

# 从社会认知角度浅析中医药文化传播

刘新鸥 申俊龙 沈永健

**【摘要】** 传播中医药文化是发扬中国传统文化的重要内容。本文从社会认知理论的视角,分析公众对中医药文化的认知及中医药文化在国内外的传播。分析传播过程中遇到的问题,提出传播中医药文化的策略:扶持中医药事业,完善中医教育体制;丰富中医药文化传播的内容与形式;借助中医药品牌效应以及借助互联网+的时代优势。

**【关键词】** 社会认知; 中医药文化; 文化传播

**【中图分类号】** R2-03 **【文献标识码】** A doi:10.3969/j.issn.1674-1749.2016.02.021

## 1 社会认知理论和中医药文化

### 1.1 社会认知理论

社会认知理论来源于20世纪的格式塔心理学。在20世纪70至80年代兴起,并在90年代得到迅猛发展。态度、社会知觉和情绪构成了社会认知领域的三大主题<sup>[1]</sup>。简单来说,社会认知就是从社会心理学的角度,研究个体认知在不同社会环境下会受哪些方面因素的影响,以及这些因素如何影响人们的认知过程<sup>[2]</sup>。

### 1.2 中医药文化

文化能够展现一个国家和民族的社会历史、风土人情、生活习惯等方面,是一种社会现象,具有广泛性、整体性、多

重性、创新性、稳定性等特点。中医文化是指有关中医的思维方式、传统习俗、行为规范、生活方式、文学艺术,甚至一些影响深远的事件等。中医药文化是中国传统文化的重要组成部分,是中医传播的动力和支撑,是提高中国文化软实力必不可少的一部分,同时也是中华文明的瑰宝。马伯英说:“中医与中国的一般文化始终紧密结合,混沌一团,难解难分。”中医药文化在其形成过程中,不断吸收借鉴融合了中国传统文化中的哲学思想、儒家思想、道学等精华,形成了“阴阳五行说”、“经络学说”等学说,是中医文化的宝贵财富。

### 1.3 社会认知在传播中医药文化中的体现

随着经济社会的快速发展,“互联网+”时代加快了信息数字化传播。现代性成为时尚的社会背景,其赋予人们的价值判断是源于工具的理性主义,传统医学受到冲击和挑战,公众逐渐忽视了中医传统的“天人合一”、“致中和”的人文观念。但近年来,随着生活水平的提高,公众对卫生健康的需求全面提升,现代养生休闲方式的全景需求形成了日益庞大的市场需求。中国人口结构趋向老龄化,慢病对老年人的生命健康构成很大威胁,公众对“治未病”的健康理念开始提升,对中医的健康观念认可度增加,对中医药文化的认知

基金项目:国家社会科学基金重大项目(12&ZD114)

作者单位:210023 南京中医药大学经贸管理学院

作者简介:刘新鸥(1991-),女,2013级在读硕士研究生。研究方向:中医药文化,中医药政策研究,社会行为与卫生管理。E-mail: liuxinou@126.com

通讯作者:申俊龙(1952-),教授,博士生导师。研究方向:中医药文化,中医药政策研究,社会行为与卫生管理。E-mail: shenjl1217@sina.com

需求增强。这为中医发展创新开辟了新的天地,中医以其系统观和辩证观形成的以人为本的根本理念和特长加上科技创新的推动正焕发出新的生机。中医综合调理、辨证论治、标本兼治的思想符合人们养生保健、追求幸福的精神要求,也符合人们对于中医药文化的认知观。

根据弗洛姆的期望理论,目标设置可以使激发力量达到最佳效果。心理学认为一旦人们心里出现恰当的目标,便容易产生心里动力,从而激发起达成目标的热情。随着社会的发展和科技的进步,人们的健康意识也逐渐增强,对养生保健知识的需求不断增加,围绕以养生防病为中心的知识也越来越受关注。中医药文化在漫长的发展过程中形成了养生保健文化、经络文化、气一元论文化、藏象思维文化<sup>[3]</sup>。普通群众对中医的社会期望则是希望通过中医的途径,治愈疾病以及进行身体健康保健。中医学者针对这一目的,合理利用各种形式,向大众普及群众听得懂和能用得上的科学知识,激发群众对中医和中医药文化的肯定,不仅能够提高国民健康素质,也为提高中医药文化在国内的普及程度起到了催化和指导作用,这是当前中医药文化传播和普及的主旋律。

## 2 中医药文化传播现状

### 2.1 中医药文化在国内的传播

首先,政府开始重视中医药文化的作用。国家已将中医药文化建设纳入国家文化发展规划,并将每年 10 月 11 日定为“中医药日”。中医作为中国特有的医学,其特殊的地位引起政府重视,并采取措施弘扬和发展中医药、不断促进中医药文化的传播。为此,国家颁布了《国务院关于扶持和促进中医药事业发展的若干意见》,明确要求完善中医药事业发展政策和机制,充分认识加强中医药工作的重要性 and 紧迫性,采取有效措施来推进中医药持续健康发展。

其次,各类学术机构和团体通过丰富的讲座、论坛等形式宣传中医药文化。随着人们生活条件的改善,公众对健康素养、医学文化的需求日益加大。中医药文化与地域文化相结合,更能激发公众了解本地中医药文化的热情。例如,以苏州中医院为主举办的“吴医大讲堂”,通过开展不同主题的中医科普宣传讲座,向公众解答常见病、多发病以及慢性病的防治,突出了吴医以温病学说为代表的诊疗特色。又如在中医文化发源地、“医圣”张仲景的故乡河南,通过成立张仲景博物馆,让公众了解到张仲景的中医思想,打造张仲景医药文化产业,能够更好地满足人们对中医药文化产品及服务的需要。再者,上海中医药大学通过成立“科学商店”,依托高校向社会提供中医药知识科普服务。通过志愿者把中医知识和健身方法带入社区,致力于普及中医药常识,提高社区居民的科普需求和健康素养,使更多的人了解中医,守住健康。

### 2.2 中医药文化在海外的传播

中医药文化在海外的传播历史久远,最早可追溯到西周初期的“五行学说、阴阳概念等”传入朝鲜。中国国家中医药管理局为推动中医药走向世界,也提出了“先内后外、以

外促内、先文后理、以文带理、先药后医、医药互动,先易后难、循序渐进,先点后面、点面结合,先民后官、以民促官”的指导原则。

自 2004 年全球第一所“孔子学院”在韩国开办以来,中医药文化也成功走出国门,走向世界。如今,孔子学院创办已有 10 余年,先后与 122 个国家合作开办了 457 所孔子学院和 707 个孔子课堂。国家主席习近平曾在 2010 年出席澳大利亚——中医孔子学院授牌仪式时评价“中医是打开中华文明宝库的钥匙”。由此可见,中医药文化作为传播纽带,越来越受到重视<sup>[4]</sup>。2010 年 11 月 16 日,中医针灸成功入选人类非物质文化遗产代表作目录,为中医药文化的海外传播铺平了道路。近年来,中医专业来华留学的学生数量持续增长,一些国家与国内的中医药院校合作,培养了大批的海外本土中医师和针灸师。目前中医药已在 162 个国家或地区得到不同程度的应用,8 个国家给予中医药合法地位,9 个国家将其纳入了医疗保健体系<sup>[5]</sup>。随着时代的演进,中医药日益在世界上展现出它的魅力。

### 2.3 中医药文化传播面临的挑战

2.3.1 中西方价值观的差异 社会认知理论中的印象形成过程是指个体所获得的信息总是认知对象的各种具体特征,但个体最终形成的印象却是对认知对象的总体印象,是综合各种具体信息,保持逻辑一致性和情感一致性的体现。在部分中国公众的印象里,中医疗法的短板在于治疗效果不能立竿见影,这对于追求快速治愈的患者来说,往往不能接受。目前仍有人盲目否定中医文化,进而导致他们否定中医药的科学性。中医药往往被人们作为保健手段而非医疗手段<sup>[6]</sup>。另外,西方社会对中医药文化认同不够,提及中医,第一印象往往被认为是缺乏科学依据的医学,因此许多国家不信任中医,对中医持怀疑和歧视态度,甚至发生抵制中医的事件。中西文化背景本身就存在差异,中医药理论的抽象化也很难让西方人接受。中医讲究“阴阳对立统一,阳中有阴,阴中有阳”,这些理论概念十分抽象,西方医学思想在国外根深蒂固,想要短时间扭转这种局面面临许多困难<sup>[7]</sup>。

2.3.2 竞争形式的严峻 中医药文化作为具有中国特色的医学文化,是世界传统医学的榜样,但其他传统医学同样具有其自身独特的历史和文化根源,如印度的吠陀医学体系,印度也致力于该医学文化的推广。由于中医药海外跨文化传播的困难,世界对于中医药的认识不全面,对中医药文化也不能完全认同。部分国家对于中医的认识也仅仅局限于针灸领域,对中医学如方剂学方面的认识存在大片空白。而中药、针灸由于受不同国家法律法规的限制,并没有纳入多数国家的医疗保险体系,因而很难进入主流社会。另外,在实践过程中,未能从全方面的角度认识中医药,中医药文化对外传播面临重重困难和挑战。中医药科学内涵、地位和作用还没有得到国际社会的广泛理解和认可。各国投入了大量财力物力来研究中医药,国外先进的医学研究技术和临床试验方法在中医药创新方面占有优势,全球贸易壁垒重重,中医药“去中国化”风险加大,竞争形式更加严峻。

### 3 传播中医药文化策略

#### 3.1 扶持中医药事业,完善中医教育体制

提升人们对中医药文化的认同感,是推动中医药文化传播的当务之急。因此,国家应该从政策上制定措施促进中医药文化的传播。人们对中医药文化的认知往往停留在治病层面。中医药文化要想在国际上得到更加广泛的传播,政府必须进一步加大对中医药国际组织的扶持力度。如加大对世界针灸学会联合会、世界中医药学会联合会的扶持,增加开办国际性中医药讲座次数来增强中医药文化的吸引力和影响力。

其次,完善的中医药相关法律也是中医药事业顺利发展的保障。国家法制办于 2014 年就《中华人民共和国中医药法(征求意见稿)》向社会公开征求意见,大力推广中医药文化。随着首部中医药法的落地,更多人可以参与到中医人才的培育及新产品的研发过程中。但是中国目前未有规范、统一、系统的中医药立法,缺乏中医药知识产权保护方面的立法,对于名老中医的中医经方及民间秘方未有合适的保护体系<sup>[8]</sup>。

完善中医教育体制,构建对外传播的管理体制。全球掀起的汉语潮,也促使更多留学生来华学习中医药学。通过规范中医药高等院校留学生的教育工作,实行系统、科学、连贯的教育体系,并积极与境外的高等院校合力办学,培养留学生。通过师承教育等方式,提倡尊师重教、大医精诚的医德,提高学生的文化素养和培养正确的中医药文化核心价值观。

#### 3.2 丰富中医药文化传播的内容与形式

建立辐射全球的中医药文化宣传渠道,在海外华人聚集地如“唐人街”举办中医药文化展览,中医药文化主题讲座、研讨会或者进行免费的中医体验活动<sup>[9]</sup>。

中医走向世界必须具有系统策略和主动精神,应加强学术学理层面的研究。针对人们在接受中医药文化过程中的不同年龄层、不同社会层、不同心理寻求突破口。传播中医经典理论,中医里的专业术语往往晦涩难懂,在传播过程中可利用漫画、图片等形式转换成通俗易懂又富有生趣的现代用语以提升其趣味性。

非政府部门,如高校、中医医院、社会团体在政府部门的榜样作用下,可以利用各自在相关领域中的技术优势,深入农村和社区等基层组织,用中医药的知识技术辐射中医药文化,传播中医药核心价值。除此以外,要满足人们了解中医药文化的需求,可以通过开办免费讲座的方式吸引公众。

#### 3.3 借助中医药品牌效应

中医药除治病作用以外,最大的特点和优势是其在养生保健方面可以发挥一定的疗效。现代社会人们对养生的需求日益加大。品牌在一定程度上意味着标准和信任。品牌效应是一种无形资产,国内一些知名的中医药品牌,如北京的“同仁堂”,自 1669 年创办至今已有 300 多年历史,始终秉持养生济世的经营宗旨,在海内外信誉卓著,不但通过经营中医药物提高人们的生命和生活质量,同时也弘扬了中医药文化。再如天士力集团,其核心产品复方丹参滴丸获得 FDA

IND(美国 FDA 临床用药申请)批准,成为中国第一例通过该项审批的复方中药制剂,又从分子水平说清楚了复方中药成分,从而成功打开了海外市场。一些海外消费者甚至是通过接触天士力才开始了解中医文化、接触中医药。因此,发挥这些中医药老字号的品牌效应,可以加快中医药服务贸易发展,推动中医药文化在国际上的传播。

#### 3.4 借助互联网+的时代优势

中医药文化传播与现代科学技术手段相结合。随着互联网+时代的到来,中医药文化也借着互联网的东风,将中医药观念传播到世界各地。越来越多的中医药网站建立起来,有官方的中医医疗机构,也有传播中医药知识、中医药文化、中医药价值观的民间网站。借助互联网,中医药文化的内容更加贴近时代、贴近社会、贴近民生,群众可以通过网络了解到最新的国家层面的政府工作计划,也可以自由互动参与中医药文化教育、讨论。互联网借助了政府、高校、科研机构、中医药企业等众多资源优势,在运行过程中传播中医药文化价值,加强中医药非物质文化遗产的保护与利用,丰富了中医药文化的建设内容。

### 4 结语

中医药文化是中医药学的根基和灵魂,是中华民族文化的闪亮名片,是中医药事业持续发展的内在动力。中医药文化的传播是一项综合性工程,需要多方力量共同推进。中医药文化的对外传播,能提升中医药在世界医学体系中的影响力和话语权,提高群众的认知水平。随着公众对中医药文化认知的不断提高和深入,中医药文化的传播和普及道路也必将越来越平坦。

### 参 考 文 献

- [1] 伍秋萍,冯聪,陈斌斌. 具身框架下的社会认知研究述评[J]. 心理科学进展,2011,19(3):336-345.
- [2] 关雨琪. 从社会认知理论分析大众传媒对舆论的影响[J]. 法制与社会,2015,(1):174-175.
- [3] 胡真,王华. 中医药文化的内涵与外延[J]. 中医杂志,2013,54(3):192-194.
- [4] 郑晓红. 试论中医文化的核心价值体系及其普世价值[J]. 中国中医基础医学杂志,2012,18(1):108-109.
- [5] 董薇,郑麟,徐茵,等. 跨文化传播视角下的中医药海外传播[J]. 南京中医药大学学报(社会科学版),2014,15(4):221-224.
- [6] 魏一苇,何清湖,陈小平. 试论中医文化传播的困境与出路[J]. 湖南中医药大学学报,2013,33(3):98-101.
- [7] 李琳. 关于中医药文化海外传播的思考[J]. 光明中医,2014,29(12):2483-2485.
- [8] 李秀明,姚峥嵘,张洪雷. 中医药文化传播之于国家软实力建设的思考[J]. 医学与社会,2011,24(10):15-17.
- [9] 卢甜,刘国伟,刘巨海. 中医跨文化传播现状[J]. 世界中西医结合杂志,2014,9(10):1128-1130.

(收稿日期:2015-10-26)

(本文编辑:蒲晓田)