

本文引用:胡以仁,张宇婧,解茂芝,陈小平,严暄暄,何清湖.基于SWOT分析的中医药跨文化传播能力提升路径探析[J].湖南中医药大学学报,2021,41(4):645-648.

# 基于SWOT分析的中医药跨文化传播能力提升路径探析

胡以仁<sup>1</sup>,张宇婧<sup>1</sup>,解茂芝<sup>1</sup>,陈小平<sup>1</sup>,严暄暄<sup>1</sup>,何清湖<sup>1,2\*</sup>

(1.湖南中医药大学,湖南长沙410208;2.湖南医药学院,湖南怀化418000)

**[摘要]** 中医药跨文化传播是一个复杂而动态的系统。基于优势(S)、劣势(W)、机会(O)、威胁(T)分析(SWOT分析)发现,当前的中医药跨文化传播具有中医药理论体系完整、临床疗效确切等优势,亦存在东西方文化差异、中医药国际标准规范欠缺等劣势;既适逢国家对中医药“一带一路”事业发展的重视与扶持、信息化背景下新媒体成长迅速等有利发展机遇,也面临西方文化中心论、现代科学霸权主义等诸多挑战。为了提升中医药跨文化传播能力,提出SO、ST、WO、WT 4种分析路径。从SO路径出发,深化政府间交流与合作,医带教研,整合资源;从ST路径出发,深耕市场,因地制宜;从WO路径出发,主动承担制定中医药国际标准和规范的重任;从WT路径出发,应掌握中医药文化传播中的主动权,减少劣势,降低威胁。

**[关键词]** SWOT分析;中医药;跨文化传播

**[中图分类号]** R2;G2

**[文献标志码]** A

**[文章编号]** doi:10.3969/j.issn.1674-070X.2021.04.027

## Exploring the Path of Improving the Cross-cultural Communication Ability of Chinese Medicine Based on SWOT Analysis

HU Yiren<sup>1</sup>, ZHANG Yujing<sup>1</sup>, XIE Maozhi<sup>1</sup>, CHEN Xiaoping<sup>1</sup>, YAN Xuanxuan<sup>1</sup>, HE Qinghu<sup>1,2\*</sup>

(1. Hunan University of Chinese Medicine, Changsha, Hunan 410208, China; 2. Hunan University of Medicine, Huaihua, Hunan 418000, China)

**[Abstract]** The cross-cultural communication of Chinese medicine is a complex and dynamic system. Based on the strength (S), weakness (W), opportunity (O) and threat (T) analysis (SWOT analysis), the current cross-cultural communication of Chinese medicine has not only the advantages of a complete theoretical system of Chinese medicine and definite clinical efficacy, but also disadvantages such as cultural differences between east and west, the lack of international standards, etc. As cross-cultural communication of Chinese medicine, not only coincides with the opportunities of Chinese government's emphasis and support for the Belt and Road cause of Chinese medicine and the rapid growth of new media under the background of informationization, but also faces many challenges such as western cultural center theory and modern scientific hegemonism. In order to improve the cross-cultural communication ability of Chinese medicine, four analytical paths are proposed: SO, ST, WO and WT. Starting from the SO path, deepening intergovernmental communication and cooperation, leading medical teaching and research, integrating resources; from the ST path, deeply cultivating the market and adapting the methods to local conditions; from the WO path, taking the responsibility to formulate international standards and norms of Chinese medicine; from the WT path, taking the initiative in the dissemination of Chinese medicine culture in our own hands, reducing disadvantages and threats.

**[Keywords]** SWOT analysis; traditional Chinese medicine; cross-cultural communication

**[收稿日期]** 2019-11-20

**[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,E-mail:hqh19651111@163.com。

目前,中医药传播到183个国家和地区,中国同外国政府、地区主管机构和国际组织签署了86个中医药合作协议<sup>[1]</sup>。据世界卫生组织统计,中医先后在29个国家和地区以政府立法形式得到承认,18个国家和地区将中医药纳入医疗保险。世界上约有160个国家和地区开展了中医药教育,中医药教育机构近700家<sup>[2]</sup>。

尽管中医药已经走出国门并影响世界,但仍难以全方位进入国际医药的主流市场,主要表现在以下几个方面:中医药在全球的规范管理与立法工作举步维艰;中医不能海外行“医”,中药出国后只能作为“保健品”销售;中医药的使用无法进入海外医疗保险体系等等。在当前全球化背景下,布局“中医药一带一路文化传播”,使富有民族气息、兼具人文和科学的双重属性中医药文化在国际舞台上“光彩再现”是全体中医药人的使命。

## 1 SWOT分析与中医药跨文化传播

### 1.1 SWOT分析模型

SWOT分析法即态势分析法,由美国旧金山大学管理学教授韦里克提出,此法常被用于战略制定、竞争对手分析等领域。SWOT 4个英文字母分别代表:优势(strength)、劣势(weakness)、机会(opportunity)、威胁(threat)<sup>[3]</sup>。

在全球化浪潮的背景下,中医药跨文化传播是否能得到国际社会的广泛认可取决于两个方面的因素:来自于中医药本身的发展及来自于外部环境。本文通过调查将与中医药跨文化传播密切相关的各种主要内部优势、劣势和外部的机会和威胁等列举出来,并依照矩阵形式排列,用系统分析的思想,把各种因素相互匹配起来加以分析,初步制定出4种科学的战略决策。见表1、图1。

### 1.2 中医药跨文化传播的SWOT分析

1.2.1 主要优势(strength) (1)中医药理论体系完整。中医受中国古代哲学思想深刻影响,在整体观念指导下,以脏腑、经络为理论核心,以辨证论治为诊疗特点,理、法、方、药系统完备。(2)中医疗效确切,通过临床实践检验了中医药的科学性。千百年

表1 中医药跨文化传播SWOT策略

因素	分类	内容
内部环境	优势	1.中医药理论体系完整 2.临床疗效确切
	劣势	1.东西方文化差异 2.中医药标准规范缺失
外部环境	机会	1.国家对中医药事业发展的重视与扶持 2.信息网络等现代技术、新媒体的发展 3.中医简、便、廉、验特色
	威胁	1.西方文化中心论 2.现代科学霸权主义

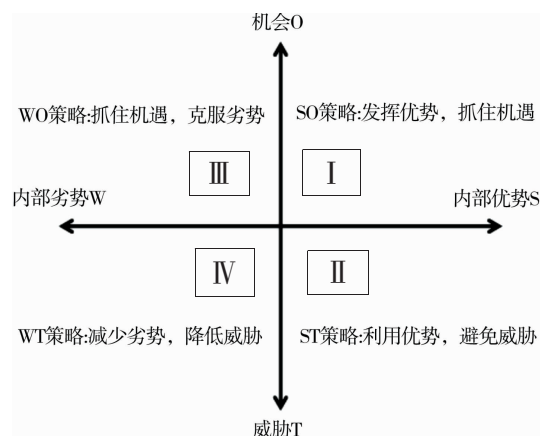


图1 中医药跨文化传播SWOT策略

来,为炎黄子孙生存和繁衍过程中防病、治病作出了巨大贡献。(3)与西药相比,中医天然化的用药取向具有简、便、廉、验,毒副作用低等独特优势。阴阳二道,四时之变,五行之用,一缕药香,一根银针,一柱艾绒,跨越古今。

1.2.2 主要劣势(weakness) 中、西医文化差异巨大,是“两股道上跑的车”<sup>[4]</sup>。(1)在对外翻译上容易受到文化限制,许多翻译常似是而非,中医药名词术语有待进一步规范化。比如“毒”译作“toxin”(毒素),中医的语义内涵就无法对外传递。(2)中医药国际标准缺乏,导致中医药文化国际传播陷于被动。首先是中医诊疗、护理、医技工作过程的技术常规有待进一步系统化、规范化;再者,中药的种植、加工和炮制标准,遭遇国际上各国技术壁垒众多。

1.2.3 主要发展机会(opportunity) (1)近年来在国家《中医药“一带一路”发展规划(2016-2020年)》<sup>[5]</sup>《关于促进中医药传承创新发展的意见》<sup>[6]</sup>等一系列中医药利好政策引领下,中医药迎来了新的发展机

遇,被频繁纳入中外政府高层会谈议题,成为国家层面合作的重要领域。2016年《中医药法》<sup>[7]</sup>的正式颁布为依法传承、传播和发展中医药开出了良方。(2)信息科学技术迅猛发展,中医药数字新媒体形态日趋丰富多元,手段也越来越先进。“互联网+”中医药跨文化传播已是大势所趋。(3)随着人们健康观念变化,医源性和药源性疾病困扰着世界人民,绿色健康的中医药在国际上日益升温。

1.2.4 主要威胁(threat) (1)西方文化中心论。鸦片战争惨败之后的一个多世纪,随着“西学东渐”,西方文化一度凌驾于中华传统文化之上,中医被扣上了“伪科学”的帽子,甚至被部分国内外民众怀疑和排斥。(2)现代科学霸权主义。新文化运动后,在传统文化失落和科学主义语境下,现代科学被贴上了“逻辑推理”“数学描述”和“实验验证”三大标签,在近现代中国达到了“几乎全国一致的崇信”。然而,中医学本身并不属于现代线性科学,而是一门实践科学。面对现代科学霸权主义的挑战,中医药跨文化传播征途长路漫漫。

## 2 中医药跨文化传播能力提升路径

### 2.1 发挥优势,抓住机遇(SO策略)

首先,深化政府间的交流与合作,营造有利于中医药传播的国际环境。在中医药医疗服务方面,做好与“一带一路”沿线国家(地区)政府有关中医药发展计划的衔接与沟通。以中医医疗开道,推广中医药“治未病”等先进理念,把中医药跨文化传播区域连点成线、由点及面。

其次,总结和吸取历代中医有价值的学术思想和临床实践经验,充分发挥中医药科研的特色与优势,在全球化时代背景下与海外著名医学科研机构协同开展“理、法、方、药、靶、效”的一体化创新研究,用中外联合攻关的中医药临床科研数据提升中医药跨文化传播能力。

同时,由于中医药文化走向国际是一个宏观而系统的工程,需要在政府的宏观整体部署下,建立多

部门多元互助、协作管理的机制,整合资源,形成“中医+”<sup>[8]</sup>的国际传播战略新格局。

### 2.2 利用优势,避免威胁(ST策略)

中医药文化国际传播需要科学传播,传播过程需要重视双方灵活的交流互动,增强自身的吸引力,而不是让海外受众被动地接受<sup>[9]</sup>。在中医药国际化过程中,充分了解并尊重海外当地文化、教育、医学、法律体系,深耕市场,准确把握受众需求,探求双方中医药文化传播的切入点十分重要:(1)对于与中国有着文化同质性或相近性的日本、韩国、印度、阿拉伯文化圈,中医药发展有历史、文化、民众基础,中医药跨文化传播可通过与其民族医学加强交流的方式,增进当地民众对中医药文化的了解和认同,携手共赢;(2)对于与中国具有良好的政治合作和医疗合作基础的非洲文化圈,其政局不稳、经济落后,可考虑在传统医药保健领域通过派驻援非医疗队定期支援等等。

再者,我国主导的中医相关行业组织应协同海外相关中医行业组织在中医药跨文化传播过程中发挥监管、规范及协调作用,尽快完善相关政策,包括制定法律、法规保障医药企业合法宣传的权益,打击海外相关不当的中医药宣传的行为等等。

### 2.3 抓住机遇,克服劣势(WO策略)

中医药跨文化传播要想做到“传播通畅”,中国应主动承担制定中医药国际标准和规范的重任,争取国际上中医药文化传播和贸易流通的主动权,积极消除海外的障碍和壁垒,在中医药文化国际传播阵营中抢占高地。具体来说,可从以下几方面着手:(1)加强与世界卫生组织、国际标准化组织、联合国教科文组织等的联系,增强国际组织对中医药的理解,稳步提升中医药的国际地位;(2)基于中医行业组织,从中医药术语、信息、诊疗技术、设备等多个方面,组织、协同世界各地中医药专家,加强与各国在中医药医疗、保健、科研、教育、产业、文化等方面的

学术交流与合作,逐步建立被国际社会普遍认可的中医药标准规范,逐步掌握中医药的主导权。

#### 2.4 减少劣势,降低威胁(WT策略)

中医药文化海外传播横跨了教育、医疗、文化、外交、商务等多个领域,其持续健康的发展需要动员各方力量,多维度、深层次探索中医药文化国际传播规律,分工协作,互相依赖、相互配合。(1)科学、合理规划海外传播网点布局与任务设置,争取政府及国、内外中医行业智库支持,及时满足中医药文化国际传播中教学师资、医疗人员以及教材资源等方面的需求。(2)不断提升中医药跨文化传播者的媒介素养。充分挖掘中医药相关的议题,加强与海外华文媒体、当地主流媒体的沟通,争取得到海内外媒体的积极解读和正面传播。在面对国际社会的无端质疑和指责时,及时正当发声,阐述事实,表达自我,为事件提供不同的角度。(3)充分利用丰富、多元的中医药数字新媒体,积极、主动消融中、西医文化冲突。多平台传播中医药文化,消解西方国家故意曲解、妖魔化中国的意图,维护中医药品牌形象。

### 3 结语

着眼于人类健康的共同需求,当前中医药跨文化传播事业方兴未艾。通过运用SWOT分析法了解

中医药跨文化传播当前的发展状态,能够发挥优势抓住机遇、利用优势避免威胁、抓住机遇克服劣势、减少劣势降低威胁等策略,谋求中医药跨文化传播工作提质增效跨越式发展。

#### 参考文献

- [1] 冯雅婷,陈小平,严喧喧.近年来“一带一路”战略与中医药国际化发展相关文献述评[J].世界科学技术-中医药现代化,2017,19(6):970-976.
- [2] 张宗明.中医药文化是中华文化“走出去”的先锋[J].南京中医药大学学报(社会科学版),2020,21(2):71-77.
- [3] 黄 辉,高昭昇,庾钰祥,等.利用区域卫生信息平台开展网络健康传播的SWOT分析[J].中国健康教育,2014,30(6):569-572.
- [4] 祝世讷.中医文化的复兴[M].南京:南京出版社,2013:116.
- [5] 国家中医药管理局、国家发展和改革委员会发布《中医药“一带一路”发展规划(2016—2020年)》[J].中医杂志,2017,58(4):296.
- [6] 黄 蓓.中共中央国务院印发《关于促进中医药传承创新发展的意见》[J].中医药管理杂志,2019,27(21):191.
- [7] 李金平.《中医药法》开启中医药发展新篇章[J].中国医药指南,2017,15(24):191-192.
- [8] 张冀东,刘 琦,叶培汉,等.基于“中医+”思维促进中医治未病学术的传承与创新[J].湖南中医药大学学报,2017,37(2):133-136.
- [9] 王浩洁.中西文化传播的双向互动与文化转型研究[J].决策探索(下半月),2017(6):69-70.

(本文编辑 禹纯顺)