

中医文化传播的现代语境(三) 新媒体*

严璐¹,冯雅婷^{2,3},严暄暄^{1,3**},何清湖^{1**}

(1. 湖南中医药大学中医学院 长沙 410208; 2. 湖南中医药大学人文社科学院
长沙 410208; 3. 湖南中医药文化研究基地 长沙 410208)

摘要:新媒体时代,传统中医文化在这一全新的媒介环境中必然面临新的机遇与挑战。本文通过对现代语境下新媒体在中医文化传播普及中的传播渠道、传播内容和营运等现状进行梳理,分析现代语境下新媒体的兴起与发展为中医文化传播创造的诸多机遇和利好,同时也揭示了新媒体给中医文化传播带来的诸如信息污染、版权等问题。

关键词:中医文化 传播 现代语境 新媒体

doi:10.11842/wst.2018.01.015 中图分类号:G20 文献标识码:A

国家中医药管理局在《关于加强中医药文化建设的指导意见》中指出:“中医药文化是中医药学的根基和灵魂,是中医药事业持续发展的内在动力^[1]。新媒体因其普及性、便捷性以及强大的个人信息采集和自动感的能力,为中医文化传播提供了理想的平台。但不可忽视的是,传统的中医文化在新媒体这一全新的媒介语境中必然面临新的机遇与挑战。本文对现代语境下新媒体在中医文化传播普及中的传播渠道、传播内容和营运等现状进行梳理,分析现代语境下新媒体的兴起与发展为中医文化传播创造的诸多机遇和利好,同时也揭示新媒体给中医文化传播带来的诸如信息污染、营销及版权等问题。

1 中医文化现代传播的语境——新媒体时代

1.1 新媒体简介

1.1.1 新媒体的内涵

近年来,随着手机互联网、微博、移动app等的普及和推广,“新媒体”被人们所熟知。新媒体是指在新

技术基础上,依托移动互联、大数据等延伸出来的各种媒体形式^[2]。区别于传统媒体,新媒体有其特有的传播特征:一、信息共享的主动化,受众在共享信息效率暴增的同时成本大幅降低,且在接收信息与传播信息中选择更为自主;二、传播信息的快速化,信息传播突破了时间和空间的限制,做到了即时即刻的信息共享;三、传播信息的多元化,即时信息共享不再局限于声音、文字等,而变为文本、音频、图片、影像等多媒体信息;四、高度互动化,几乎所有的新媒体传播平台上,信息传播者和受众之间都能做到信息互享及沟通交流;五、信息共享的全球化,信息的发布与流传不再局限于某个国家、某个地区,信息共享将全球链接成地球村。

1.1.2 新媒体的兴起

互联网链接多种多媒体形式,成为信息交互的重要平台,也为中医文化的跨越式发展提供了良机。根据《中国互联网络发展状况统计报告》,截至2017年6月,我国手机网民规模达7.24亿^[3]。如此庞大的人口基数使得互联网,尤其是手机互联网成为中医文化传播的重要途径。中医文化的产品也不再局限于纸质文字或广播电视等传统媒体,而是以更加丰富的视

收稿日期:2018-01-05

修回日期:2018-01-27

* 中国工程院咨询研究项目(2017-ZD-06):新形势下我国中医药事业发展策略研究,子课题:理论发掘与人才培养,负责人:胡镜清;国家教育部人文社会科学研究项目(13YJCZH220):中医药跨文化传递——英国地区的人类学考察和传播学分析,负责人:严暄暄;湖南省哲学社会科学基金(12JD57):中英两国中医形态的比较人类学研究,负责人:严暄暄。

** 通讯作者:何清湖,教授,博士研究生导师,主要研究方向:中医文化传播、中医亚健康学;;严暄暄,讲师,主要研究方向:中医药跨文化传播、中医文化人类学研究。

听节目、图文资料等新媒体平台为依托,通过手机APP、微信、微博、QQ、Facebook、Twitter等社交媒体,以及公交电视、多媒体广告屏、电台广播、电子刊物等不同渠道进行快速推进和传播。这种低成本高自由度传播模式更加符合现代人的信息接收和阅读习惯。

1.2 新媒体时代下中医文化传播应用现状

1.2.1 中医文化在新媒体平台的传播渠道现状

目前,以新媒体为手段的中医文化传播已经进入新的发展阶段。此外,国家促进广播电视网、电信网以及互联网三大网络的融合措施,使传播手段不再单一^[4]。博客和微博(简称“两博”)因其草根性、即时通讯及裂变式传播等特点成了中医文化的重要传播手段,罗大伦、董洪涛、冯界之、肖相如等著名中医专家迅速吸引一批“粉丝”,获得极大的信息关注量。以智能手机、平板电脑等为下载终端的即时通讯工具如微信已经完全渗透到人们的日常生活当中,实现了传播者与接收者之间的一对一、一对多或点对点以碎片的形式串联中医文化知识点进行传播。各类实用性强且有特色的中医文化传播类的手机客户端如“小儿推拿”“中医思维+”也深得百姓喜爱,成为传播中医文化的重要渠道之一。

1.2.2 中医文化在新媒体平台的传播内容现状

新媒体在传播中医文化的过程中,不但介绍了中医理论知识、传统中医治疗养生方法,还经常引用中医学专家对中医理论的详细讲解及分析^[5]。为了配合市场需求,很多中医药移动应用(APP)均囊括了2点及以上中医文化内容,如冬日中医APP、大家中医APP、妙手中医APP等均通过提供海量的中医药理论知识以及养生保健服务,以优质的服务与质量吸引民众。

1.2.3 相关中医文化新媒体平台营运现状

伴随着微信的日益成熟,各公立三甲中医院更加重视微信公众号的开通,阅读量和点赞数也逐年攀升,说明医院逐步增加对新媒体的认识,丰富了宣传推广的手段^[6]。研究发现,很多中医文化的公众号如“厚朴中医”超过几十万的用户,这超越了传统媒体几年的发行量^[7]。“中医书友会、经方、徐文兵”等微信公众号每日更新阅读量多至2万余人,这些公众号更新快、阅读量大、运营良好,使得中医药理论得以持续的传播,培养了大批中医“粉丝”。

1.3 新媒体时代为中医文化传播带来的机遇

1.3.1 新媒体拓宽了中医文化的传播渠道

新媒体传播渠道的多样化,极大地丰富了中医文

化传播的媒介形式和手段,冲破和改善了以往传统媒体在传播时互动性和时空上的局限性^[8]。不再像传统媒体一样固定在某个时间、某个地点进行传播,尤其对报纸等纸质类传播手段而言,此类传统媒体在传播信息时,它们的发行量、影响力等都无法突破地域以及时间的限制。而新媒体时代的到来,则从根本上解决了这一问题,人们可根据自身需求在各类网页、视频客户端、微博、微信公众号等随时关注所需要的中医文化知识。

1.3.2 新媒体扩大了中医文化传播的受众面

新媒体时代不仅为中医文化开辟了新的传播路径与传播渠道,同时也为其扩大受众覆盖面寻得了新的突破口。目前,国内大多数中医文化类报纸、杂志期刊等纷纷开设了自己的门户网站、微博、微信等传播平台,此举措使受众有了重新选择的机会,相较于传统媒体,新媒体带来的便利性使得这一部分人转变为受众^[9]。中医文化借助于新媒体扩大受众面的另一个有效途径是由于它的互动性,新媒体双向交流的传播模式弥补了传统媒体单向传播而导致互动性不足的缺陷。同时,频繁的互动交流作用有助于增强受众对该媒体的忠诚度^[10]。

1.3.3 新媒体提升了中医药理论的传播效果

媒介的传播效果指的是媒介所传播的信息对受众的思想、态度和行为所产生的实际影响^[11]。新媒体把音频、动画、文字等效果与中医文化传播相结合,揭开了中医文化神秘面纱的一面,还增强了中医文化对广大互联网受众的吸引力和感染力,尤其是80、90后新青年会更青睐这种数字化传播^[12]。

2 新媒体语境下中医文化传播的重点问题

2.1 新媒体语境下中医文化传播的适应性问题

2.1.1 中医文化理论对新媒体语境的适应

中医药理论知识大都以文言文和繁体字形式记载,传统文化色彩浓厚,造成了现代公众理解和传承中医药理论的隔阂。因此,当前形式下需转换一种“语言”来传播中医药理论。如何将中医药理论转化为适当碎片化的知识点且不失整体性,如何创新转化为现代白话表述且保持准确性,使之更加符合现代人的信息接收和阅读习惯,这是亟需摸索解决的问题。

2.1.2 业界人士对新媒体语境的适应

新媒体时代是一个媒体融合的时代,它不仅对中

医文化的传统传播媒体提出了挑战和重新定位,更使传播者自身面临着对传播能力的重新调适^[13]。新媒体的崛起给信息传播带来的挑战对当下的中医药理论传播者自身素养提出了更高的要求,传播者不仅要在中医文化上下功夫,更要掌握多样化、跨媒体化的传播技巧。

2.2 新媒体语境下中医药文化信息污染问题

在新媒体的技术支持下,中医文化信息实现了高速流通,但随之而来,也出现了中医文化信息虚假化、污秽化、污垢化等问题,表现为中医文化信息良莠不齐、泛娱乐化、偏方泛滥、造神行销,出现虚假中医药理论信息等^[14]。因新媒体传播者和监管者专业知识不足或监管不严,易导致中医文化信息泛滥,从而混淆了受众对中医文化信息真假伪劣的判断力。受众身处中医文化信息海洋,但是其信息吸收利用率不升反降,导致中医文化在传播过程中不断受质疑。从这方面来讲,新媒体主导下的中医文化信息生产和传播过程中的不确定性风险远比传统媒体大的多。

2.3 新媒体语境下中医文化营销及版权问题

新媒体语境下传播中医文化的出发点有两种,一种是非盈利性的,仅宣传、科普中医理论文化,从而获得影响力;另一种是盈利性的,通过点击量或推广出售某养生保健品,提供中医针灸推拿等服务来赚取利润。无论出于什么目的,新媒体传播中版权问题应得到重视。一方面,大部分历史性中医药理论著作的中医药专利和知识产权处于空白保护地带^[15];另一方面,在新媒体和数字技术快速发展的今天,任何具备一定技术条件的人均能通过网络将流传中的中医文化信息进行剽窃、抄袭、拼凑,为己谋利,甚至将未经授权刚刚问世的作品数字化流通。目前,为数不少涉及中医药书籍的软件或新媒体内容,取材往往是网络搜索的电子书籍,难以保证其质量。这些做法既造成了中医文化信息污染,也侵犯了原作者的版权。因此,解决好中医文化信息的相关版权问题是中医文化传播过程中的当务之急。

3 充分适应和利用新媒体语境,促进中医文化传播

3.1 新媒体语境下中医文化传播的重点任务

3.1.1 整合资源

目前中医文化的传播仍局限于碎片化传播,使“互联网+中医药”并没有很好的深度结合^[16]。因此,一是

需要专门研究在现代语境下中医药学传承传播的规律,这样才有一个行而上的体系指导;二是中医文化的传播必须有中华优秀传统文化背景作支撑,才能保持中医药整个理论体系的稳定性、完整性和延续性。

3.1.2 内容创新

在新媒体语境下中医文化的传播过程中,传播内容是最主要、最核心的传播因素,传播者应保持“发皇古义、融会新知”的心态将中医文化、现代人生活习性和新媒体数字技术结合起来进行传播,做到深入浅出,精准通俗。

3.2 新媒体语境下中医文化传播的保障条件

3.2.1 政策规范

第一,政府应发挥领导作用,以卫生行政机构牵头中医药科研与临床、传播与媒体、公共卫生机构、产业、学校等不同机构,分工协作,共同促进中医药文化在新媒体语境传播的可持续发展;第二,政府应执行立法者角色,完善中医行政法规建设,契合需求制定具体条例,例如修订《中医药文化传播条例》;第三,政府机构应加大执法监管力度,明确中医药文化运营当中的执法主体、权威机构,制定规范,明确责任,加大处罚力度,努力整顿流通信息的准确性。

3.2.2 经费支持

建议采取政府支持,多方共建的模式。可由政府搭台,加大对中医科学传播经费的投入;与中医药企业取得合作,获得资金赞助,发挥传播功能;鼓励民间组织自发融资,灵活快捷地在监管下进入传播系统。

3.2.3 人才培养

建议多学科融合,培养“中医+传媒传播”复合型人才。号召各层次中医院校设立和完善中医文化和信息技术等交叉专业,同时对中医药相关专业学生、中医执业人员普及互联网知识和技术,提高新媒体技能。

3.2.4 管理

第一,加强“自律”和“他律”。一方面,号召中医药理论新媒体要有法制观念和社会责任感,传播科学、实用、有益的内容,保持严肃客观的态度;另一方面,设立“把关人”机构,监管“伪中医”,加大立法和惩罚力度,肃清信息污染。第二,保护中医药知识产权和版权。鼓励原创,不擅自抄袭甚至窃取他人成果,引用和转载遵循通行学术规范。第三,鼓励塑造品牌。运营主体需要转变传播意识和服务意识,在充分调查需求的前提下,传播对象精准化,提高传播信息供给质量,鼓励

建立权威化和特色化的新媒体平台。

4 结语

2016年9月,全国中医药学术新媒体联盟在北京成立,联盟旨在进一步整合互联网新媒体平台资源和

学术界优秀资源,形成中医药新媒体传播矩阵,更好地推动中医药文化的传播传承和中医药事业的发展^[7]。在全民健康和新媒体火速发展的浪潮中,希望中医文化能够以全民健康为目标,依托新媒体平台,科学、规范、合理的传播与发展,从而造福国家与人民。

参考文献

- 1 国家中医药管理局. 关于加强中医药文化建设的指导意见. 中国中医药报, 2011-12-29(3).
- 2 陈锦宣. “新媒体”的定义及其内涵探析. 产业与科技论坛, 2011(7): 28-29.
- 3 陈昕. 中国网民数量已达 7.51. http://cq.ifeng.com/a/20170806/5888929_0.shtml, 2017-08-06.
- 4 王新梦. 以媒介生态学角度看新媒体的发展趋势. 商情, 2014(10): 125-126.
- 5 佚名. 新媒体助力中医传承中华中医药学会和中医在线启动战略合作. 中医药导报, 2016(20): 25-25.
- 6 茅晓风, 张剑平. “微”时代, 医院“微”宣传平台运用的实践与思考. 江苏中医药, 2015, 47(6): 68-71.
- 7 罗会斌. 中医数字化的美好时代. 国学国医岳麓论坛, 2011.
- 8 何裕民. 媒介革命中医学传播窘境及其对策. 医学与哲学, 2015 (9): 86-89.
- 9 单家银, 杨建军, 胡亚飞, 等. 中医药文化传播, 挑战与对策. 中国健康教育与健康促进大会, 2015.
- 10 黄海琨. 浅论新媒体时代的模式革新. 传播与版权, 2014(2): 102-103.
- 11 包丹. 从媒介形态视角浅析新媒体. 科技传播, 2014(23): 56-57.
- 12 高昂. 论新媒体时代的传播研究转型. 新闻研究导刊, 2015(13): 80.
- 13 李林英. 加快构建新媒体素养教育体系. 北京教育(德育), 2016(1): 56.
- 14 邓勇. 新媒体传播虚假错误养生保健信息多维规制探讨. 2014卫生法学与生命伦理国际研讨会, 2014.
- 15 陈靓, 张保春. 新媒体背景下中医理论传播的问题与对策分析. 环球中医药, 2015(8): 964-966.
- 16 张琨, 蒋祥龙. 基于SWOT理论的亳州中医药养生文化新媒体传播研究. 文化学刊, 2016, 66(4): 97-100.
- 17 朱璐璠. 全国中医药学术新媒体联盟成立. 中医药管理杂志, 2016, 24(18): 51.

Modern Context of Cultural Communication of Chinese Medicine (III): New Media

Yan Lu¹, Feng Yating^{2,3}, Yan Xuanxuan^{1,3}, He Qinghu¹

(1. College of Traditional Chinese Medicine, Hunan University of Chinese Medicine, Changsha 410208, China; 2. Human Civilization and Social Science College, Hunan University of Chinese Medicine, Changsha 410208, China; 3. Hunan Research Base of Traditional Chinese Medicine Culture, Hunan University of Chinese Medicine, Changsha 410208, China)

Abstract: In the new media era, traditional Chinese medicine (TCM) culture must face new opportunities and challenges in this new media environment. Through the analysis on modern new media in TCM culture from the dissemination of transmission channel, contents and operating status, this paper showed that the emergence and development of new media in the context of modern contexts create many opportunities and advantages for culture spread of TCM. Meanwhile, it also revealed that the new media brought issues to TCM culture communication, such as information pollution, copyright, and etc.

Keywords: Traditional Chinese medicine culture, communication, modern context, new media

(责任编辑:张 静,责任译审:王 晶)