名度。因此, 深入了解当今中医药文化国际传播的现状与问题, 探求其解决途径成为当前中医药国际化发展面临的重要命题, 对未来中医药国际化发展亦具有重要参考价值。

1 中医药文化国际传播现状

近年来, 中医药国际传播速度加快, 世界对中医的认知也在文化冲突和互动融合中逐渐改变, 西方社会对中医药的接受程度不断提升。我们以中国知网和 PubMed 医学数据库为检索平台, 检索 2014 年 1 月 1 日至 2019 年 12 月 31 日中医药文化国际传播领域的学术论文, 共检索出 248 篇有效文献进行分析。结果显示, 从国内研究层面来说, 近五年中医药文化国际传播、海外传播及跨文化传播的研究热度不断提升, 研究范畴不断扩大, 学界给予中医药文化国际传播的关注度越来越高; 但海外相关研究多为中草药的资源开发与利用、中医药

语言翻译问题、海外中医教学相关研究, 多重视数据及中药科学性研究。总体来说, 目前中医药文化国际传播既面临发展机遇, 又存在诸多问题和挑战, 其发展现状主要包括以下 3 个方面。

1.1 国家高度重视中医药文化“走出去”

2014 年以来, 国家高度重视中医药国际传播, 中共中央国务院、卫生部、科技部、国家中医药管理局、国家药品监督管理局先后颁布 10 余项与中医药国际化发展相关的政策和文件。如 2015 年 5 月国务院办公厅颁布《中医药健康服务发展规划 (2015—2020 年)》, 鼓励借助海外中国文化中心、中医孔子学院等平台, 推动中医药文化国际传播; 2016 年 2 月国务院颁布《中医药发展战略规划纲要 (2016—2030 年)》, 指出要积极推动中医药海外发展, 加强中医药对外合作交流; 2016 年 8 月国家中医药管理局颁布《中医药发展“十三五”规划》, 要求发挥中医药特色优势, 引领中医药自主创新国际主导权; 2016 年 10 月国务院颁布《“健康中国 2030”规划纲要》提出发展中医药健康服务, 打造中医药国际品牌; 2016 年 12 月国务院颁布《中国的中医药》白皮书, 倡导推进中医药现代化发展, 推动中医药走向世界; 2017 年 6 月科技部、国家中医药管理局颁布《“十三五”中医药科技创新专项规划》, 提出推进中医药标准化与国际化建设; 2017 年 12 月国家中医药管理局颁布《关于中医药健康服务与互联网融合发展的指

基金项目: 国家社会科学基金 (18ZDA322)

* 通讯作者: editor_lhy@126.com, (021) 51322295

导意见》，指出要不断促进中医药文化的国际推广和普及；2018 年 8 月国家中医药管理局、科技部颁布《关于加强中医药健康服务科技创新的指导意见》，提出推进中医药健康服务国际标准制定、提升中医药健康服务国际影响力；2019 年 10 月国务院颁布《促进中医药传承创新发展的意见》，指出推进实施中医药国际合作专项，推动中医药海外传播。截至目前，国际标准化组织中医药技术委员会（ISO/TC249）已发布 47 个中医药国际标准^[1]，2019 年国家中医药管理局已设立了 62 个中医药国际合作专项，其中包括 31 个“一带一路”海外中医药中心类项目、11 个“一带一路”中医药国际合作基地类项目^[2]。这些政策和相关专项的设立都体现了我国对中医药国际传播与发展的高度重视。

1.2 中医药国际合作不断拓展

综观中医药文化国际传播发展，各组织机构、学术社团积极整合多方资源，中医药国际传播范围不断扩大。目前，中医药文化国际传播主要依托世界中医药学会联合会、世界针灸学会联合会、海外中医中心、海外中国文化中心、孔子学院、健康类国际非政府组织等组织形式^[3]以及中国国际中医药博览会、中国文化年、中医药文化节、名医诞辰等活动模式传播中医药文化核心价值理念及中医基础理论、中医养生保健等具有中医特色的内容^[4]。2015 年 6 月 18 日，欧洲第一所中医药中心中国—捷克中医中心成立，2017 年 6 月 21 日第二所欧洲中医中心即中国—黑山中医药中心成立，为中医药文化在欧洲的传播奠定了基础。此后，陆续在意大利、阿拉伯联合酋长国、以色列、德国、瑞士、缅甸、白俄罗斯、罗马尼亚、毛里求斯等国家成立了海外中医中心，中医药国际合作广度日渐延伸，为中医药文化“走出去”开拓了更多的平台与机会。

1.3 中医药在海外传播及立法范围不断扩增

截至 2020 年 5 月，中医药已传播到 183 个国家（地区），并设立了 548 所孔子学院和 1193 个孔子课堂^[5]，“一带一路”沿线国家共有 51 个国家和地区开设了 134 所孔子学院和 130 个中小学孔子课堂，欧盟 28 国、中东欧 6 国实现全覆盖，我国与外国政府、地区和组织签署了 86 个有关中医药的合作协议^[6]。据统计，现有 103 个世界卫生组织（WHO）会员国认可使用针灸，29 个国家设立了传统医学的法律法规，18 个国家将针灸纳入医疗保险体系^[7]；另有数据显示，已有 109 个国家对传统医学进行立法^[7]，其中以立法形式承认中医

合法地位的国家包括匈牙利、新加坡、澳大利亚、泰国、越南、马来西亚、南非、瑞士等，美国 47 个州及华盛顿特区、墨西哥、加拿大对针灸予以单独立法^[8]。另据统计，海外约有 8 万多个中医诊所，约有数十万中医从业人员^[9]，中医类医疗机构诊疗人次占医疗机构总诊疗人次的比重也在持续增加。随着服务能力的提高，中医类医疗机构将在整个医疗体系中发挥越来越大的作用。

2 中医药文化国际传播过程中存在的问题

当前中医药国际化正处于加速发展的关键时期，既面临广阔的发展前景，也存在诸多亟待解决的问题。通过对 248 篇文献的梳理分析，发现中医药文化在国际传播过程中面临的问题集中表现在以下 3 个方面，即东西方文化差异下的语言转换、面对中医药负面报道时的舆情反应能力、新媒体时代网络媒体运用不足等。

2.1 中医语言转换困难，文化差异问题突出

2014—2019 年与中医药文化国际传播相关的学术论文中约 138 篇（占 2/3）涉及“中医翻译”“中西方语言差异”“中西方语境与文化对比”等问题，可见语言文化在传播中的重要作用已然成为学界共识。因此，中医药文化要想走出国门并跨越中西方文化差异，培养精通中医语言翻译的复合型人才对于海外大众了解中医药具有至关重要的作用。中医药是发源于我国的传统医学体系，由于地域文化差异的存在，中医药在传播过程中带有浓厚的中华传统文化色彩。回顾中医学自身的发展规律，在较长的历史时期，中医学更重视实践医学经验，相对缺乏客观、统一的临床实践指南，且诊断和疗效评价困难，制约了其进一步的传承、发展和国际交流^[10]。与西方文化截然不同的是，由中华传统文化构建出的中医药学具有与西方医学完全不同的身体观与生命观，这是东西方医学产生分歧与差异的根本原因，也是西方受众不理解甚至于排斥中医药学的文化根源。此外，中医翻译尚面临着文字转化困难、翻译标准不统一、翻译语境复杂等一系列长期存在的翻译问题，都深刻影响着中医药文化的国际传播与发展。

2.1.1 “难”：中医文本翻译的复杂性 首先，主要表现为经典古籍释读、中医药各类名词术语、古代汉语、古典文史哲学术内涵翻译难等。虽然中医经典名著《黄帝内经》《伤寒论》等至今已有若

干英译版本,但由于不同地域文化差异,文本翻译存在着诸多不可译现象,此类不可译现象如何解决仍有待进一步深入研究,而且在若干英译版本中暂无学界认可的权威性版本,各界也对英译版本的古籍评价褒贬不一。其次,古代中医语言本就艰深晦涩,在传播的过程中要经历古代汉语向现代语言的转换、现代汉语向英语的转换,在这两次语言转换中难免会发生中医信息缺失的情况,如何弥补缺失的中医信息,接近“原汁原味”地输出中医药理论内涵是非常专业的学术课题,对于中医药文化“走出去”来说也是非常重要的一环。

2.1.2 “乱”: 中医翻译类别杂、规则不统一

目前,国内外针对中医语言翻译所涉及的相关中医学术语规范与词典主要有世界卫生组织于 2007 年 10 月颁布的《WHO 西太区传统医学国际标准名词术语》以及世界中医药学会联合会于同年 12 月发布的《中医基本名词术语中英对照国际标准》,但由于中医语言的晦涩难懂,各界译者对多数特定语境中词汇的翻译标准仍存在较大争议,导致中医对外传播的语言工具仍缺乏统一的界定标准^[11]。例如,对中医学“脏腑”不同译者就有不同的译法,在译法上出现了“西医术语替代法”“直译法”“意译法”“解释法”“归化法”“异化法”“边缘翻译法”“技术术语、特定时期的语言、文体、一词多义、词源翻译”等^[12],据此则出现了“zang-fu”“zang-fu viscera/organs”“palace”“viscera and bowels”等不同翻译结果,翻译过程中的主观认知不同造成翻译结果的不同,令本来就古奥的语言更加杂乱。

2.1.3 “翻译语境复杂”: 中医药文化内涵及海外传播知识史薄弱 当下大多中医翻译人才并无中医学相关专业背景,或者对中医药相关知识一知半解,导致在翻译过程中无法精准体会和把握中医汉语文化的内涵,最终导致大部分中医古籍的翻译版本、学术成果的对外传播表达的质量不高,更无法被受众接受与广泛传播。此外,部分中医译者对西方文化、西方医学亦有知识结构上的欠缺,无法精准对应语言及术语,亦无法汇通中西方医学真正内涵,也导致普通受众难以认同与接受;在人才培养方面,还要看到文化背景的重要性,目前既知晓中西方医学文化、又精通中医翻译的复合型翻译人才缺口很大,与中医药文化“走出去”的速度不相匹配与适应。

2.2 中医药理论内涵传播难度大,应对负面报道经验不足

中医药文化要想真正实现“走出去”,必然要让传播受众了解中医药学的文化根源和理论构建。就当前中医药文化国际传播的现状来看,由于针灸的治疗优势使其在国际上的接受度、理解度较高,使用也较广泛,诸多国家对针灸师考试、针灸师注册予以立法,且针灸实践性较强,易于对外传播与交流^[13]。中医药国际传播接受度较高的是以针灸及其相关诊疗技术为主的实践医学,但中医药理论内涵的传播却长期处于边缘地带,这直接导致西方对中医学认知的局限。在科学主义盛行、西方医学为主流医学的背景下,中医药长期遭受外界的某些质疑与排斥,处于存废两难的尴尬处境^[14],甚至存在诸多有关中医药文化理论的虚假传播、新闻炒作等“偏移”现象,造成舆论信息网络对中医药文化理论的误读和刻板印象,尤其是近几年大量真假难辨的谣言与学术争论,混淆了受众对中医药文化信息真假伪劣的判断力^[15],甚至出现“信息茧房”等负面效应,损害了中医药的社会形象。同时,中医药舆论“把关人”的角色逐渐被大众分化,打着“中医是伪科学”旗号的人并未真正了解中医的科学本质,致使中医药文化国际传播过程中出现了误传与失语现象,甚至将中医药文化误认为封建迷信,严重影响了中医药学的国际形象。

2.3 对社交媒体、新媒体等新型传播介质运用不够

社交媒体、新媒体时代的到来,让大众拥有了更多的话语权和自行选择接受信息的权利,极大地改变了人际交往、信息传播的方式,同样也为中医药文化的国际传播开辟了新的传播渠道和更多的可能。玛丽·米克尔在《互联网发展报告》(2019 年)中指出,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%^[16]。社交媒体与新媒体使网络曝光度、信息传播力加速、传播范围不断拓宽,但目前中医药文化国际传播在社交媒体、新媒体运用方面仍很有限。一方面,传播者运用新媒体技术的专业性不高,既具备中医药专业背景又精通新媒体技术的专业媒体人才缺乏;传统媒体的固有思维依然存在,导致新旧媒体在专业层面融合衔接不理想,并未真正把握住新媒体时代的智能化特色,转型升级方面没有取得实质性的突破;多数中医药相关媒体如微信公众号、APP 等并没有充分利用新媒体的传

播优势,发布的相关内容不够符合新媒体的语境要求,特别是数字传播呈现的多文本性方面^[17],音频、视频等多媒体方式传播尚未与传统媒体融合,使大众全面地理解中医药、接受中医药在一定程度上受到限制。另一方面,中医药在国际主流媒体平台的传播也非常有限,表现在传播内容单一、传播范围局限、传播者水平良莠不齐,专业度也常常受到质疑,致使传播效果不佳。此外,本土社交媒体用户仍局限在国内,对外传播宣传推广力度也很弱,中国社交网络平台的国际化程度不高,不利于中医药文化的海外传播。

3 关于推进中医药文化国际传播策略的思考

3.1 强化中医翻译课程建设,培育高阶复合型翻译人才

现阶段,中医药国际传播亟需既懂英语又懂中医并了解中国传统文化和西方文化的复合型人才,同时这种人才还要具备语言转换能力、人际沟通能力,是一种综合性、全方位的高端翻译人才。目前中医药高端翻译人才极度缺乏,无法满足中医药国际化合作与发展的需求。对此,要充分利用高校的人才培养平台,依托高校优势、高校学术资源开设中医翻译课程,注重中医学技术性翻译的实践应用,以此培养一批多元化应用型中医翻译人才。翻译课程是每一位译者的入门必修课,课程中所学内容对译者的业务水平具有至关重要的作用。对于中医译者而言,除了学习翻译理论与技巧外,还要增加国际传播学和现代基础医学的理论课程,提升医学素养,培育国际视角;同时,相应地增加中医英语精品课、中国古典文化、中医文化等特色课程,丰富教学内容^[18],努力完善其知识结构。翻译也属于一门技能课,有了上述基础知识与理论的铺垫,还要不断加强中医药英语翻译的实践,不断提升对中医经典古籍的理解能力,如《黄帝内经》《伤寒论》等不同的国际翻译版本,了解其历史及翻译特色和不足,并实际参与到相关经典的翻译工作中,在翻译实践中不断提升翻译能力。未来在翻译实践方面,可以通过与海外中医中心、中医孔子学院等相关机构合作组建翻译实践基地,不仅可以增加更多的实践机会,还能直接服务中医药文化的国际传播,提升专业价值感和认同感。此外,双语教学也是我国中医药教育国际化的重要方法,是中医药对外传播的重要窗口,如国际针灸教学不仅开

阔了学生的国际视野,也使学生对针灸学习产生了更大的兴趣^[19]。因此,应鼓励全国各大中医院校以及含中医翻译专业类的高校扩大对中医翻译专业的招生,积极投入到中医药翻译人才的培养工作。目前全国共有二十余所中医药类大学,其中招收中医翻译类相关专业硕士的院校仅有 6 所,可见中医药翻译课程在中医药大学的开设度很低,今后需不断增强中医翻译的师资力量,扩大招生,培养一批具有国际视野和中医药文化底蕴的中医翻译队伍。

3.2 重视中医药文化理论传播,加强中医舆情监控

中医药文化理论的传播是中医药文化跨文化“走出去”的重要内容,也是中医药在海外落地生根的沃土。目前中医药文化及理论的国际传播难度较高,海外认知度和影响力较低,基本局限于相关研究人员群体。要提高中医药文化理论的传播力和有效性,就要求在传播内容的选择上既要保留本土中医药特色理论作为传播的主体,同时也要将其融入到其他国家的文化语境之中,不断提升认知度和接受度。中医药文化理论的传播属于形而上层面,相对抽象,因此在传播内容的选择以及呈现方面要重视融入当地文化和医疗需求。一方面,要注意保持传播的思想性、科学性、严谨性和趣味性,如依托海外孔子学院相关平台,增补与中国传统文化相关的趣味课程,在了解传统文化的基础上更好地学习中医药知识;另一方面,要充分体现“以人为本”“大医精诚”“天人合一”等中医学核心价值观,重视将中医药的实践经验与他国民众日常生活紧密结合,使传播既体现出中国传统文化特色,又能呈现出他国文化义蕴。同时,可以采用西方人容易接受的智能化方法、大数据等来证实中医学的医学价值,拉近文化距离,提升大众文化认同感和中医药“国际话语”构建能力。

中医药相关的负面报道时有发生,已经成为影响中医药国际认同的重要因素。当今已经发展到自媒体时代和全媒体时代,网络传播媒体都有着不同于现实的网络话语体系及传播方式,故做好网络舆情监测工作成为预防中医药负面报道的重要前提。2016 年国家卫生与计划生育委员会、国家中医药管理局颁布的《关于加强中医药监督管理工作的意见》中指出,加强中医药相关信息的舆情监测,及时掌握社会信息动态,提高处理突发事件的应急能力水平^[20]。首先,建立长效性机制,及时制止网络谣言的“裂变式”传播;其次,建立应对网

络负面舆情的专业队伍, 并进行专业客观的分析, 保证信息的透明度, 提高公众对中医药的认知和分辨能力; 再次, “内容为王”在当今新媒体时代和信息大爆炸时代更显优势, 应当让受众必须学会在大量的信息中挑选出对自己有用的信息才能保持与世界同步发展^[21], 因此要不断加强海外接受度较高的内容的传播, 如针灸推拿、节气养生、太极拳与健身功法等的传播力度, 打造学术品牌, 善于将他国对中医药文化的关注点以及他国媒体的兴趣点相融合, 提升海外受众对中医药文化的认知度, 以此加强海外中医药的受众基础, 更好地应对中医药负面报道, 扫清中医药国际传播与发展的障碍, 让更多国家的受众感受中医药文化的特有魅力。

3.3 融入新媒体时代, 赋能中医药文化国际传播

新媒体的出现改变了人们交流与获取资讯的主要方式, 伴随着新媒体的不断迭代更新, 5G 和人工智能时代的到来, 为信息的传播提供了更为高效的可能, 也为中医药的国际传播创造了新的路径。一方面, 要加强新媒体传播的顶层设计, 建立行之有效又符合当下国内外发展的媒体制度, 加强中医药国际传播内容的把关, 扩大并发挥新科技优势, 打造智能化的国际传播媒体技术支撑平台。同时不断加速推进中医药领域新旧媒体融合的转型升级, 实现媒体、平台和内容的互融互通, 建设具有权威性的中医药传播自媒体, 从传播的源头提高其信息的可信度, 提高新媒体的传播力^[22]; 打破固有的传播思维, 依托中医药的诊疗优势, 制定正确的媒体发展战略, 建立新的数据驱动的手段和方法, 助力政府机构, 以技术为手段, 以数据为核心, 掌握数字化时代下的中医药媒体话语权^[22]。另一方面, 善于借鉴汲取海外主流新媒体平台的成功经验, 将中国文化这一“高语境文化”转型成更好理解与接受的“低语境文化”, 将博大精深的传统文化以视听等非语言的形式呈现给受众, 融合不同文化和价值观的地域差异, 为海外受众提供降低“文化折扣”的跨文化解读, 切实有效地促进中国文化的海外传播, 为社交媒体时代中医药文化的对外传播提供参考与借鉴^[23]; 建立符合中医药文化发展的国际信息交流网站, 线上中外医药合作平台、中医药养生平台、远程教育平台等, 逐步发展成为中医药国际化资源共享的信息与媒体资源库, 并在此基础上不断拓宽互联网+中医、人工智能与中医、中医药智能化适宜技术以及中医服务大数据的传播

渠道, 打造自主可控的国际传播中医药新平台, 从点、线、面上促进媒体效果的全面提升, 如将微信公众号、微博平台、移动客户端等整合成一套完整的信息传播产业链、组合成一站式“点线面”的信息传播渠道^[24], 构建中医药文化国际传播的媒体矩阵, 发挥出新媒体在当今时代文化传播中的多维度传播效能。

4 小结

中医药作为我国独特的卫生资源、重要的文化资源, 在参与全球卫生治理的过程中受到越来越多的关注和青睐, 是中国文化“走出去”、让世界了解中国的重要学术窗口。我们围绕中医药文化国际传播现状、面临的难题及相关对策思考三方面对中医药文化国际传播展开探讨, 认为可以通过进一步规范中医翻译标准, 加强中医药舆情管理与合理应对, 重视中医药文化理论传播过程中的语境转换问题, 积极开拓依托现代新媒体、新技术的传播平台等举措, 不断凝练中医药理论内涵与特色, 通过向国际社会展现中医药对生命认知的智慧与理论精髓, 必将不断提升中医药文化的国际认同, 在全球医学领域构建起我国中医药的国际话语权, 开启中医药文化国际传播的新征程。

参考文献

- [1] 李静, 桑珍. ISO/TC249 中医药国际标准项目质量控制策略探析[J]. 中医药管理杂志, 2020, 28(3): 10-13.
- [2] 国家中医药管理局. 关于 2019 年度中医药国际合作专项项目清单的公示[EB/OL]. (2019-06-06) [2020-02-26]. <http://ghs.satcm.gov.cn/zhengcewenjian/2019-06-06/9983.html>.
- [3] 徐建光. 中医药海外发展研究蓝皮书(2017)[M]. 上海: 上海科学技术出版社, 2018: 123-124.
- [4] 董建华. 中医药文化国际传播现状研究[J]. 新西部, 2017(27): 105-106.
- [5] 徐丽华, 包亮. 孔子学院师资供给: 现状、困境与变革[J]. 浙江师范大学学报(社会科学版), 2019, 44(3): 56-61.
- [6] 肖晓霞, 萧樱霞, 张洪雷. 一带一路视域下中医药文化的海外传播研究[J]. 中医药导报, 2019, 25(5): 6-9.
- [7] 王鸿江, 申俊龙, 张洪雷, 等. 文化强国视域下中医药文化国际化传播现状及问题分析[J]. 中国卫生事业管理, 2020, 37(5): 382-384.
- [8] 卢钰鸿, 张立平, 张丹英, 等. 美国中医针灸立法问题分析和对策[J]. 世界中医药, 2020, 15(12): 1836-1840.
- [9] 李颖. 中医药文化传播路径及对策[J]. 区域治理, 2019(45): 248-250.

- [10] LYU ZX, ZHAO X, GUO Y, et al. Exploration of stratified evidence scoring method of acupuncture clinical practice guidelines [J]. Chin J Integr Med, 2019(1) : 1 - 7. doi: 10.1007/s11655-019-3170-z.
- [11] 王前. 中医英译的跨文化因素研究 [J]. 现代交际, 2018(17) : 107 - 108.
- [12] SONYA E, PRITZKER, KA-KIT H. Introducing considerations in the translation of Chinese medicine [J]. J Integr Med, 2014, 12(4) : 394 - 396.
- [13] 姚钟玮. 浅谈“一带一路”背景下中医药对外交流传播 [J]. 文化产业, 2019(3) : 41 - 42.
- [14] 吴德珍, 申俊龙, 徐爱军, 等. 中医药文化核心价值传播路径创新 [J]. 医学与社会, 2015, 28(5) : 55 - 57.
- [15] 严璐, 冯雅婷, 严喧喧, 等. 中医文化传播的现代语境 (三): 新媒体 [J]. 世界科学技术-中医药现代化, 2018, 20(1) : 88 - 91.
- [16] 埃斯特·凯泽亚·索普, 张建中. 全球社交媒体发展的五个趋势 [J]. 青年记者, 2019(22) : 82 - 83.
- [17] 张璠, 匡兰. 5W 模式下的儒学新媒体传播困境与创新策略 [J]. 学周刊, 2020(23) : 185 - 186.
- [18] 熊益亮, 段晓华, 张其成. 中医药文化人才培养的问题与路径探讨 [J]. 中医药文化, 2018, 13(1) : 87 - 91.
- [19] 田开宇, 马巧琳, 任珊, 等. 《针灸学》双语教学中针灸国际化内容的讲授 [J]. 中国针灸, 2016, 36(4) : 417 - 420.
- [20] 国家中医药管理局. 国家卫生计生委、国家中医药管理局关于加强中医药监督管理工作的意见 [EB/OL]. (2016 - 02 - 22) [2020 - 02 - 26]. [http://www. satcm. gov. cn/fajiansi/gongzuodongtai/2018-03-24/2251. html](http://www.satcm.gov.cn/fajiansi/gongzuodongtai/2018-03-24/2251.html).
- [21] 任鼎. 技术助力媒体国际传播能力建设: 国际传播是媒体融合发展的方向之一 [J]. 中国传媒科技, 2019, 28(12) : 15 - 17.
- [22] 方兴东, 钟祥铭. 中国媒体融合的本质、使命与道路选择: 从数字传播理论看中国媒体融合的新思维 [J]. 现代出版, 2020, 27(4) : 41 - 47.
- [23] 张红芸. 中国文化对外传播的实践经验和可行路径: 以 YouTube 李子柒短视频为例 [J]. 出版广角, 2020, 26(12) : 77 - 79.
- [24] 郭泉. 全媒体时代下新媒体和传统媒体的融合路径 [J]. 传媒论坛, 2019, 2(4) : 72 - 73.

Status and Thinking of International Communication of Traditional Chinese Medicine Culture from 2014 to 2019

CHANG Xinyue¹, ZHANG Zongming², LI Haiying³

1. Shanghai University of Chinese Medicine, Shanghai, 201203; 2. Nanjing University of Chinese Medicine, Nanjing, 210023; 3. Science and Humanities Research Institute, Shanghai University of Chinese Medicine, Shanghai, 201203

ABSTRACT Traditional Chinese medicine (TCM) culture is an important carrier for the overseas dissemination of Chinese culture, and the international dissemination of TCM culture is an important way to realize the internationalization of TCM. A comprehensive analysis and combing of the research on the international communication of TCM culture from 2014 to 2019 is carried out. Based on the background of cultural globalization, the current situation of the international communication of TCM culture is explained, and the main problems faced in the process of dissemination are analyzed in depth. Content and path of communication, construction of discourse power, and talent training are summarized. It is proposed that we should pay attention to translation issues in the process of language communication, and to the dissemination of TCM cultural theory, strengthen the monitoring of online public opinion, and talent training, and flexibly use modern new media technology to develop new communication platform and other corresponding strategies in order to provide a reference for the international communication of TCM culture.

Keywords traditional Chinese medicine culture; international communication; talent training; new media technology; communication platform

(收稿日期: 2020 - 03 - 28; 修回日期: 2020 - 07 - 24)

编辑: 崔京艳