

“一带一路”背景下基于文化传承的中医药阅读推广研究

王向真 刘淑银

(广西中医药大学图书馆, 广西 南宁 530200)

【摘要】在“一带一路”倡议深入实施背景下, 中医药文献阅读推广不仅可以更好地传承与创新民族医药, 也为世界各民族交流提供文化土壤。本文先从中医药阅读推广的内容、对象、载体和主体四个方面分析当前工作面临的挑战, 进而提出了中医药阅读推广需遵循内涵化、主题化、原真性和读者性四大基本原则, 最后从体制保障、实践创新和人才培养方面提出了进一步深化中医药文化传承阅读推广工作的对策建议。

【关键词】中医药; 一带一路; 阅读推广; 文化传承

中医药文化积淀了千年中华优秀传统文化的精髓, 它是“一带一路”战略重要的文化载体, 提供了具有鲜明中国特色的新文化传播方式, 其民族优势在国家交流合作中发挥着举足轻重的作用。

2016 年中国图书馆学会正式成立了民族文献阅读推广专业委员会^[1], 促使民族文献阅读推广工作获得更好的统筹和实施。现代图书馆肩负着文化传承的职责和使命, 而阅读推广是最有效的文化传承方式之一。如何借助“一带一路”的发展契机将中医药文化带出国门, 增强国人文化自信, 推动国内外文化全面融合, 这是阅读推广工作中值得深入探讨研究的课题。

一、“一带一路”下中医药文献阅读推广工作的价值体现

(一) 增强中医药文化自信, 实现民族情感凝聚

习近平总书记指出“文化自信是一个国家、一个民族发展中最基本、最深沉、最持久的力量。”阅读推广中医药文化, 总结梳理中医药核心学术思想和价值观念, 深入挖掘其辩证论治的精髓, 增强中医药体验和应用, 坚定树立中医药是中华优秀传统文化瑰宝的自信。作为“一带一路”沿线国家民族医药交流的主角和宣传员, 当我们有了中医药的文化自信和民族自信, 必将在阅读推广工作中发挥着更加重要的作用。

(二) 促进图书馆服务创新, 实现自我价值提升

图书馆自我价值包含文化和社会两种价值, 2013 年国际图联发表《图书馆与社会发展宣言》中更着重强调图书馆要在社会发展的参与中实现自身的价值^[2]。“一带一路”不仅是经济的交流, 更是文化的传

承与共融。在全民阅读的良好氛围下, 图书馆作为文化系统中人类文化遗产的保存者, 应当在变革中重塑自己, 增加与社会发展之间的关联度, 实现自我价值的提升。

二、“一带一路”下中医药文献阅读推广工作面临的挑战

(一) 推广内容的“文化折扣”

“文化折扣”指因不同地域的文化背景差异, 其文化产品不被其他地区受众接受或理解, 从而导致其价值减损的现象。^[3]中医药理论博大精深, 但中医学术语晦涩难懂, 目前海外中医药相关的书籍版本较单一, 翻译水平较低; 同时, 两者的思维模式不同, 西医学从整体各要素入手分析来把握对象世界, 而中医学把人和自然看作有机整体, 这形成了中医学非实体辩证传统思维与西医学实体思维的鲜明对比。^[4]

(二) 推广对象的“政策壁垒”

由于中医与西医在理论体系等方面各不相同, 因此对中医药的引入形成了多种政策壁垒, 如中药在东南亚地区可以药品正式注册, 而在美国等地只能以食品或食品添加剂的方式引入;^[5]同时, 中医药在各国受到的法律地位存在差异, 有关知识产权保护尚不完善, 加之外国媒体对中医的歪曲报道和沿线一些国家复杂动荡的政治局面, 使得双方的文化交流不畅, 严重制约着中医药文化推广的深度和广度。

(三) 推广载体的“传统单一”

当前中医药文献的推广方式较为传统单一, 缺乏与读者的双向互动性, 缺乏相应的人才和资金投入, 尚能建设出效果显著的集技术、内容、渠道、营销为

一体的中医药文献推广服务平台；此外，中医药文献阅读推广缺乏特色的品牌名片，如何统筹品牌规划、找准品牌定位并细化品牌传播，仍然是现阶段亟须图书馆同仁及社会各界协同推进的难题之一。

（四）推广主体的“格局狭窄”

所谓的推广主体“格局狭窄”，其“狭窄”之处主要存在于结构格局、知识格局和价值格局三个方面。首先，结构格局就当前来看，中医药文献阅读推广人参与阅读推广的主动意识不强，相互协调配合程度较低；其次，中医药文献阅读主体的知识格局比较欠缺，中医药阅读推广人不仅要具备全面系统的中医药知识素养，还要精通外语和各种中医术语的翻译技巧，还要掌握跨文化传播和贸易等相关知识；最后，在互联网全媒体时代，阅读推广的价值主体不仅包括活动的实施者同时也包含了活动的接受者，两者间是和谐统一的合作关系^[6]。当前阅读推广主体存在主客体分离，削弱了中医药文化的推广效应。

三、“一带一路”下中医药文献阅读推广工作的基本原则

（一）深入内涵，触及精髓

中医药承载着以人为本、医乃仁术、天人合一等丰富的文化内涵，深挖其文化内涵，需要多学科跨界研究和整合，应避免脱离实际的呆板印象化。在新媒体时代，可通过“文化+创意”深挖中医药文化内涵，插上现代信息技术的“翅膀”，丰富其表现形式，让古老中医药在当代社会实现成功“穿越”。此外，中医药文化在“一带一路”沿线国家进行推广宣传时，在深挖其文化内涵的基础上还要构建中医药海外推广话语体系，确保在“走出去”的过程中真正实现“走进来”，进入对方的思想文化体系。

（二）围绕主题，亮出特色

主题使得人们认识自然与社会有了一个聚焦点，有了一条主线，形成一个“磁场”，让人们的认识有了针对性。^[7]新时代新技术的背景下，中医药阅读推广活动中主题内容不断创新，吸引读者认识和亲近中医药文化。例如华东师范大学图书馆以社会时政热点——“一带一路”敦煌为主题，策划了“在图书馆发现敦煌”阅读推广活动，^[8]活动主题和形式都紧紧围绕“敦煌”主题，掀起了红色阅读的热潮。

（三）保持原真，提高成效

原真性本义指原始的、原创的、非复制、非仿造等意思^[9]，原真性是衡量中医药文化表现形式和文

化意义内在统一程度的重要标准。中医药文化的推广内容必须以公认的、已具有实践基础的中医药学理论和学术思想为依据。此外，中医药文献翻译时也应遵循原真性规则，即要兼顾各国的本土特色又要保证中国学术的严谨性，才能最大化地提高中医药文化海外推广的成效。

（四）贴近读者，引起共鸣

中医学理论蕴意精深，在进行阅读推广时，要增强读者的辨识度。例如，约翰内斯堡大学博士生导师、针灸教师胡紫景借助当地的都市地图，将人体经络喻为高速公路，穴位比作道路的交汇点，气血不顺则类比为是交通的拥堵。^[10]在共通的意义空间中利用通俗易懂的事例开展教学，加深海外学生对中医药的理解。

四、“一带一路”下中医药文化传承阅读推广工作的对策建议

（一）体制保障——构建中国特色的战略推广体系

“一带一路”背景下中医药文化传承的推广，既要考虑中医药文化的自然属性，又要系统权衡其社会属性和对国家形象的政治影响。第一，从国家层面健全对推广工作的顶层设计与研究部署。近年来，党和政府高度重视中医药的海外推广，随着《中医药“一带一路”

发展规划（2016—2020年）》和《中国的中医药》白皮书等重要文件的出台和实施，中医药海外推广已上升为国家战略层面，迎来了发展的新机遇；第二，要打破传播壁垒，加大对战略推广理论和实践的研究与应用。标准化是中医药文化走向世界的助推器，其建设工作周期性长且专业性强，要充分调研标准化需求和发展趋势，积极参与国际传统医药标准化建设，完善国际标准化监督管理制度，稳步促进国际化推广进程；第三，加强中国的话语和叙事体系建设。随着中医药文化国际传播的不断推进，需要提炼出一套既保证中医理论内涵，又能融通中外的中医药话语和叙事体系，这是新时代赋予中医药推广人的艰巨任务。

（二）实践创新——实现媒体融合发展与全面创新

“一带一路”背景下中医药文化推广的效果，主要取决于它在特定区域受众群体中的认知度、美誉度和信赖度。第一，要不断改进推广策略方式，

建立全方位立体式传播网络。中医药文化国际传播应将传统媒体与网络媒体相结合,一方面是编撰出版一批适合推广到国内外的高水平、多语种的中医药文化宣传和养生知识读物,另一方面是借助国内外现代互联网推广平台,充分利用新技术手段,使记载在古籍、融入生活、应用于临床的中医药健康养生智慧、健康理念和知识方法生动起来并推广开来,形成多种传播形式为一体的中医药文化传播体系,使中医药文化传播更加形象化和趣味化,容易被国内外民众所接受。第二,增强“一带一路”沿线中医孔子学院区域辐射作用,扩大中医药文化传播范围,实现传播最大化。为了进一步促进中医药文化的海外传播作用,中医孔子学院应突破布局分散、资源不足等发展瓶颈,以全球化的视角,从顶层设计的高度,完善区域布局,强调走出去和引进来的双向交流发展,向深层次互学互鉴发展;^[11]并充分整合及利用现有传播平台资源,创新构建多元化开放式的中医药推广体系,筛选继承中华优秀传统文化独特基因的中医药文化元素^[12],在与外来医学文化融合的过程中不断拓展中医文化新境界。

(三) 人才培养——培育新时代阅读推广人才队伍

推广人是中医药文化传播的执行主体,新时代背景下,阅读推广人才培养工作面临的形式也出现了相应变化。第一,中医药推广人才需具备强烈的社会责任感和使命感,应站在中华传统文化传播、增强文化自信和提高国家软实力建设的高度,能在工作实践中勇于承担社会责任,将服务育人作为自身工作准则,主动肩负推进中医药文化传播的重要任务;第二,中医药阅读推广人才应具备良好的专业技能和职业素养。数字化新时代,要着力培养既有中医药文化底蕴、又熟知现代传播技能的创新性复合型推广人才,提升中医药推广人才跨文化、跨学科、跨国界的文化传播能力,为中医药海外传播注入源头活水。

五、结语

中医药文化是中华文化中最具原创力和吸引力的内容之一,“一带一路”战略为中医药文化的传承和传播提供了良好的发展机遇,将中医药文化传承融合在阅读推广中,挖掘其内涵和精髓,并将其与时代发展的潮流相结合,进一步弘扬中国精神、传播中国价值、凝聚中国力量,让中医药优秀传统文化历久弥新。

参考文献:

- [1] 黄体杨,彭婧.民族文献阅读推广的基本问题[J].图书与情报,2018(02):135-140.
- [2] 吴建中.再议图书馆发展的十个热门话题[J].中国图书馆学报,2017(4):4-12.
- [3] 林航,陈艺明.中医服务国际化推广中文化折扣问题探析[J].柴达木开发研究,2013(1):20-22.
- [4] 宁泽晖,王华生.中医学的非实体性思维[J].中国医药导报,2012,9(1):92-93.
- [5] 金恒宇.中医药文化对“一带一路”沿线国家传播策略研究[J].中国图书馆学报,2021(1):10-11.
- [6] 刘亚玲.交互主体性——阅读推广主体性研究的新视野[J].图书馆,2017(8):50-52.
- [7] 杨东铭.文化传播的主题机制及其品牌效应[J].江西社会科学,2021(2):240-242.
- [8] 郑伟,刘艳.大学图书馆设立推广部的实践与启示——以华东师范大学图书馆为例[J].图书馆学研究,2015,0(3):76-79.
- [9] 史智慧.阅读推广与文化遗产的关系及实现路径研究——以中医药文化为例[J].中国中医药图书情报杂志,2021(3):44-45.
- [10] 钟俊,林国清,王明军.“一带一路”背景下中医药文化的海外传播效果研究[J].世界中医药,2021(11):1765-1766.
- [11] 李丹.一带一路为孔子学院发展升级提供新推力[J].中国社会科学报,2017,16(8):65-66.
- [12] 张文明,张艳萍.孔子学院视角下的中医文化海外传播研究概况[J].中国民族民间医药,2017,12(24):38-40.

基金项目: 本文系2018年度国家社会科学基金项目“‘一带一路’中国-东盟传统医药文献资源战略保障体系研究”(2018XTQ002)和广西中医药大学校级项目“5G时代高校图书馆数字阅读推广活动研究”(项目编号:XP022038)研究成果之一。

作者简介: 王向真(1982—),女,硕士,副研究馆员,研究方向:图书馆信息学研究。

通讯作者: 刘淑银(1970—),女,副研究馆员,研究方向:图书馆读者服务研究。