

· 中医文化 ·

本文引用:胡以仁,严暄暄,魏一苇,丁颖,盛洁,何清湖.孔子学院承载中医药文化国际传播的战略思考[J].湖南中医药大学学报,2020,40(9):1157-1162.

## 孔子学院承载中医药文化国际传播的战略思考

胡以仁,严暄暄,魏一苇,丁颖,盛洁,何清湖\*

(湖南中医药大学湖南省中医药文化研究基地,湖南长沙 410208)

**[摘要]** 国家“一带一路”倡议的实施以及孔子学院建设的积极推进,为中医药文化的国际传播和推广搭建了重要平台。遵循中医药发展规律,基于孔子学院平台实施中医药文化的国际传播,对于中医药的传承和发展、提升中医药文化软实力具有重要意义。孔子学院可以通过强化中医药师资力量,积极搭建中医药文化传播与交流平台,有效融入“本土”,同时借力“中医+”思维理念,拓宽资源渠道,充分挖掘中医药的普世价值等措施,实现孔子学院和中医药品牌的双赢。

**[关键词]** 孔子学院;中医药文化;传播策略

**[中图分类号]**R2-0      **[文献标志码]**A      **[文章编号]**doi:10.3969/j.issn.1674-070X.2020.09.022

### Strategic Thinking of Confucius Institutes Carrying the International Dissemination of Traditional Chinese Medicine Culture

HU Yiren, YAN Xuanxuan, WEI Yiwei, DING Ying, SHENG Jie, HE Qinghu\*

(Research Base of TCM Culture in Hunan Province, Hunan University of Chinese Medicine, Changsha, Hunan 410208, China)

**[Abstract]** “The Belt and Road Initiative” and the vigorous development of Confucius Institutes have set up an important platform for the international spread and dissemination of traditional Chinese medicine (TCM) culture. It is of great significance for the inheritance and development of TCM and the promotion of soft power of TCM culture to follow the development law of TCM and implement the international communication of TCM culture based on the platform of Confucius Institute. Confucius Institutes can actively build a platform for the dissemination and exchange of TCM culture by strengthening the strength of TCM teachers, effectively integrating into the “local”, and at the same time using the “TCM +” thinking concept to broaden resource channels and fully dig the universal value of TCM, so as to achieve a win-win situation between the Confucius Institute and the brand of TCM.

**[Keywords]** Confucius Institute; Chinese medicine culture; communication strategy

孔子学院作为中国对外教育传播的一个重要平台,建构了一种中医药文化传播的话语产生机制,搭建了一个在“全球人类命运共同体”框架下,代表中医药话语表达的一种教育合作和文化传播模式。如何利用孔子学院平台促进中医药文化的国际传播,激发海外民众对中医药的兴趣,增进世界对中医药

的了解和认同,助力中医药的国际传播事业,已成为摆在中医药人面前一项十分重要、紧迫的工作任务。

### 1 孔子学院发展情况

作为我国和国外机构联合在海外设立的跨国非营利性教育机构,孔子学院在进行汉语国际推广的

**[收稿日期]**2019-12-13

**[基金项目]**湖南省哲学社会科学项目(16JD53);湖南省教育厅科学研究项目(18C0383);湖南省教育厅教学改革研究项目(2019-402)。

**[作者简介]**胡以仁,女,博士,讲师,研究方向:中医药跨文化传播。

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

同时,更重要的是承担了传播中华文化和促进世界多元文化交流的使命。自2004年第一所孔子学院在韩国成立以来,以国际社会需求为导向,以自我主体发展为中心,孔子学院全球数量连年攀升,全球分布版图逐年扩大。截至2018年底,全球已有154个国家和地区建立了548所孔子学院和1193个中小学孔子课堂,各国孔子学院和课堂各类面授学员总数186万人,网络注册学员81万人,全年举办各类文化活动受众达1300万人次<sup>[1]</sup>。孔子学院版图的迅速扩张不仅适应我国大国崛起的需要,也主动顺应当前全球化多元文化碰撞交融的时代潮流,孔子学院已成为当前中华文化对外展示和传播的重要窗口。孔子学院覆盖率占全球230个国家和地区的66.9%。孔子学院的教师既有来自中方院校的公派教师和志愿者教师,也有因工作需要聘任的本土教师。近年来,由于中国综合国力的不断提高,全球汉学爱好者迅猛增长。

根据《孔子学院章程》,孔子学院除了开展汉语教学、汉语师资培训、提供汉语教学资源、开展汉语水平考试外,还提供中国教育、文化等信息咨询和开展中外语言文化交流活动。据孔子学院总部官方数据统计,孔子学院10余年来在开展教学和文化活动方面都进展迅速,取得了巨大成绩。

## 2 孔子学院承载中医药文化国际传播的价值

2008年全球首家中医孔子学院——英国伦敦中医孔子学院成立。经过10余年的发展,全球17所中医特色孔子学院发展轨迹已经遍及五大洲。在全球孔子学院发展的第2个10年,除了中医特色孔子学院,也有相当一部分孔子学院积极响应《孔子学院发展规划(2012—2020年)》中“坚持科学定位、突出特色”的号召,根据自身条件,主动适应,敏锐地捕捉到海外当地对于中医药的需求,围绕着“中医药”打造了自身的发展特色,将中医药文化传播融入到孔子学院的办学之中,使孔子学院成为中医药文化交流与合作的纽带、窗口和平台。

### 2.1 促进国际理解与国际合作

中医、西医属于截然不同的两种医学体系。中医学的理论构建注重整体观念,中医思维的核心是取象比类;西医学根植于古希腊文化,注重还原论分

析思维。基于孔子学院平台,以全球化意识和开放的思维,积极接纳新技术,促进新的生命科学理论融合到中医药文化当中,积极推进中医药跨文化传播,在跨文化的碰撞与交融、共性与差异中坚定中医药文化自信,让国际理解和国际合作在人类健康命运共同体构建中发挥价值引领的功能,这便是孔子学院承载中医药文化传播的最大价值所在。

### 2.2 培育中医药文化软实力,为我国文化软实力提升营造良好的国际环境

中医药文化是中华民族传统文化的精髓,中医诊疗术不仅疗效确切,其中更包含了中华民族“执中致和”的核心价值观,是国家软实力的重要体现。作为软实力的中医药文化,在传承过程中所形成的凝聚、吸引和动员的能力,就是中医药文化软实力。

在孔子学院的办学过程中坚持与各国加强在中医药政策、资源、民心 and 贸易上的沟通与交流,尊重“他者”,完善“自我”,不断深化交流与合作,努力构建一种“和而不同”的中医药文化。借助孔子学院平台,以中医药“和”文化精髓赢得世界各国的理解和认同,无论从孔子学院的办学理念还是现实需要及可行性来说,不仅可以助力孔子学院的特色化发展,还将为我国文化软实力提升营造良好的国际环境。

### 2.3 促进孔子学院的可持续发展

整体而言,当今孔子学院的发展呈现出整体性和多样性并存的双重特征,包括中医、武术、艺术、商务等特色的孔子学院目前已超过80所。孔子学院携手中医药走向世界,是响应时代号角和国家战略顺势而为的跨文化传播活动。基于孔子学院平台,站在国家中医药战略发展的高度,因地制宜,扎根本土,使中医药成为中国对外文化传播的新亮点,用中医药助力孔子学院的可持续发展,必将有助于实现孔子学院和中医药品牌的双赢。

## 3 孔子学院中医药文化传播的现状与问题

《中医药“一带一路”发展规划(2016—2020年)》和《关于促进中医药传承创新发展的意见》等政策的出台是孔子学院进行中医药文化传播强有力的后盾。在中医药跨文化传播的良好环境下,孔子学院总部不断抢抓机遇,快速布局。不少孔子学院将中

医药文化元素融入到办学之中,17所中医特色孔子学院也陆续建立,将中医药文化连点成线、由点及面向全世界推广。这些中医特色孔子学院围绕“中医药”打造了自身的发展特色,利用其丰富的国内合作院校教育资源,辐射并带动整个中医药文化国际传播事业的发展。本文以传播模式的5大要素(传播者、传播内容、传播方式、传播受众和传播效果)为分析框架,呈现孔子学院承载中医药文化国际传播的现状与问题。

### 3.1 传播者专业各异,中医素养参差不齐

孔子学院总部/国家汉办对于国家公派出国教师条件要求:(1)热爱祖国,理想信念坚定,热爱汉语国际推广事业,为人师表、爱岗敬业、诚信友善、有团队合作精神,组织纪律性强。(2)具有2年及以上教龄的国内高等院校在职教师、附属中小学教师(合同制教师须提供学校同意派出期间的聘用合同)。(3)大学本科及以上学历,汉语国际教育、中文、外语、教育等人文学科专业学习背景。年龄一般在55周岁(含)以下,身心健康。(4)普通话达到二级甲等(含)以上水平,能熟练使用英语或所在国语言,具有较强的汉语教学、中华文化传播和跨文化交际能力。有孔子学院总部/国家汉办汉语教师志愿者经历者优先。(5)符合国外教师岗位要求。孔子学院总部/国家汉办对于国家公派出国教师志愿者的条件要求:(1)具备良好的政治和业务素质,热爱祖国,志愿从事汉语国际推广工作,具有奉献精神,有较强的组织纪律性和团队协作精神,品行端正,无犯罪记录;(2)身体健康,具有良好的心理素质和适应能力;(3)掌握汉语、中华文化、当代中国国情和教学理论知识,具备较好的汉语教学实践能力、外语沟通能力和跨文化交际能力,具有中华才艺专长;(4)普通话达到二级甲等水平;英语达到大学英语四级以上水平;(5)年龄一般在22岁至50岁之间。确属工作必需的,年龄可适当放宽;(6)除满足以上基本条件之外,还需满足国别项目的要求;孔子学院志愿者岗位,同等条件下,优先从该孔子学院中方合作院校推荐的候选人中选拔。

无论是孔子学院公派教师还是教师志愿者,都对语言和汉语提出了较高的要求,但是并未对申请者的中医药专业领域文化素养做出明确要求。申请

者们可能确实具有较强的语言和跨文化交际能力,但缺乏中医药专业领域文化素养。目前国家汉办统一组织的教师志愿者选拔由综合素质测试(面试)、英语测试(面试)和心理测试(笔试)3部分构成,并未对从事海外中医药文化传播工作的公派教师和教师志愿者进行区别选拔和培训。孔子学院总部相关工作人员介绍,目前公派教师和教师志愿者大多来自中文、外语类专业,选拔条件高,流程相对标准。虽然目前中医药跨文化师资在孔子学院建设中存在大量缺口,但是有中医药专业背景的公派教师和教师志愿者每年报名人数较少,所以无法进行差异化选拔,更谈不上提高标准。

### 3.2 传播内容向规范化和学历化发展

对于海外市场而言,疗效便是中医药跨文化认同的根本。由于中医、西医理论特点、临床诊疗理念以及诊断方式等都相差甚远,早期孔子学院的中医药文化传播多以养生保健、临床调治等体验式文化为主要呈现形式和内容,如太极拳、针灸、推拿、刮痧疗法、拔罐疗法、汤药、中成药、敷贴、熏洗疗法、药膳等,学员通过亲身直观体验活动,初步感受中医药文化。

之后孔子学院总部每年为海外孔子学院举办“三巡”活动,包括文化巡讲、文艺巡演和教材巡展等,旨在向各国民众展示和推广中国优秀传统文化。随着海外“中医热”的不断升温,如今中医、太极拳、武术等已成为了“三巡”中备受关注的焦点。目前应全球受众需求,已有一部分孔子学院开设了中医课程,系统化地开展了中医药课堂教育,而孔子学院总部也快速布局,17所中医特色孔子学院在全球版图应运而生,为规范海外中医药特色教学和开展中医药文化特色诊疗活动提供技术及人力支撑,也为扩大中医药文化海外区域影响力保驾护航。如英国伦敦中医孔子学院与伦敦南岸大学社会关怀学院合作培养中医专业本科生和硕士研究生,澳大利亚皇家墨尔本理工大学中医孔子学院为本校中医学专业开设中医临床汉语等中医特色课程,美国奥古斯塔大学中医孔子学院将中医学、经络腧穴学等课程植入该校学分课程体系等。孔子学院的中医药教学活动和文化活动正由“散”“乱”向着规范化、学历化方向发展。

### 3.3 传播渠道多样,方式不断创新

孔子学院中医药文化传播的渠道多种多样,除了课堂教学、主题文化活动外,新媒体技术也推进了中医药文化的融合转化。笔者经访谈调研发现,很多孔子学院不仅利用现有的传统媒体(如孔子学院外方合作院校刊物和相关杂志)进行了中医药文化和教学工作的推广和宣传,还制作了多种多样的宣传手册和文化活动传单,积极发动孔子学院外方合作院校的职能部门和二级学院在学生群体中实时宣传。如联合外方合作院校的外事部门在各国的留学生群体中推广孔子学院中医药来华访学项目、中医药类短期进修项目、孔子学院文化活动安排表等;联合外方合作院校的学生工作部门面向全校学生进行中医药文化的科普和推广,为更多对中医药感兴趣的同学提供中医药学习资讯和深造机会;除了校内推广外,大部分孔子学院推广中医药文化还走出了校园,比如到一些公共场所(图书馆、火车站、社区等)进行了探索和实践。活动结束后更有相当一部分孔子学院利用新媒体,如微信公众号、脸书、推特等及时发布和分享中医药文化活动的消息和实况。

### 3.4 学员构成多样,传播受众需求不一

全球500余所孔子学院,地跨上百个国家,学员们有着不同的年龄、不同的基础,传播受众需求不一。不同的社会因素和各自的心理需求的差异导致海外受众对于了解、学习中医药的层次和动机不一样。

90%孔子学院采用中外大学共建的合作办学模式。虽然孔子学院身在大学校园,但是教育传播对象不全是大学生。以亚洲某孔子学院的187名学员为例(见表1),孔子学院学员年龄分布广泛,介于15~72岁之间。这些学员入学前身份各异,有学生、各类教师、公务员、各类职员、家庭主妇等。见表2。

学员各年龄区间都有,主要分布在15~30岁。与学员交流的过程中发现,不同年龄段、不同行

业的学员中医药学习的需求不同。一些西医医师希望将中医的理法方药应用到平时的医疗救治工作中;养生健康行业从业者,希望借鉴中医保健养生理念及方法,并根据境外的实际情况加以完善、推广;另外,有一些学员因为自身或亲友患病,在治疗过程中担心西药的不良反应,希望了解中医药理论知识,为自己与家人在养生保健治疗方面提供另一种选择方案。

### 3.5 传播效果评估机制有待健全

孔子学院中医药文化传播成效显著,每一个培养成熟的孔子学院学员都是一颗适于在当地土壤中生根发芽、茁壮成长的“种子”<sup>[2]</sup>,可以衍生为一个传播中心。目前各地孔子学院在中医药文化传播效果评估方面还未形成一套完整的体系,孔子学院总部也没有颁布专门针对中医孔子学院的评估章程,有些孔子学院在文化课程、讲座及文化活动结束之后会通过发放问卷的方式对传播的效果进行简单后测调查,但没有长期的调查机制。某些孔子学院甚至没有涉及这方面的工作。

## 4 促进孔子学院中医药文化国际传播的策略

### 4.1 强化中医药师资力量,提升传播水平

汉语教师和教师志愿者作为孔子学院中医药文化传播链上最基本的“把关人”<sup>[3]</sup>,他们选择“说什么”“怎么说”,直接影响中医药文化海外传播效果。如何将几千年的中医药文化和临床诊疗技术在海外发扬光大,对传播者的理念、思维、素养和技能提出了更高的要求。孔子学院中医药文化传播功能的实现有赖于具有较好中医药专业知识、同时汉语言基础较好的“一专多能”的双语跨文化传播复合型人才,所以从事中医药相关的汉语教师与教师志愿者的选拔与培训环节必须和其他类型的教师与教师志愿者做好区分,差异化的选拔和培训是十分必要的。

同时,在海外进行中医药文化传播过程亦是一个履行国际公共文化使命的过程。随着中国国力的

表1 亚洲某孔子学院187名学员年龄层次分布表

项目	年龄/岁										
	<15	15~17	18~20	21~25	26~30	31~35	36~40	41~45	46~55	56~60	>60
人数	9	25	37	37	18	14	13	9	11	10	4
比例/%	5.0	13.4	19.8	19.8	10.0	7.2	7.0	4.9	5.9	5.2	1.8

表2 亚洲某孔子学院187名学员入学前身份汇总表

项目	入学前身份				
	学生	各类教师	公务员	各类职员	家庭主妇
人数	99	34	26	13	15
比例/%	53	18	14	7	8

不断强大,国内外各类媒体对孔子学院的聚焦和关注与日俱增。国际社会对孔子学院“官方背景”和“政府色彩”的诟病,难以让海外民众心平气和地接受孔子学院。西方媒体对孔子学院的质疑和指责虽然是单方面的,但却能给公众造成一种先入为主的印象,致使孔子学院处于被动解释的地步。因此,在数字融合、信息风暴的全球化时代,注重孔子学院汉语教师与教师志愿者媒介素养的提升,在选拔和培训的过程中鼓励他们通过人际交往参与海外社会互动,提升他们与环境互动的能力,有利于汉语教师与教师志愿者今后在海外赴任期间更好地承担提高海外民众中医药文化素质、弘扬中医药文化的责任,也是孔子学院中医药文化国际传播事业发展的基石。

#### 4.2 积极搭建中医药文化传播与交流平台,有效融入“本土”

为实现更好的传播效果,各孔子学院须对所在地区的文化、教育、医学、法律体系认真研究的基础上,深耕市场,准确把握受众需求,深入开展各项活动,用高质量的中医药文化赢得海外受众的信赖,用心将孔子学院做出特色,做出品牌,全力以赴融入“本土”。

对于有条件开展中医专业和中医教学的中医特色孔子学院,可积极加强与所在国家和地区的高等院校的交流与合作,在符合当地政策法规的条件下,尝试将一部分中医课程植入到当地的高等院校的本科/研究生教学课程体系之中,促进海外高等院校大学生对于中医药观念的转变和文化认同。对于一些已经开设了中医、针灸专业的海外“本土中医”院校,孔子学院作为汉语国际推广的专门机构,应主动加强与其联系,将汉语融入到“本土中医”的教育之中。对于暂时没有条件开展中医专业和中医教学的孔子学院,应抓住机遇,勇敢做中医药走向世界的先锋。一方面积极争取孔子学院总部中医药师资的支持,另一方面加强与中医特色孔子学院中方合作院校工

作联盟和区域孔子学院的交流与沟通,做好中医药文化活动方案,定期举办形式多样的系列中医药文化文化活动,向所在国家和地区传播中医药文化。

#### 4.3 借力“中医+”思维理念,拓宽资源渠道

“中医+”思维<sup>[4]</sup>是在以中医药学科为核心的基础上,与现代科学技术深度融合,多角度、全方位调集、整合一切中医药学科内部和其他领域的资源力量,打破传统的学科壁垒,开拓创新地推动中医药行业实现创造性转化、创新性发展。将“中医+”思维融入孔子学院发展之中,力求中医药文化传播有广度、有深度、有准度。

孔子学院以中外合作办学的形式“嵌入”海外本土,既是教学实体,又是文化中心,还是面向中外各界开放的“会客厅”。在海外中医药文化传播路上,不仅面临海外“需求端”的压力和挑战,还要争取国内“供给链”的完整与适应。

一方面,孔子学院总部须协同国家中医药管理局、教育部、商务部、文化部等相关部门加强和完善孔子学院中医药文化传播的顶层设计,从政策、资金、人才等多方面获取国家层面扶持“中医药走出去”的战略支持。另一方面,各孔子学院在中医药文化传播之路上也要主动作为,秉持合作共赢理念,复制和创新部分孔子学院在中医药传播方面的优良做法,拓展区域合作,扩大共享范围,创新共享机制,拓展共享深度,在某种程度上形成更加稳定的中医药文化传播的公共空间,或如传播学者施拉姆所说的“共同经验范围”<sup>[5]</sup>,实现区域和国别的中医药互联互通和资源共享。除了通过开展中医药文博会展、休闲养生、赴华游学活动,使更多的海外人士有机会接触中医药膳、针灸、气功、武术等项目外,可尝试将中医药医疗健康服务与教育培训、旅游产业等多学科、多领域跨界融合,通过中医特色诊疗体验实实在在的疗效,培养更多潜在的未来中医药海外意见领袖。相信在了解中医、体验中医、受惠中医之后,一个个海外中医药的“种子”便开始萌芽生长,经过时间的沉淀后必然会长成“参天大树”。

#### 4.4 挖掘中医药的普世价值,实现品牌效应

在全世界人类崇尚健康和绿色医疗的今天,兼具人文价值和科学价值的中医药文化是孔子学院开拓国际市场的利器。在帮助西方人接受和理解中医

药文化过程中,孔子学院需主动作为,在传播中医药文化过程中特别要注重挖掘中医药文化的普世价值。中医药在这场2020年席卷全中国乃至全世界的新新型冠状病毒肺炎疫情中与各国分享经验,并提供中医药支援,彰显了中医药文化独特魅力,给人类健康带来福祉,为全球赢得窗口期作出了贡献。在我校派出的韩国圆光大学孔子学院中方院长的带领下,中、韩双方老师们通力合作,第一时间推广中医药防治新型冠状病毒肺炎疫情方面的经验,收集整理了中国国家卫生健康委员会、国家中医药管理局、各省级行政区在国内疫情防控阻击战中效果良好的中药方剂、中成药和传统方剂,药膳食疗和中医传统保健功法等,编制了中韩双语版的《新型冠状病毒肺炎(COVID-19)中药防治方剂集锦》一书,为危难中的友邻韩国注入了温暖和希望,极大鼓舞了韩国民众战胜疫情的信心,体现了孔子学院作为文化交流使者的担当与作为。中医药在抗击疫情的疗效和实践充分证明了中医药文化生命力,历久弥新,值得保护、传承和发扬。

在承认不同国家或地区孔子学院差异性的基础上,用贴合当地民众需求的表述方式,充分挖掘中医药文化的普世价值,使中医药健康养生文化与现代理念和科学技术紧密结合,不断探索、优化中医药文化国际传播途径,用中医药助力孔子学院的特色化发展,使中医药成为中国对外文化传播的新亮点,必将有助于实现孔子学院和中医药品牌的双赢。

#### 4.5 建立质量评估标准,确保中医药文化传播质量

为确保中医药文化传播质量,孔子学院总部可以考虑定期对各孔子学院中医药文化传播工作进行考核评估,促进孔子学院中医药文化传播规范化、优良化发展。作为全球孔子学院的最高管理机构,孔子学院总部可牵头组织一批在中医药跨文化传播领

域经验丰富的专家为孔子学院量身打造一套《孔子学院中医药文化传播评价指标体系》,定期对各孔子学院中医药文化传播工作进行考核,其宗旨和目的在于:坚持以规范引领为主,结合考核评估,通过考核评估,发现部分优秀孔子学院的传播过程的亮点,进行示范推广,从而规范孔子学院中医药文化传播工作,使中医药文化通过孔子学院平台更好地造福世界民众。对在中医药文化推广还存在薄弱环节的孔子学院加强指导、精准帮扶、督促改善。另外,评估体系的制定也有利于各孔子学院对照评估体系查找中医药文化传播工作中的突出问题,有针对性地改善薄弱环节,改进提高。

## 5 结语

借助孔子学院平台,推进中医药跨文化传播,响应了当前习近平总书记对中医药工作作出的八字重要指示精神——传承精华,守正创新。这八字纲领既是全体中医药人的指路明灯,又是根本准则。针对孔子学院如何布局“一带一路中医药文化传播”,我国政府、中医行业组织、孔子学院总部、各孔子学院以及专家学者等应加强沟通,通力合作,将孔子学院承载中医药文化传播工作向前推进。

## 参考文献

- [1] 易中文.孔子学院2016年度发展报告,现在到底有多少孔院?海外有多少人在学中文?[EB/OL].(2016-05-02)[2020-03-12].[https://www.sohu.com/a/137718620\\_308102](https://www.sohu.com/a/137718620_308102).
- [2] 严喧喧.中医药跨文化传通 英国地区的人类学考察和传播学分析[M].北京:中国中医药出版社,2018.
- [3] 南国农,李运林.教育传播学[M].北京:高等教育出版社,2005.
- [4] 何清湖,孙相如,陈小平,等.“中医+”思维的提出及其现实意义探讨[J].中华中医药杂志,2016,31(7):2472-2475.
- [5] 威尔伯·施拉姆.传播学概论[M].北京:新华出版社,1984:47.

(本文编辑 贺慧娥)