

引用:任亚硕,李桂瑜,冯祥,等.“两创”方针指导下中医药文化精准传播策略探析[J].陕西中医药大学学报,2023,46(5):17-22.

“两创”方针指导下中医药文化精准传播策略探析^{*}

任亚硕^{1**} 李桂瑜² 冯祥¹ 杨硕鹏¹ 金晓琴¹

(1. 安徽中医药大学,安徽 合肥 230012;2. 东部战区总医院第四派驻门诊部,江苏 南京 210002)

摘 要:以习近平总书记提出的“两创”文化方针为指导,阐述了中医药文化“两创”基本内涵,分析了传播主体、传播渠道、传播内容、传播受众等方面影响中医药文化传播的问题,提出了通过明确传播受众、定制传播内容、优化传播过程、评估传播实效以实现中医药文化精准传播的策略。

关键词:创造性转化;创新性发展;中医药文化;精准传播

中图分类号:R2-03;G206

文献标识码:A

文章编号:2096-1340(2023)05-0017-06

DOI:10.13424/j.cnki.jsctcm.2023.05.004

Analysis on the Precise Communication Strategy of Traditional Chinese Medicine Culture Under the Guidance of the “Two Innovations” Policy

REN Yashuo¹ LI Guiyu² FENG Xiang¹ YANG Shuopeng¹ JIN Xiaoqin¹

(1. Anhui University of Chinese Medicine, Hefei 230012, China; 2. The Fourth Outpatient

Department of the Eastern Theater Command General Hospital, Nanjing 210002, China)

Abstract: In the article, guided by the cultural policy of “Two Innovations” proposed by General Secretary XI Jinping, the basic connotation of “Two Innovations” in traditional Chinese medicine culture is elaborated, and the issues affecting the dissemination of traditional Chinese medicine culture in terms of dissemination subjects, channels, content, and audience are analyzed. Strategies are proposed to achieve precise dissemination of traditional Chinese medicine culture by clarifying the dissemination audience, customizing the dissemination content, optimizing the dissemination process, and evaluating the effectiveness of dissemination.

Key words: Creative transformation; Innovative development; Traditional Chinese medicine culture; Accurate dissemination

“两创”,即创造性转化和创新性发展,是2013年12月习近平总书记在主持中央政治局第十二次集体学习时提出的文化方针。中医药文化是中华优秀传统文化的重要组成部分和杰出代表,也是世界公认的中国品牌;2016年8月,习近平总书记在全国卫生与健康大会上强调,“要着力推动中医

药振兴发展,坚持中西医并重,推动中医药和西医药相互补充、协调发展,实现中医药健康养生文化的创造性转化、创新性发展”,再次阐明了中医药文化的“两创”要求。然而,中医药热度大涨之时,中医药文化传播并没有完全跟上,中医药健康养生理念还没有完全被国人理解。2021年7月,《中

* 基金项目:安徽中医药大学2019年人文社科研究重点项目(2019rwzd03)

** 通讯作者:任亚硕,讲师。E-mail:renyashuo@126.com

医药文化传播行动实施方案(2021-2025年)》出台;2022年10月,党的二十大报告又一次强调“促进中医药传承创新发展”。如何抓住中医药发展“天时、地利、人和的大好时机”,推进中医药文化的精准传播,真正达到内化文化价值于心,外化养生实践于行?值得每一位中医药人深入思考。本研究基于习近平总书记“两创”重要论述,通过对中医药文化内涵和传播现状的分析,提出构建精准传播路径的建议,为推动中医药文化创造性转化、创新性发展提供思路和借鉴。

1 推动中医药文化“创造性转化、创新性发展”的基本内涵

习近平总书记高度重视中医药工作,科学的、客观的肯定了中医药的历史地位和时代价值:是“祖先留给我们的宝贵财富”,是“中华民族的瑰宝”,是“打开中华文明宝库的钥匙”“凝聚着深邃的哲学智慧和中华民族几千年的健康养生理念及其实践经验”;习近平总书记“坚持中西医并重,传承发展中医药事业”,以及“要遵循中医药发展规律,传承精华,守正创新,加快推进中医药现代化、产业化”等一系列重要论述,更是为中医药发展指明了方向。

1.1 中医药文化的基本内涵 关于中医药文化与中医药健康养生文化的定义,学术界还没有很清晰的界定。毛嘉陵^[1]认为,中医药文化是中国人对生命、健康和疾病所特有的智慧和实践的概括,包含了中医药的思维模式、价值观和行为习惯;梁尚华等^[2]曾将中医药健康养生文化归纳为:“起源于中华优秀传统文化,以中医学为理论基础,以中医健康养生理念为指导,有助于促进人们身心健康的理论、规律、方法、习俗和技术的总和。”杨硕鹏等^[3]认为中医药健康养生文化主要表现在思想理论、经验方法和文献文物及器具等三个文化层面。由此可见,中医药文化和中医药健康养生文化不能划等号,总的来说中医药文化是包括中医药健康养生文化在内的。

如何理解理解中医药的文化内涵?首先,中医药是一脉相承的中华文明。中医药传统文化是五千年中华文明的原创和积淀,自古以来,中医药就护佑着中华民族的健康,显示了强大的生命力。

“阴阳五行”“天人合一”等既是古代哲学的范畴,也是构建中医药理论的基石;几千年来,中医药“仁心仁术”“大医精诚”的价值精髓未曾改变,这是与中华文明一脉相承的品质品格。其次,中医药是认识世界的中国智慧。中医药数千年来为中华民族的繁衍发展作出了重要贡献,同时也对世界文明进步产生了积极影响。中医药“阴阳”“五行”学说体现了古人认识和解释自然变化、揭示事物联系规律的世界观和方法论;中医药提倡“整体观念”“辨证论治”体现了中华民族在医疗实践中三因制宜、随事而制的思维方式和哲学智慧。最后,中医药是改造世界的中国故事。“神农尝百草”“神医华佗”“医圣张仲景”“药王孙思邈”“药圣李时珍”等一众著名医家所展现的历史典故,正是中国古人对抗疾病、护佑生命的鲜活故事。共和国勋章、诺贝尔生理学或医学奖获得者——屠呦呦在获奖演讲中称“青蒿素的发现是中医给世界的礼物”,青蒿素的发现挽救了全球数百万疟疾患者的生命;2022年3月,《世界卫生组织中医药救治新冠肺炎专家评估会报告》明确肯定了中医药救治新冠肺炎的安全性、有效性,鼓励世界卫生组织成员国考虑中国中西医结合模式。这都是现代中医药学改造世界、推动人类文明进步的生动案例。

1.2 中医药“两创”的核心要义 “两创”是习近平总书记提出的建设社会主义文化强国的重要方针,昭示了强烈的文化自信;中医药文化是中医药的根基和灵魂,是中华优秀传统文化的重要组成部分,“两创”方针也是中医药文化传承创新发展的指导方针。推动中医药的“两创”与推动优秀传统文化“两创”的理由是一致的,传统中医学受其形成时代的文化背景、时代条件和社会制度等因素的影响,是一个精华与糟粕、科学与迷信混杂并存的统一体。因此,实现中医药的“两创”可以归纳为两点:一方面要坚持辩证取舍、传承精华,使古代智慧与当代理念相融互通,即“按照时代特点和要求,对那些至今仍有借鉴价值的内涵和陈旧的表现形式加以改造,赋予其新的时代内涵和现代表达形式,激活其生命力”^[4]。另一方面要坚持正本清源、守正创新,以需求为导向推进中医药

供给侧结构性改革,使中医药健康养生、“治未病”理念深入人心,为保障人民健康做出更大贡献,即“按照时代的新进步新进展,对中医药文化的内涵加以补充、拓展、完善,增强其影响力和感召力”^[3]。总的来说,中医药文化“两创”就是要运用古人的中医药智慧解决当代人的问题,就是要把优秀传统文化中具有当代价值、世界意义的文化精髓提炼出来、展示出来^[5],通过转化再造、丰富发展,焕发新的生命力。

2 中医药文化传播的现状分析

以习近平同志为核心的党中央明确提出“着力推动中医药振兴发展”和“健康中国”战略,从国家战略的高度对中医药发展进行系统部署,出台了《中华人民共和国中医药法》《中医药发展战略规划纲要(2016-2030年)》《关于促进中医药传承创新发展的意见》等一系列重要政策文件,中医药在我国医疗体系和人民心目中的地位越来越不可替代。特别是2020年以来,中医药在抗击新冠肺炎疫情工作中全面介入、全程参与,展现了治病、防病、康复等方面的独特优势。然而中医药在迎来高光时刻的同时,中医药文化的传播还面临一些问题。

2.1 传播主体结构多元化,过程监管和保障服务不到位 中医药文化的传播主体大多是来自中医药高校、中医院等单位的从业者,总体上是一种“精英——大众”的传递接受模式,传播主体和传播受众间存在较大的信息差,传播效果受传播主体影响较大。另外,由于从事中医药文化传播的主体多是以兼职和志愿服务为主,且学术背景繁杂、专业素养参差不齐,内容和形式较为随意,存在“重过程、轻结果”的情况。例如:国内中医药高校人才培养模式多是培养学生具备基本中医技能和人文素养,对于其中医药文化传播能力的培训较少^[6];有些中医药义诊活动,声势浩大但效果欠佳,调动了患者的情绪却没有解决患者的问题;中医药文化进中小学的科普宣传多以中医药高等院校的大学生为主体^[7],专业程度和宣传效果都有待提高;还有一些中医药文化宣讲活动学术性有余、科普性不足,传播内容没有完全贴合民众实际;更有甚者,一些伪专家和不法商家,假借中医

药养生保健之名,行诈骗、推销之实,破坏了中医药在民众心目中的形象。从整体来看,国家政策和政府导向在很大程度推动了中医药文化的传播热度,但中医药文化传播的专业队伍建设还需要加强,宣传活动的规范程度、过程监管和保障服务还需要完善。

2.2 传播渠道较为零散,传播机制和传播合力还没形成 当下,中医药文化传播多是卫生健康部门和中医药管理部门政策引导下的志愿服务行为;全国各地建设了一批中医药文化宣传教育基地,但在传播机制上还是单向的以政府为主导的行为^[8],没有精准匹配民众对中医药信息的接受程度和现实需求,社会组织和公众主动参与的积极性未能真正调动起来。中医药的科普传播渠道也比较零散,线下的传播活动大多通过健康科普讲座、义诊咨询和中医药适宜技术(针灸、拔罐、刮痧等)体验活动等,比如,国家中医药管理局开展的“中医中药中国行”;线上传播活动主要是中医药养生节目、影视类作品展播等,比如《养生堂》栏目。这些渠道有效促进了中医药文化的推广,但也存在一些问题,如:传播形式多是健康诊疗技术体验,未能满足广大人民群众对健康养生的需求和了解中医药文化知识的渴望。另外,传播受众知识层次偏低,多以中老年人和中小學生为主;“两微一端”等新兴传播媒介运用效果不佳^[9],传播手段单一、缺乏产业支撑、没有形成合力^[10]等问题比较突出,很难在年轻群体和社会中坚群体有效传播。

2.3 传播内容不成体系,影响了中医药文化内涵的准确传递 中医药文化传播内容应当包括哪些?学界暂无准确界定。徐思群^[11]首次提出中医药文化科普知识框架体系应包括:中医药学科思想、中医药学科方法、家庭常用中医药养生保健技能、中医药学科精神与文化、中医药学科与社会关系等5个方面。然而,现有中医药宣传活动主要侧重于诊疗技术和保健技能的体验,弱化了中医药思维方式、学科精神与哲学内涵的传播。比如,中医药治病的核心是“辨证论治”原则,而有些中医药文化传播活动会向民众推荐一些养生食谱、保健验方等,如果人们没有结合自身体质,盲目、过

量食用反而有损健康。特别是全媒体时代,中医药知识的碎片化传播,对于中医药文化内涵的准确传递也会造成一定影响,比如新冠肺炎疫情防控初期,一条“中成药双黄连口服液可抑制新冠病毒”的新闻,就是碎片化信息造成民众盲目抢购的一出闹剧。因此,要实现中医药文化精准传播,应当更注重把中医药核心思维、养生理念、诊疗技术等信息,成体系的转化为公众用来防病、治病、养生、保健的知识。从这个层面来看,中医药文化传播和知识科普还存在着一定漏洞。

2.4 传播受众对中医药的认知度存在偏差,传播实效受到影响 中医药知识体系依托于中国古代哲学思想,中医药专有名词和专业术语较为晦涩难懂,而当下传播受众的思维方式多以现代科学知识为基础,这与对中国传统哲学文化中抽象的、思辨的、感知的思维方式不甚匹配。中医药文化传播者应当通过更加通俗科学的现代语言来阐明中医药专有术语,否则不利于当代民众对中医药信息的准确接受,中医药文化的传播实效打了折扣。特别是社会大众在选择就诊渠道时,普遍持有“先西后中”的观念,许多患者往往在西医治疗某些疑难杂症效果不佳时才求助于中医,中医药在养生、保健、“治未病”方面的特色优势没有在民众心中形成广泛共识。也会出现一些假借中医旗号开展非法行医和虚假宣传的现象,这类行为就是利用了普通民众不了解中医药专业术语的信息差,在一定程度上引起了人们对中医药的质疑和信任危机^[12]。总体上看,民众对于中医药认知水平还比较低^[13-14],特别是城市与农村中医药知识普及率相差较大^[15],当下议论较多的“中医热”更像是民众在凑中医的“热闹”,而不是主动学中医的“热情”,中医药文化传播任重道远。

3 实现中医药文化精准传播的策略分析

中医药正在全方位融入健康中国建设。《中医药文化传播行动实施方案(2021-2025年)》明确了中医药文化传播的四项重点任务,提出了“推动中医药文化贯穿国民教育,融入生产生活”的具体要求^[16]。传播中医药文化,发挥好中医药在防未病、重大疾病治疗和疾病康复中的作用,既是贯彻“两创”方针的必然要求,也是人民日益增长的

健康需求。为实现中医药文化从传播主体到传播受众的精准传递,传播活动可以采取下述优化策略。

3.1 细分受众,明确传播对象 实现中医药文化的精准传播必须明确传播对象,要按照受众类型进行合理区分,进而在此基础上选择与之相匹配的内容、渠道和载体等。中医药文化传播可以分为专业性传播和科普性传播,专业性传播多是中医药行业内的学术交流和授课等,这部分的传播受众已初步形成中医药思维,特定条件下还会变为传播主体,可以说是广义上的中医药文化传播,笔者不作过多讨论,重点分析科普性传播的受众群体。不同年龄层的传播受众,对中医药知识的接受能力存在差异,面对青少年群体、社会中坚群体和老年人群体须区别对待;根据受众社会属性划分,中医药科普的侧重点不尽相同:面对政府官员和职业群体应侧重中医药文化内涵与“治未病”的养生实践,面对中小學生群体应当侧重科普宣传、讲好中医故事,面对患者群体应当侧重发挥治病优势和疗效评价,面对海外群体应侧重中医药护佑人类健康的价值传递和文化交流。总的来说,中医药文化传播要对传播受众进行细分和解构,通过寻找与“他者”的共同点,来提升受众的文化认同,以精准匹配传播的“靶点”^[17]。

3.2 对接需求,定制传播内容 实现精准传播要按照受众需求选择合适的传播内容。一方面,要在内容生产上,提升传播内容的针对性。要注重调查研究,分析受众的心理特点和生产生活需要,结合受众需求精准融合中医药理念,增强针对性和吸引力,从而使民众更加容易理解和接受中医药文化。另一方面,要在内容表达上,找准传播活动的着力点。中医药文化传播要将传播的形式与内容有机结合,根据不同受众的思维认知,将中医药术语转化为通俗易懂的生活语言。比如,“中医药文化进校园”活动定位在传播中医药文化,面对中小學生群体,要注重将晦涩难懂的中医药知识、中医药思维转化为生动有趣的中医药故事、中医药兴趣^[18]。另外,还要注重中医药文化传播过程中的包容性,求同存异开展差异化传播^[19]。比如,中医药作为国家推进“一带一路”建设的靓丽名

片,在宣传中医药关于疾病预防、治疗、康复等方面的特色优势的基础上,凝练出融通中外、通俗易懂的中医药故事,用讲故事的逻辑阐述好中医药防治新冠、守护健康的事实,积极推进中医药文化海外传播力提升^[20]。

3.3 整合渠道,优化传播过程 实现中医药文化精准传播要把控好传播过程,要以传播受众愿意倾听、能产生共鸣为目的,打造中医药文化传播精品。第一,选择合适媒介。可以借助新媒介又不完全依赖新媒介,充分考虑受众个性、喜好和年龄等因素对不同媒介接受度的影响,将线下中医药文化宣传活动和专业医学知识转化成通俗易懂的推文、视频和动画,将新媒介精准推送和常规科普活动有机结合,以达到最优效果。第二,丰富传播载体。可以文化为载体,以中医药理念、技术和服务为核心,多形式、多途径讲述中医药故事;也可围绕日常生活,在饮食厨艺、民俗节日、传统音乐中植入中医药文化元素^[21],创作一批中医药文化创意产品。第三,提升受众参与感。一方面要利用好中医药文化宣传教育基地,多组织一些授课、科考、展览、研学游等体验式、沉浸式科普宣传活动,积极探索大中小学一体化的中医药文化教育内容和教育路径^[22],打造中医药文化传播活动品牌;另一方面可以充分发挥中医药在健康服务方面的优势,扩大中医药文化传播力度,推进中医药与康复疗养、养老产业、文旅产业等深度融合,创出新产品、形成新业态,让中医药文化深入人心^[23-25]。

3.4 健全机制,评估传播效果 精准传播目标能否实现是由传播效果决定的,就像中医药发展的生命力在于其疗效,中医药文化传播的生命力在于宣传活动实效。一方面,要建立传播效果评估机制,政府管理部门要充当领航掌舵的角色,牵头组建稳定专业的中医药文化传播团队,制定标准化的中医药文化宣传流程,主动搭建传播主体与传播受众沟通反馈平台,不断提升传播实效和受众的接受度。另一方面,中医药文化传播的目标应该对中医治疗、保健、教育做一个系统的、全面的、可持续的推动^[26],传播主体要及时总结提升,改进方式方法,借助互联网、大数据等工具,建立

“传播——反馈——再传播”机制,提升传播的精准性;传播者要积极主动与传播受众互动,而非活动结束后就烟消云散,这样做既能留住传播对象,又能在互动解答中发现并修正错误,提升传播能力、培养深度信任,推动中医药文化在人民群众心中形成更为深刻的理解和认同。

4 结语

“中医药热”是中医药振兴发展的表现,中医药文化精准传播不仅要引导受众接受传播内容,更重要的是促使受众主动内化中医理念于心,外化养生实践于行,作为中医药从业者,既要“趁热打铁”推动,更要“冷静下来”思考。我们要充分发挥中医药防病治病的“三个作用”和服务经济社会发展“五种资源”优势,谋定而动、精准发力、持之以恒,及时总结传播过程中的问题和经验,推动中医药文化“创造性转化、创新性发展”。

参考文献

- [1]毛嘉陵. 中医药文化的思考与传播[J]. 中医药通报, 2009, 8(6): 1-5.
- [2]梁尚华, 章林, 李海英, 等. 关于中医药健康养生文化“创造性转化与创新性发展”的研究与思考[J]. 中医药文化, 2017, 12(6): 50-53.
- [3]杨硕鹏, 卜菲菲, 周亚东. 论中医药健康养生文化的哲学基础和当代价值[J]. 陕西中医药大学学报, 2019, 42(4): 50-54.
- [4]中共中央宣传部. 习近平新时代中国特色社会主义思想学习纲要[M]. 北京: 学习出版社/人民出版社, 2019: 119.
- [5]习近平. 习近平谈治国理政: 第三卷[M]. 北京: 外文出版社, 2020: 314.
- [6]许静荣, 王朝阳, 姚群峰. 中医药文化国际传播人才培养模式研究[J]. 时珍国医国药, 2022, 33(9): 2246-2248.
- [7]王曼宇. 全国中医药文化进中小学现状分析及效果评价研究[D]. 北京: 北京中医药大学, 2020.
- [8]傅文第. 中医药文化传播的现实困境与对策选择[J]. 中国医药导报, 2018, 15(31): 119-123.
- [9]纪佳文, 周璐, 常榕莎, 等. “两微一端”上中医文化传播的问题与建议[J]. 传播与版权, 2018(4): 111-115.
- [10]魏丽芬, 曹继刚, 范玥. 近十年中医药文化普及和传播研究概述[J]. 湖北中医药大学学报, 2021, 23(1): 126-129.

- [11] 徐思群. 中医药文化科普知识体系框架构建研究[D]. 北京: 北京中医药大学, 2015.
- [12] 黄河. 健康中国战略视域下传统文化传播问题与对策[J]. 边疆经济与文化, 2018, 8: 78-79.
- [13] 肖海鹏, 刘杰, 陈壮, 等. 株洲地区中医药认知及中医药科普需求调查分析[J]. 中医药导报, 2020, 26(5): 69-71.
- [14] 蔡梦鸽. 中老年群体慢性病中医药健康服务需求研究[D]. 开封: 河南大学, 2019.
- [15] 徐思群. 我国居民中医药科普知识认知情况调查研究[J]. 北京中医药大学学报, 2015, 38(6): 413-419.
- [16] 国务院. 国家中医药管理局、中央宣传部、教育部、国家卫生健康委 国家广电总局关于印发《中医药文化传播行动实施方案(2021-2025年)》的通知[EB/OL]. (2021-07-07)[2021-11-22]. http://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-07/07/content_5623103.htm.
- [17] 魏明珠, 张宗明. 型冠状病毒感染疫情背景下中医药文化在“一带一路”沿线国家传播认同研究[J]. 亚太传统医药, 2023, 19(4): 1-6.
- [18] 刘迈兰, 李芊, 彭涵, 等. 以世界非遗“中医针灸”与“二十四节气”为主题的中医药文化进中小学校的教学实践与思考[J]. 成都中医药大学学报(教育科学版), 2022, 24(3): 7-9, 19.
- [19] 李红文, 严暄暄, 沙凯歌. “一带一路”战略背景下中医药文化的传播策略与路径[J]. 世界科学技术—中医药现代化, 2017, 19(6): 984-988.
- [20] 毛志强, 张宗明. 新时代中医药文化海外传播力提升的重要面向[J]. 南京中医药大学学报(社会科学版), 2023, 24(4): 211-216.
- [21] 金恒宇. 中医药文化对“一带一路”沿线国家传播策略研究[J]. 福建医科大学学报(社会科学版), 2021, 22(1): 10-14.
- [22] 郑芬, 洪芳, 李贇, 等. 大中小学一体化的中医药文化教育内容与路径构建[J]. 中医药管理杂志, 2022, 30(20): 10-13.
- [23] 孙光荣. 习近平发展中医药思想基本内涵解读[J]. 中医药通报, 2018, 17(1): 1-5.
- [24] 王蕾, 王启帆, 李和伟, 等. 基于《中医药法》视角下中医药文化传播的对策研究[J]. 中医药导报, 2019, 25(15): 23-26.
- [25] 张怡, 刘蓓, 张蝶. 文化自信视域下新时代传承发展中医药文化的意蕴和路径[J]. 四川省社会主义学院学报, 2022, 2: 84-96.
- [26] 王彬, 刘兴娜, 邹晓平. 中医的全球化发展: 机遇和挑战[J]. 湖南中医杂志, 2020, 36(4): 122-123, 156.

(修回日期: 2021-12-17 编辑: 蒲瑞生)