

· 中医文化 ·

本文引用:陈洪,刘家僊,何清湖,盛洁.文化符号在中医药跨文化传播中的应用初探[J].湖南中医药大学学报,2020,40(4):507-510.

文化符号在中医药跨文化传播中的应用初探

陈洪^{1,2},刘家僊^{1,2},何清湖^{1,2*},盛洁^{1,2}

(1.湖南中医药大学,湖南长沙 410208;2.湖南省中医药文化研究基地,湖南长沙 410208)

[摘要] 随着“一带一路”和“走出去”战略的实施,走向世界成为新时代中医药传承创新发展的重大主题。本文通过对某中医药大学中外学生的中医药文化符号观的调研分析,探讨中医药跨文化传播中的符号解码不对称现象。立足差异文化理论,通过主导霸权、协商、对抗三种解码立场,剖析中医药跨文化传播的成效与阻碍。结合符号学理论,探讨中医药文化符号在跨文化传播中的价值,并就如何发挥其优势作用提出初步的建议和对策。

[关键词] 中医药;文化符号;跨文化传播;留学生

[中图分类号]R2-0 **[文献标志码]**A **[文章编号]**doi:10.3969/j.issn.1674-070X.2020.04.025

Primary Discussion on Application of Cultural Symbols in the Cross-Cultural Communication of Traditional Chinese Medicine

CHEN Hong^{1,2}, LIU Jiayi^{1,2}, HE Qinghu^{1,2*}, SHENG Jie^{1,2}

(1. Hunan University of Chinese medicine, Changsha, Hunan 410208, China; 2. Traditional Chinese Medicine Culture Research Base of Hunan Province, Changsha, Hunan 410208, China)

[Abstract] With the implementation of the "The Belt and Road Initiative" and "going out" strategies, going global has become a major theme for the inheritance, innovation and development of traditional Chinese medicine (TCM) in the new era. Based on the investigation and analysis of the Chinese and oversea students' concept of TCM cultural symbols in a Chinese Medicine College, this paper discussed the asymmetric phenomenon of symbol decoding in the cross-cultural communication of Chinese medicine. In view of the theory of different cultures theory, this paper analyzed the effectiveness and obstacles of TCM cross-cultural communication through 3 decoding positions: dominance-hegemony, negotiation and confrontation. Based on the theory of semiotics, this paper analyzed the value of TCM cultural symbols in cross-cultural communication, and puts forward some suggestions and countermeasures on how to play its dominant role.

[Keywords] traditional Chinese medicine; cultural symbol; cross-cultural communication; oversea students

中医学是中国古代科学的瑰宝,也是打开中华文明宝库的钥匙。深入发掘中医药宝库中的精华,充分发挥中医药的独特优势,推进中医药现代化,推动中医药走向世界,对于丰富世界医学事业、推进生命科学研究具有重要意义。2016年12月,《中医药“一带一路”发展规划(2016-2020年)》提出“五通”的主要任务,即“政策沟通、资源互通、民心相通、科技联通、贸易畅通”,促进“中医药与沿线合作实现更

大范围、更高水平、更深层次的大开放、大交流、大融合”^[1]。2019年10月,《关于促进中医药传承创新发展的意见》指出,要“发挥中医药原创优势、推动我国生命科学实现创新突破,弘扬中华优秀传统文化、增强民族自信和文化自信,促进文明互鉴和民心相通,推动构建人类命运共同体”^[2]。目前,中医药随着“一带一路”和“走出去”战略已传播到183个国家和地区。作为国际医学体系的重要组成部分,中医药在适

[收稿日期]2019-12-23

[基金项目]湖南省哲学社会科学基金项目(14YBB064);湖南省中医药文化研究基地项目(WHJD201503)。

[作者简介]陈洪,女,硕士,讲师,研究方向:中医药文化。

[通讯作者]*何清湖,男,博士,教授,博士研究生导师,E-mail:hqh19651111@163.com。

应现代医学发展、促进人类健康事业、解决人类健康难题、创新医疗服务体系、突破生命科学研究、追求人类共同价值等各方面发挥着积极作用。《中国国家形象全球调查报告 2018》显示,50%的国外受访者认为中医药最能代表中国文化,其认同度仅次于中餐(55%)^[3]。作为最能体现中国文化的代表性元素,中医药必须进一步深化跨文化传播,增强国际话语权,努力成为他者“共有知识”以及国际“共享价值”,切实成为我国对外文化交流中的重要价值增长点。

1 文化符号在中医药跨文化传播中的价值与意义

现代符号学的奠基人卡西尔认为,人是符号的动物^[4]。符号是高度浓缩的信息携带者,人类的思维操作、思想表达、文化传播和文明传承正是借助于符号而得以实现。因此,作为文化的典型表征,文化符号凝聚着文化的核心价值和基本理念,担负着文化传承发展和沟通传播的功能。文化符号不仅能够文化群体内部进一步凝聚共识,增强文化自觉与文化自信,凸显和提升文化的主体性,而且有助于实现和促进不同文化之间的交流与传播。正如人类命运共同体的要旨在于把握人类利益和价值的通约性,在国与国关系中寻找最大公约数,那么跨文化传播的关键也在于采用最大通约性的文化符号,形成国民与国民之间的“共有知识”。因此,加强与世界话语体系和文化符号系统“接轨”,对于跨越文化交流异质性障碍,加强克服文化交流认知误差,增进不同文化间的理解与认同具有重要意义^[5]。

中医药文化符号是经过两千多年的医疗实践和历史沉淀而被历代医家和普通百姓广泛认同的中医药典型表征形象。从符号学的视角来看待中医药跨文化传播,实质上即是中西医学两种不同的符号系统进行各个层次样态的符号互动。文化符号是由文化内蕴所决定的,因此,“符号的拟象性在人类文化结构中根深蒂固,以至于很容易忽视其文化的建构性,从而容易引起误读乃至文化冲突。”^[6]当前,中医药防病治病的独特效果和蕴含的普世价值观得到了世界各国人民的广泛认同,但中医药文化在海外现代语境里传播尤其是在西方语境下仍不可避免地遭遇排斥、抗拒^[7],这在一定程度上反映出异质符号系统互动中的困境与阻碍。中医药走向世界,必须

构建具有跨文化适应性的符号系统,努力突破文化差异的挑战和文化霸权的威胁,打破异质文化造成的陌生感和文化距离,才能真正做好民心相通的大文章。

2 中医药文化符号及其跨文化传播研究现状

加强文化符号在中医药跨文化传播中的应用,首先要构建有效的中医药文化符号体系。近年来学术界围绕“中医药形象及其符号表达”开展了一系列有益探索,主要涉及中医药的视觉形象、图式符号、特殊标记符号以及社会形象测评等方面。杨朝晖就中医药特殊符号的定义、类型、文化内涵、价值及保护等进行了深入研究^[8],殷晓月提出了中医药社会形象评价指标体系的评估框架^[9],梁田田开展了中医药社会形象测评量表的编制与研究^[10]。笔者对湖南某中医药院校的大学生进行了中医药文化符号观的调查和分析,从11个类别共计94个中医药文化符号中遴选出33项最具代表性的符号。其中,代表性和推广价值加权排序处于前10位的中医药文化符号是中药、针灸、黄帝内经、太极八卦、辨证论治、悬壶济世、国医馆、五禽戏、银针、国医节。

为了进一步探讨中医药文化符号在跨文化传播中的适应性问题,笔者采用回译法将33项中医药文化符号编制成《中医药文化符号跨文化认同调研问卷》,对100名中医药院校的留学生进行了调查。受访者主要为湖南某中医药院校的巴基斯坦学生(包含少部分苏丹、赞比亚学生),处于具有一定中医药文化知识的大三、大四阶段。调研结果表明,在“炎黄二帝、本草纲目、杏林春暖、中药、推拿、火罐、安宫牛黄丸、六味地黄丸、端午节”等9个中医药文化符号的认同度上,国外大学生与中国大学生的认知差异无统计学意义。而对于另外的24个中医药文化符号(如太极八卦、周易文化、阴阳五行、辨证论治、望闻问切、悬壶济世、大医精诚、中华老字号药店等)的认同度方面却存在显著差异。国外大学生的认同度显著低于国内学生,尤其在中医基本理念、中医代表人物、传统保健功法和中医社会组织4类符号中表现突出。该结果在一定程度上受到样本量小、语言翻译差异、文化知识背景等多重因素的影响,但亦反映出中医药跨文化传播中普遍存在的编码-解码不对称的现象。这一初步的研究结果表明,中医药跨文化传播更多停留在工具性形态(即技术、方法等)

的输出层面,而关于文化性形态方面(即理念、价值等)的对外传播则受到局限。因此,中医药文化符号的跨文化传播应在继续重视工具性形态符号输出的同时,进一步挖掘和塑造有效的文化性形态符号,着力解决编码-解码过程中的文化适应性问题。

3 中医药跨文化传播中面临的三种解码立场

当代文化研究之父霍尔在差异文化理论中指出,信息传播分为编码、流通和解码三个过程,而解码过程则是重中之重^[1]。霍尔认为受众在解码过程中存在主导霸权立场、协商立场和对抗立场三种解码方式^[2]。正是解码方式的差异造成了编码者和解码者对同一信息有着不同的看法,亦即构成了对差异文化最好的诠释。笔者认为,在中医药跨文化传播的不同领域和不同地域,亦面临上述三种不同的解码立场。

3.1 主导霸权立场

主导霸权立场也称作主导意义解读,这一传播中“编码-解码”立场完全一致,受众表现出“照单全收”的接受态度。这是一种很少能实现的理想状态,在异质文化的传播中则更加困难。目前,已有103个世界卫生组织会员国认可使用针灸,其中29个设立了传统医学的法律法规,18个将针灸纳入医疗保险体系。比如针灸已在全美44个州合法化,成为美国整合医学和医疗保健的一部分。而中药也逐步进入国际医药体系,已在俄罗斯、古巴、越南、新加坡和阿拉伯联合酋长国等以药品形式注册。全球有30多个国家和地区开办了数百所中医药院校,培养本土化中医药人才。那么,这在一定程度上体现出了中医药跨文化传播的主导霸权立场。

3.2 协商立场

协商立场也称作协商解读,这种立场包含着对抗和包容的混合,即受众保持一种既不完全同意又完全否定的“有所保留”的接受态度。目前,国际社会对中医药的总体态度即倾向于此,针对不同的方面表现出对抗与相容的矛盾态度。比如就针灸而言,以英国“五行针灸”、法国腊味爱学派(“甲骨文针灸”等)为典型代表的“东方主义”的“海外本土中医”,他们认可中医传统文化魅力,并且发挥自身对“东方”世界的想象和需求,对阴阳、五行、太极等进行夸张化的浓缩和重塑,呈现出“过度中国化”的现象。而以美国“干针”、英国“医学针灸”等为典型代表的“现代主义”的“海外本土中医”,一方面试图保留针灸的技术形态,另一方面则多以解剖、生理、病

理等西方文化为主导,试图否认和脱离传统中医针灸经络文化^[3],呈现出一种“西医为体,中医为用”的中西结合医学文化模式^[3],即是一种协商立场的体现。

3.3 对抗立场

对抗立场也称作抵制意义解读,即受众表现出“完全排斥”的接受态度,对编码信息存在误解、歪曲以及怀疑、抵触心理。比如,一些国家和地区将中药列为保健品食品或者禁售中成药,以及国际草药市场面临的绿色贸易壁垒问题、中医药面临的非法地位问题等,即是一种典型的对抗立场。长期处于低语境文化的西方民众常常对高语境文化的中医基本概念和基本理论难以理解和接受,这也是对抗立场的重要来源。比如,中医“五脏”所指的功能学概念与西医解剖视角下的形态学概念差异很大,而中医在生理、病理机制阐释中运用的“正气”“邪气”“精”“神”“经络”等诸多概念在实验室中无法找到实体和量化指标^[4]。因此,以自然科学思维为主导的西方民众容易对中医产生各种误解和偏见,从而降低了对中医的文化认同。

正是上述三种解码立场造成了中医药跨文化传播中的地域不平衡、发展不平衡的现状。因此,中医药走向世界,要进一步讲好中国故事,搭好民心桥梁,获得更具影响力的国际话语权,则必须在中医药文化的编码-解码问题上下足功夫。

4 发挥中医药文化符号在跨文化传播中的优势作用

根据霍尔的编码解码理论,传播的过程即是信息生产者根据自己想要表达的意义通过编码的方式将其组织起来,然后以符号为载体,经过流通和传播的过程到达解码者那里^[1]。跨文化研究表明,来自不同文化背景的人们在进行相互交流时,最难消除的理解障碍之一是难以共享一种通用的文化符号系统^[5]。在符号互动过程中,如果他文化的受众认知不匹配,就会导致受传者在接收众多编码信息后,找不到任何内容能够与自己已知的知识进行匹配,而导致他最终无法识别传播信息符号。显然,中医药跨文化传播中的协商立场和对抗立场都蕴含着符号认知不匹配的现象。如果说解码立场是传播过程中的一种隐形表征,那么对传播符号的认同程度则是解码立场的显性表达。因此,必须高度重视中医药文化符号在跨文化传播中的重要意义,通过大力挖掘、培育和传

播中医药文化符号,减少由于解码障碍带来的误解和阻斥现象,从而切实提升中医药的国际形象,增强中国文化的软实力。

4.1 利用好中医药文化符号在跨文化传播中的启动效应

根据 Hong Y Y 等^[14]提出的文化框架转换模型,文化适应是文化与情境互动的过程,个体可根据不同文化线索做出与文化情境一致的反应。研究者据此提出了“文化启动范式”,即先让被试短暂注意与文化相关的内容(如价值观、概念或文化符号等),增加记忆中与其相似概念和价值的短时可及性,从而激活属于该文化的认知方式^[14],实现认知框架转换,影响对目标信息的加工。因此,文化符号的启动效应正体现在它能够快速激活和唤醒与之有关的文化知识,促使受众自动提取与其象征的共享文化有关的认知表征,使得这种知识高度可及。而足够的激活又将进一步提高该知识的长时可及性,使得重复提取更为容易。因此,在中医药跨文化传播过程中必须符号先行,注重发挥中医药文化符号的文化启动效应,形成对相关文化知识的语境激活和心理定势,从而优化跨文化传播效力。

4.2 选择好适应国际传播语境的中医药文化符号

对外文化交流过程就是开展价值观对话的过程,要在保持文化价值观中国本色的基础上,进行中华文化的国际化表达^[15]。因此,要充分发掘和利用好丰富的中医药文化资源,凝练出具有普遍认知价值并能获得国外受众心理共鸣的中医药文化符号,推动中医药健康养生文化在国际舞台上的创造性转化、创新性发展,努力建构现代化、交互式的中医药文化国际话语体系。比如,我们从对 100 名中医药院校留学生的中医药文化符号跨文化认同调查中可窥见,认同度高的中医药文化符号都具有直观、具体、可视等特点。因此,为了减少中医药跨文化传播中可能面临的解码困境,应遵循“先易后难”的传播规律,即先行传播易理解、易模仿、易跟学的气功、太极等养生保健方面的内容^[16],包括一些“简、廉、灵、验”的治疗方法,而后逐渐渗入中医药基本理念、中医药核心价值观等层面的内容。

4.3 构建好根植于中医药价值内核的符号传播机制

中医药跨文化传播要生根发芽,必须落脚到价值内核层面。要进一步发掘和推广中医药的普世价值,通过中医药文化符号将其价值内核外化于形,即实现形象化、具体化、显性化,切实提升中医药文化的感染力、影响力和通约力。要借助序化的叙事结构和类比化的象征结构等多种手法,加强高、低语境

文化的交融,创制中医药核心价值观的亲近性文本,减少文化符号载体中的“噪音”成分,实现符号与语境的良性互动,最大程度地保证受众对文化符号意义的预期建构。要善于借鉴人类学、社会学、文化心理学等多元学科视角,全面分析和掌握中医药跨文化传播的第一手资料,加强对传播受众的多方位认识 and 把握,进一步提高中医药跨文化传播的靶向性和有效性。要充分发挥新媒体在中医药跨文化传播中的作用,寻求叙事视觉、叙事方式、叙事手段的转变,实现中医药文化符号的国际化编码,立足世界舞台讲好中医药故事。

参考文献

- [1] 国家中医药管理局. 中医药“一带一路”发展规划(2016-2020年)[EB/OL]. (2017-05-16)[2019-08-23]. <http://www.satcm.gov.cn/ban-gongshi/gongzuodongtai/2018-03-24/1330.html>
- [2] 中共中央国务院关于促进中医药传承创新发展的意见[EB/OL]. (2019-10-26)[2019-08-23]. http://www.gov.cn/zhengce/2019-10/26/content_5445336.htm
- [3] 中国国家形象全球调查报告 2018[EB/OL]. (2019-10-18)[2019-08-23]. http://theory.gmw.cn/2019-10/18/content_33244879.htm
- [4] 恩斯特·卡西尔. 人论[M]. 甘阳,译. 上海:上海译文出版社,1985:43.
- [5] 蒙蒙飞. 文化符号在中国国家形象建构中的有效运用[J]. 社会科学论坛,2014(6):226-230.
- [6] 李 岗. 跨文化传播引论——语言·符号·文化[M]. 成都:四川出版集团巴蜀书社,2011:269.
- [7] 胡以仁,易法银,盛 洁,等. 中医文化传播的现代语境(四):跨文化传播与全球化[J]. 世界科学技术——中医药现代化,2018,20(1):92-96.
- [8] 杨朝晖. 中医药特殊标记符号的文化内涵研究[D]. 北京:中国中医科学院,2015.
- [9] 殷晓月. 中医药社会形象评价指标体系研究[D]. 北京:北京中医药大学,2017.
- [10] 梁田田. 中医药社会形象测评量表研究[D]. 北京:北京中医药大学,2019.
- [11] 孟美思. 斯图亚特·霍尔的差异文化理论研究[D]. 哈尔滨:黑龙江大学,2016.
- [12] 郑 欣. 美国当代主要针灸流派的诊疗特点及现状的研究[D]. 北京:北京中医药大学,2012.
- [13] 魏一苇,严喧喧,何清湖. 中医文化传播的现代语境(五):“他者”之音——海外“本土中医”[J]. 世界科学技术——中医药现代化,2018,20(1):97-100.
- [14] HONG Y Y, MORRIS M W, CHIU C Y, et al. Multicultural minds: A dynamic constructivist approach to culture and cognition[J]. *American Psychologist*, 2000, 55(7):709-720.
- [15] 李培峰. “一带一路”背景下中华文化走出去:机遇、挑战与路径研究[J]. 红河学院学报,2019,17(6):41-45.
- [16] 魏一苇,何清湖,严喧喧,陈小平. 从编解码角度探讨“一带一路”视域下中医养生国际化传播[J]. 世界科学技术——中医药现代化,2017,19(6):994-999.