

基于跨文化交际理论的中医药文化海外传播策略研究

王源 钟雨^{通讯作者}

广西中医药大学 广西 南宁 530001

摘要: 中医药文化海外传播意义深远,但面临诸多挑战。本文基于跨文化交际理论,分析了传播障碍,包括文化障碍如价值观与思维方式差异、语言障碍;心理障碍如文化休克、刻板印象;传播障碍如渠道不畅、策略缺乏针对性等。同时提出相应传播策略,涵盖文化融合、拓展传播渠道、人才培养、标准化与规范化以及品牌建设等方面。通过运用这些策略,有望克服传播障碍,推动中医药文化在海外更广泛深入传播,为世界健康事业贡献力量。

关键词: 中医药文化;海外传播;跨文化交际理论;传播策略;文化融合

DOI: 10.63887/ssrp.2025.1.5.40

引言

在全球化进程不断加速的当下,文化交流日益频繁,不同文化之间的碰撞与融合成为时代的显著特征。中医药文化作为中华民族的瑰宝,蕴含着深邃的哲学思想和丰富的实践经验,在预防、治疗和康复等领域展现出独特的优势。随着人们对健康需求的多元化和对传统医学的关注度不断提高,中医药文化在海外的传播具有了更为广阔的空间和重要的意义。

然而,由于东西方文化存在巨大差异,中医药文化所依托的阴阳五行、经络脏腑等理论体系,与西方以实验科学为基础的医学观念截然不同,这使得中医药文化在海外传播面临诸多挑战。同时,海外受众对中医药文化的认知和接受程度有限,缺乏统一的国际标准和规范,传播渠道和方式也相对单一。因此,运用跨文化交际理论,深入研究中医药文化海外传播策略,消除文化障碍,提升传播效果,推动中医药文化在海外的广泛传播和认可,具有重要的现实意义。

1 跨文化交际理论概述

1.1 跨文化交际的基本概念

文化是一个复杂的概念,它涵盖了人类社会一切由人类创造的物质和非物质成果。从内涵上看,文化包含了价值观、信仰、习俗、艺术、语言等多个层面,是一个群体或社会所共有的行为模式和思维方式。文化不仅是人类生活的重要组成部分,更是人类区别

于其他物种的重要标志^[1]。

跨文化交际指的是不同文化背景的人之间进行的信息交流与互动过程。它具有鲜明的特点,首先是文化的差异性,不同文化背景的人在价值观、行为准则、沟通方式等方面存在显著差异,这会对交际产生重要影响。其次是动态性,跨文化交际过程中,双方的文化会相互影响、相互渗透^[2]。其过程一般包括信息发出、编码、传递、解码和反馈等环节,在这个过程中,任何一个环节出现问题都可能导致交际障碍。

1.2 主要跨文化交际理论

文化维度理论以霍夫斯泰德的文化维度模型为代表。该模型提出了五个文化维度,即权力距离、个人主义与集体主义、男性化与女性化、不确定性规避和长期取向与短期取向。通过这五个维度,可以对不同国家和地区的文化进行量化分析和比较,从而更好地理解文化差异^[3]。

跨文化适应理论中的U型曲线理论描述了人们在进入新文化环境时的心理适应过程。一般分为蜜月期、挫折期、调整期和适应期四个阶段。在蜜月期,人们对新文化充满好奇和兴奋;而挫折期则会因为文化差异带来的不适应而产生焦虑和困惑;经过调整,逐渐进入适应期,能够较好地融入新文化环境。

跨文化传播理论中的跨文化传播模式则探讨了信息在不同文化之间传播的规律和机制。它强调传播过程中文化因素的影响,包括文化背景对信息编码和解

码的作用，以及传播渠道和方式的选择等^[4]。

1.3 跨文化交际理论对中医药文化海外传播的启示

理解文化差异对传播效果的影响是非常关键的。中医药文化基于中国传统哲学和医学理论，其阴阳五行、经络脏腑等概念与西方文化和医学观念差异巨大。如果不考虑这种文化差异，直接进行传播，很可能会导致海外受众难以理解和接受。例如，在一些文化中，对于人体的认知和理解方式与中医药理论不同，这就需要在传播中进行适当的调整和转化。

利用跨文化交际理论可以指导传播策略的制定。根据文化维度理论，可以分析目标市场的文化特点，针对性地调整传播内容和方式。对于个人主义较强的文化，可以强调中医药对个体健康的独特价值；而对于集体主义文化，则可以突出中医药在群体健康维护中的作用。依据跨文化适应理论，在传播过程中要关注海外受众的心理适应阶段，在挫折期给予更多的解释和引导，帮助他们克服文化障碍^[5]。通过跨文化传播模式，选择合适的传播渠道和方式，提高传播效果，促进中医药文化在海外的有效传播。

2 中医药文化海外传播的现状分析

2.1 中医药文化的内涵与特点

中医药文化具有深厚的内涵和独特的特点。其哲学基础以阴阳五行学说为代表，阴阳学说认为世间万物都可分为阴阳两个方面，二者相互对立又相互依存、相互转化；五行学说则将自然界的五种基本物质——金、木、水、火、土与人体的五脏六腑、自然界的五方、五时等相对应，阐释了事物之间的相生相克关系。这种哲学思想贯穿于中医药的理论和实践之中。

中医药的理论体系丰富而系统，经络学说和脏腑学说尤为重要。经络学说认为人体存在着一个经络系统，它是气血运行的通道，连接着人体的各个脏腑和组织，通过刺激经络上的穴位可以调节人体的生理功能。脏腑学说则详细阐述了五脏六腑的生理功能、相互关系以及与外界环境的联系。

中医药的实践形式多样，常见的有针灸、中药和推拿等。针灸是通过针刺或艾灸穴位来治疗疾病；中

药则是运用天然的植物、动物、矿物等药材进行配伍组方，以达到治疗和调理的目的；推拿则是通过手法按摩来调节人体的气血运行和脏腑功能。

2.2 中医药文化海外传播的历史与现状

中医药文化海外传播有着悠久的历史进程。早在古代，中医药就随着丝绸之路等贸易路线传播到周边国家和地区。随着时间的推移，传播范围逐渐扩大到欧洲、美洲等地。

当前，中医药在海外的接受程度和市场规模呈现出不断增长的趋势。在一些国家和地区，中医药已经得到了一定程度的认可和应用，部分中医药产品也进入了当地的市场。中医药文化海外传播的主要途径包括医疗服务输出、教育交流和文化活动等。医疗服务输出是指通过在海外开设中医诊所、医院等方式，为当地居民提供中医药服务；教育交流则是通过与海外高校、科研机构合作，开展中医药教育和研究项目；文化活动如中医药展览、讲座等，有助于提高海外民众对中医药文化的认知和了解。

2.3 中医药文化海外传播存在的问题

中医药文化海外传播面临着诸多问题。首先，文化差异导致了理解障碍。中医药的理论和概念基于中国传统文化，与西方文化和医学观念存在较大差异，海外民众往往难以理解其内涵和原理。其次，缺乏统一的标准和规范。中医药的质量控制、疗效评价等方面缺乏国际公认的标准，这使得中医药在海外的推广和应用受到限制。再者，传播渠道有限，传播内容单一。目前中医药文化的传播主要集中在少数渠道，且传播内容多侧重于治疗疾病，对于中医药文化的整体内涵和价值传播不足。最后，海外法律法规和政策的限制也是一个重要问题。不同国家和地区对中医药的管理和监管政策不同，一些严格的法规限制了中医药的市场准入和应用。

3 基于跨文化交际理论的中医药文化海外传播障碍分析

3.1 文化障碍

在中医药文化海外传播过程中，文化障碍是较为突出的问题。价值观差异对中医药文化理解产生显著

影响。西方文化强调个人主义和实证科学，追求精确的量化和直接的因果关系；而中医药文化基于中国传统价值观，注重整体观念、平衡和谐以及人与自然的统一。这种价值观的差异使得海外受众难以理解中医药中诸如“阴阳平衡”“气血调和”等概念，导致对中医药文化的理解存在偏差。

思维方式差异也会造成认知偏差。西方思维以逻辑分析为主，倾向于将事物分解为各个部分进行研究；而中医思维是综合整体的，通过宏观把握人体的生理和病理状态。比如中医的“辨证论治”，依据症状、体征、体质等多方面综合判断，这与西方“对症下药”的思维不同，让海外受众在认知上产生困难。

语言障碍同样干扰信息传递。中医药术语如“经络”“穴位”“方剂”等，在西方语言中很难找到完全对应的词汇，翻译过程中容易造成语义丢失或误解，影响中医药文化准确传播。

3.2 心理障碍

心理障碍也是影响中医药文化海外传播的重要因素。文化休克对传播效果影响较大。当海外受众初次接触中医药文化时，由于文化差异，可能会经历文化休克，表现出焦虑、困惑、排斥等情绪。在这种状态下，他们很难客观、深入地了解中医药文化，从而阻碍传播。

海外受众对中医药文化存在刻板印象和偏见。部分海外民众受西方主流医学观念影响，认为中医药缺乏科学依据，是“不正规”“不科学”的疗法。而且一些不实报道和负面信息加深了这种刻板印象，使得他们在没有深入了解的情况下就拒绝接受中医药文化。

3.3 传播障碍

传播障碍在中医药文化海外传播中不容忽视。传播渠道不畅通是关键问题之一。目前中医药文化海外传播主要依赖传统的医疗服务机构、文化交流活动等，新兴的网络平台和社交媒体利用不足。同时，这些传播渠道覆盖范围有限，难以触及更广泛的海外受众群体。

传播策略缺乏针对性。很多传播活动没有充分考

虑海外不同地区、不同文化背景受众的特点和需求，采用“一刀切”的传播方式。比如在一些对替代医学接受度较低的地区，没有调整传播策略，依然强调中医药的独特理论，导致传播效果不佳。

传播主体能力不足也是一大问题。传播中医药文化需要既懂中医药知识又具备跨文化交际能力的人才。然而，目前很多传播主体在跨文化交际方面能力欠缺，不能有效地将中医药文化以海外受众易于理解和接受的方式进行传播，影响了传播的质量和效果。

4 基于跨文化交际理论的中医药文化海外传播策略

4.1 文化融合策略

文化适应是中医药文化海外传播的重要基础。要根据目标市场的文化特点，调整传播内容和方式。例如，在一些宗教氛围浓厚的地区，传播中医药文化时可结合当地宗教中对健康、生命的重视理念。在表达方式上，避免使用过于晦涩的中医术语，用当地容易理解的语言阐述中医药的功效和理念。

文化创新能让中医药文化更具吸引力。将中医药文化与当地文化元素相结合，如在欧美国家，可把中医药养生理念与当地的健身、美容文化融合，开发出具有特色的中医药健康产品或服务。

文化共享则通过举办文化交流活动，如中医药文化展览、讲座、体验活动等，让海外民众亲身感受中医药文化的魅力，促进他们对中医药文化的理解和认同。

4.2 传播渠道拓展策略

传统媒体与新媒体结合能扩大传播范围。传统媒体如报纸、杂志、电视等在当地有一定的受众基础，可通过专题报道、广告等形式传播中医药文化。新媒体如社交媒体、网络平台等具有传播速度快、覆盖面广的特点，可利用短视频、直播等形式进行中医药知识科普和文化传播。

利用国际组织和平台进行传播，能提升中医药文化的国际影响力。例如，借助世界卫生组织等国际组织，参与相关的传统医学交流活动和标准制定，推动中医药文化在全球的传播。

加强与海外医疗机构、教育机构的合作，能让中医药文化在更专业的层面得到传播。与海外医疗机构合作开展中医药临床研究和治疗服务，让当地医生和患者亲身体验中医药的疗效；与教育机构合作开设中医药课程，培养当地的中医药人才。

4.3 人才培养策略

培养具有跨文化交际能力的中医药专业人才是关键。在中医药专业教育中，增加跨文化交际课程，让学生了解不同文化背景下的沟通方式和文化差异，提高他们在海外传播中医药文化的能力。

加强对海外本土中医药人才的培养，可通过举办培训班、学术交流等活动，提高他们的中医药知识水平和实践技能，让他们成为中医药文化在当地传播的重要力量。

提高传播主体的跨文化传播意识和能力，定期对传播人员进行培训，让他们掌握跨文化传播的技巧和方法，能够根据不同文化背景调整传播策略。

4.4 标准化与规范化策略

建立中医药国际标准体系，统一中医药的质量标准、疗效评价标准等，提高中医药在国际上的认可度和公信力。

规范中医药文化传播内容和术语，避免因翻译不准确或术语不统一造成的误解。制定统一的中医药术语翻译标准，确保传播内容的准确性和一致性。

4.5 品牌建设策略

打造具有国际影响力的中医药品牌，注重品牌的质量和信誉。选择优质的中医药企业和产品，进行重点培育和推广，树立良好的品牌形象。

加强品牌推广和营销，利用各种渠道宣传中医药品牌，提高品牌的知名度和美誉度。例如，参加国际医药展会、举办品牌推广活动等，让更多的海外消费者了解和认可中医药品牌。

结论

中医药文化作为中华民族的瑰宝，其海外传播意义重大且前景广阔，但也面临诸多挑战。通过跨文化交际理论剖析可知，文化、心理与传播等障碍影响着中医药文化海外传播效果。文化差异导致理解困难，心理上的刻板印象和偏见阻碍接受，传播环节的渠道、策略和主体能力问题也限制了传播成效。

不过基于跨文化交际理论提出的系列传播策略具有很强的针对性和可操作性。文化融合策略能促进文化理解和认同；拓展传播渠道可扩大影响力；人才培养能提供智力支持；标准化与规范化能提升认可度；品牌建设可增强市场竞争力。

未来我们应积极运用这些策略，加强中医药文化海外传播实践。不断克服障碍，创新传播方式，提升传播能力，推动中医药文化在海外广泛传播和深入发展，让中医药文化为世界人民的健康福祉作出更大贡献。

参考文献

- [1]董莉莉,姚小强,秦晓光,等.新历史时期助推中医药海外传播与发展的路径探析[J].现代中医药,2024,44(05):41-46.
- [2]刘雅敏,王磊.“一带一路”背景下中医药文化对外传播策略探讨——评《中医药国际化研究》[J].中国教育月刊,2024,(06):125.
- [3]李芳,张红玲.中医药文化海外传播的困境与出路[J/OL].中南民族大学学报(人文社会科学版),1-8[2025-07-29].<https://doi.org/10.19898/j.cnki.42-1704/C.20240412.02>.
- [4]李蔚,强文娟,杨香.“一带一路”倡议背景下中医药全球传播中的问题及对策分析[J].产业与科技论坛,2024,23(07):73-75.
- [5]左媛媛,孙永林,赵少钦,等.中医药海外中心在中医药文化国际传播中的创新与实践[J].南京中医药大学学报(社会科学版),2024,25(01):1-6.