

加强中医药文化研究,提高中医药文化软实力

高彦彬¹ 赵慧玲²

(1 首都医科大学,北京市右安门外西头条 10 号,100069; 2 北京中医药大学)

摘要 本文在分析中医药文化研究现状及中医药文化资源远未转化为软实力的同时,提出:1)加强中医药文化的研究的 4 大领域:加强中医药文化的核心价值体系研究;将中医药文化融入世界大文化中研究;加强中医药文化关键问题的研究;开展中医药文化产业化问题研究。2)提高中医药文化软实力的三大任务:培育中医药文化魅力;创造中医药文化新价值;提高中医药文化国际贡献度。3)提升中医药文化软实力 6 大战略对策:高层次战略;区域战略;为我所用战略;优先发展战略;走出去战略;品牌战略。

关键词 中医药;文化软实力

Strengthening Research on TCM Culture to Increase its Soft Power

Gao Yanbin¹, Zhao Huiling²

(1 Capital Medical University, Add.: No. 10, Xitoutiao, Youanmenwai, Beijing, Post code: 100069; 2 Beijing University of Chinese Medicine)

Abstract The article analyzes the status quo of research on TCM Culture and the fact that TCM cultural resources is far from being sufficiently transformed to soft power, and suggested: 1) To strengthen four fields of research, i. e. the research on core value system; merge of TCM culture with the world's mainstream culture; key issues regarding TCM culture; industrialization of TCM culture. 2) Three tasks regarding the soft power: to cultivate the culture attractiveness, creat new value and promote contribution to international culture. 3) Six development strategies: high level strategies, region strategies, application based strategies, priority strategies, outgoing strategies, brand strategies.

Key Words Soft Power of TCM culture

文化是一个民族的标记和灵魂,是指反映其理论思维水平的精神风貌、心理状态、思维方式和价值取向等精神成果的总和,也是一个民族赖以延续和发展的根本。中医药文化是中华民族优秀传统文化中体现中医药本质与特色的精神文明和物质文明的总和,是中医药学的根基和灵魂,不仅集中体现了中医药学的本质与特色,而且决定了中医药学的历史形成和未来走向。文化软实力是指一个国家的文化资源及其软性运用过程中所产生的维护国家利益、实现国家战略目标的能力,是一个国家整体软实力的重要组成部分,通常体现为一个国家文化的吸引力、同化力和感召力。中医药文化是中华民族优秀传统文化的重要组成部分,它体现了中华民族的认知方式、价值取向和审美情趣,也是国家文化软实力的代表。改革开放以来,尤其近 10 年中医药国际交流日益频繁,中医药文化在世界范围内逐渐获得了尊重,日益成为我国文化软实力的重要组成部分。如何加强中医药文化研究,如何将中医药文化资源转化为国家软实力,如何提高中医药文化软实力,值得认真研究和思考。

万方数据

1 中医药文化研究现状

近 20 年来,中医药文化在中医文化内涵、中医哲学及方法论、中医学与传统文化、中医学术流派、中医药发展战略、中医药非物质文化遗产保护等方面开展了研究,取得了一定成果。如中国科技信息研究所承担的“中药现代化发展战略研究”“促进中医药出口创汇的战略与政策研究”,中国中医科学院承担的“中医现代化发展战略研究”等研究成果,对制定中医药现代化发展政策和策略具有重要的参考价值。出版了研究专著,在海内外建立了部分中医药文化研究机构。如奥地利维也纳大学和北京中医药大学联合成立了中德奥医药文化与科学哲学研究中心,美国芝加哥大学人类学系和北京中医药大学开展了长期的中医养生文化研究。2008 年 2 月,由中国国家汉语国际推广领导小组办公室与英国伦敦南岸大学合作建设的伦敦中医孔子学院正式成立,这是世界上第一所中医孔子学院。2010 年 7 月南京中医药大学与皇家墨尔本理工大学共同创办中医孔子学院。但是总的来说中医药文化研究整体水平深入不够,缺乏整体规划性与协作性;关于

中医学与其他文化内容之关系的研究尚停留在大体、笼统的水平,研究视野局限在古代中医文化的研究,较少关注现实中医文化的研究;研究方法局限,很多研究未能及时吸取当代人文科学及社会科学领域的一些先进方法;中医药文化学科建设及研究队伍亟待加强;部分研究成果尚未在医药界充分利用^[1]。

2 中医药文化资源远未转化为软实力

自1973年4月20日,美国第一个中医法在内华达州诞生,中医针灸在国际上首次取得了合法地位,这为中医药文化在世界上进一步传播与发展奠定了基础。目前以中医针灸文化为先导的中医药文化已经传播到世界上160多个国家和地区;部分国家(地区)已对中医针灸立法,承认其法律地位;一些国家(地区)设立专门的中医药管理机构,规范对中医药的管理,保障医疗和用药的安全;有些国家(地区)还将中医针灸纳入医疗保险范畴;许多国家已开展中医药人才的自主培养,教育模式多样,规模不断扩大,中医药本土化趋势日益明显。据不完全统计,当前全球的中医医疗机构至少已达10万多家,针灸师超过20万人,中医师超过2万名;全世界每年约有30%的当地人、超过70%的华人接受中医针灸等医疗保健服务。显而易见,中医药文化传播提高了我国的声誉和影响力,增强了我国的软实力。但是目前中医药在海外的普及和发展,主要是指中医针灸和部分以食品添加剂和营养保健品身份进入海外市场的中药饮片和中成药,它们只是中医药文化和理论体系中的一部分,而不是传统中医药文化和理论体系的全部。传统中医药既包括中医针灸,也包括中药和其他中医诊疗方式。中医药文化中天人合一、整体观念、预防保健、辨证论治、平衡调节、以人为本等重要理念和核心价值观还有待于进一步深入传播。可以说,我国丰富的中医药文化资源远未转化为国家软实力。为将丰富的中医药文化资源转化为国家文化软实力,首先要加强中医药文化的研究。

3 加强中医药文化的研究

中医药文化是中华民族优秀传统文化中体现中医药本质与特色的精神文明和物质文明的总和。研究中医药文化,就是以中国哲学、文学、史学为基础,以中医典籍、中医名家、中医文物、中医史迹为对象,研究中医药文化核心价值、重要理念、价值取向、认知方式、思维模式、中医理论与临证发展规律、中医名家学术思想、中医道德观念及名家风范,为中华民族文化复兴,为区域中医药文化发掘,为中医药院校、医院、企业文化建设,为中医药文化的国际交流和传播服务,从而推动中

医药事业的发展。

3.1 加强中医药文化核心价值体系的研究 笔者认为,中医药文化核心价值体系应包括:1)天人合一,道法自然,整体恒动的生态健康观念;2)未病先防,已病防变,防重于治的预防保健观念;3)以人为本,生命至上,大医精诚的伦理观念;4)阴阳平衡,阴阳失衡,平衡阴阳的生理观、病理观与防治观;5)顺应自然节律,以调神养心为主的、动静结合的养生保健方法;6)个体化的辨证论治,天然的治疗药物,简便廉效的非药物疗法等。加强中医药文化核心价值体系的研究,阐释中医药文化核心价值所蕴含的科学内涵,对中医药文化进行全面整理和提高。只有努力将中医药文化研究成果融入到中医科研、中医教育、中医医疗工作中,才能发挥中医药文化的内涵,才能使中医的发展获得新的活力。

3.2 将中医药文化融入世界大文化中研究,进而得到全球的认同 中医药文化就其本质而言是属于东方的,但就其价值而言是全球的,如果不为全球所认同,就会失去它耀眼的光芒。中医药文化研究要在继承中医药文化精髓的基础上善于吸收其他优秀文化的成果,坚持以我为主、为我所用。经过整合提高、传播宣传,最终得到全球文化的认同。中医药文化中的优秀成分要被西医和其他现代科学所吸收引用。

3.3 加强中医药文化关键问题的研究 如何重新认识中医药文化在中国文化乃至世界大文化中的地位?如何看待中医学所特有的思维方式在中医学发展中的作用?如何从本体论、认识论、方法论上解决中医学的未来发展问题?古代伦理道德观念对中医人格和医德修养有什么样的影响,怎样规范当代中医的职业道德,提高中医队伍的素质?这些问题都需要进行深入研究。

3.4 开展中医药文化产业化问题研究 中医药文化研究应与健康教育、健康管理、健康产品等健康行业相结合,形成中医药文化产业链,实现自己的经济价值。应大力发展中医药文化创意产业,大力开发中医药文化的经济价值、社会价值、外交价值等多种价值。

4 提高中医药文化软实力的三大任务

4.1 培育中医药文化魅力 中医药文化魅力是中医药文化软实力的前提和源头活水,要提高中医药文化软实力,首要的任务就是要进一步培育中医药文化魅力。当今中医学处在东西方科学文化的碰撞中、多元文化的交织中,中医学、西医学、其他传统医学三者并存,首先要善于在更加开放的环境中建设培育具有中国特色的中医药文化。培育中医药文化的魅力就是要

弘扬中医药文化的核心价值观,如天人合一,整体观念,道法自然;未病先防、已病防变,防重于治;以人为本、生命至上、大医精诚;平衡调节、辨证论治等观念。培育中医药文化的魅力要在继承中医药文化精髓的基础上善于吸收其他优秀文化的成果,坚持以我为主、为我所用,辩证取舍、择善而从,积极吸收借鉴世界文化发展的有益成果,丰富发展中医药文化。培育中医药文化魅力,应该制定中医药文化魅力培育规划。中医药文化魅力蕴藏于中国人日常的生活方式之中,培育中医药文化魅力,就是要从中国人日常生活方式中挖掘、发现和提炼出最能体现中医药文化精神、最能代表中国人生活方式的典型样式,如中华药膳、中国针灸术、中华太极拳、中华养生术、中华保健术等,加以整理、创新和推广,使之成为代表中医药文化的经典名片,通过传统节庆活动、民间工艺、民俗风情、各具特色的民族文化和地域文化等,普及中医药文化知识,增加国人对中医药的民族自豪感和自信心,增强其他国家的向往和憧憬。为此,要制定统一的培育规划,确定培育项目、培育标准、培育目标、培育战略、培育途径和培育步骤等事项,使中医药文化魅力培育成为一项组织性和条理性很强的系统性工程。培育中医药文化魅力,需要建立有效的培育体制和机制。形成以政府规划为主导,以其他相关政策为依据和激励,以各种非政府组织为主体,以市场化运作为主渠道和政府扶持为补充的有效的培育体制和机制。

4.2 创造中医药文化新价值 文化价值是文化软实力的理论基础和实践支撑。中医药文化既是一个价值没有得到充分展现的文化,更是一个需要创造新价值的文化。创造中医药文化新价值,首先要创造中医药理论新价值。21 世纪是生命科学、信息科学、生物学充满生机的时代。时代给中医理论提供了发展机遇。中医药理论具有与时俱进、多元一体的特征,当今中医药理论必须与现代科学技术相结合,在生命科学中体现中医学学术价值,在学科发展中体现引领价值,在临床实践中体现指导价值,在理论继承中延伸发展,在临床实践中提升发展,在学科交叉中创新发展。创造中医药文化新价值,就是要根据人民群众日益增长的健康需要,拓宽提高中医药服务能力,如针对广大群众的保健需求,开拓中医药治未病的医疗新市场,提高中医药防治重大疑难疾病的临床疗效,提高中医药应对传染性疾病的防治能力,针对常见病、多发病挖掘提高中医的非药物疗法等,大力开发中医药文化的经济价值、社会价值、外交价值等多种价值。创造中医药文化新价值的过程,就是中医药文化在国家发展中所具有

的作用实际发挥的过程,也就是国家文化软实力发挥作用的过程。创造中医药文化新价值,要大力发展中医药文化产业,努力实现中医药文化经济价值的最大化。中医药文化资源丰富,要将中药药材规范种植与生态文明建设相结合,生产优质的中药材;要充分利用现代科学技术改造传统制药工艺,研发质量可控、服用方便、疗效确切的中药新药、保健品;要充分利用现代科学技术,将中医诊疗技术与现代科技紧密结合,开发质量可控、使用方便的医疗康复保健器具器械;提高药物器械制造的中医药文化含量和文化附加值,在医药产业领域由中国制造向中国创造转变。通过有效的政府政策引导,大力发展中医药文化创意产业,为社会高层次人才创造大量的就业机会。

4.3 提高中医药文化国际贡献度 对人类文化发展的贡献大小,是决定文化软实力强弱的一个非常重要的指标。根据软实力发挥作用的效果情况,国家软实力相应地分为边缘层、中间层和核心层 3 个不同层次。中医药文化资源丰富,应通过这 3 个层次提升中医药文化软实力,提高中医药文化国际贡献度。边缘层的软实力主要来自对于器物技财等中医药文化基本资源的软性运用,这方面的资源包括人、财、物、器、技术、团体、企业和组织等有形的、可见或可感知的资源。边缘层的软实力是一个国家软实力中最活跃的部分,是中间层和核心层软实力形成的基础和前提。中医药文化国际传播者、中医诊疗技术、中医药企业、中医药团体和中医药国际组织等属于中医药软实力器物技财方面的资源,国家对这些资源的有效运用,支持这些资源发挥和体现感染力、亲和力、说服力等方面的作用,如支持中医药团体、中医药文化国际传播者、中医药企业、中医药国际组织与外国政府、国外政要、非政府组织、国外学术机构建立互动关系,通过举办国际学术大会、展览会、文化交流活动等宣传活动,是实现边缘层国家软实力的重要方式。中间层的软实力主要来自于对各种制度(标准)、规范和习俗等方面资源的柔性运用。中间层软实力是经过边缘层软实力的长期沉淀,具有更强的吸引功能,具有相对稳定性和规范导向、同化功能。中医药文化是中华民族智慧的结晶,中医药文化体现了中华民族的认知方式、思维模式、价值取向和审美情趣。通过各种渠道、各种方式、各种层次与其他国家建立和保持中医药文化交流,通过沟通接触逐渐让对方接受中医药文化的价值观、生活方式、行为方式、文化心理和思维模式等,实现中医药文化的规范导向、同化功能,是推广中医药文化,发挥其软实力作用的重要途径。核心层的软实力主要来自于对精神、心理和

观念方面的资源的柔性运用。这方面中医药文化资源主要包括:中医药文化价值观念、世界观、文化精神和思维模式等。核心层软实力最为稳定,一旦形成便能持久地、潜移默化地发挥作用。中医药文化的核心价值观念是天人合一,整体观念,道法自然;未病先防、已病防变,防重于治;以人为本、生命至上、大医精诚;平衡调节、辨证论治;这样的中医药文化更容易产生亲和力和认同感。传播中医药文化的核心价值观,以此影响和确立一个国家的价值目标和价值追求,从而使国家行为具有鲜明的倾向性,用价值观念的价值目标和价值标准,来引导和规范人们的行为,最终发挥中医药文化作为国家软实力的目标^[2]。

5 提升中医药文化软实力战略对策

中医药文化作为软实力发挥作用的过程分为“接触沟通-好感吸引-模仿同化-认同支持”4个阶段。因此,在通过各种渠道、各种方式、各种层次与其他国家建立和保持中医药文化交流;通过沟通接触与其他国家建立中医药文化交流联系和互动的基础上,给对方留下好感并产生吸引;在好感吸引的基础上又进一步让对方接受中医药文化的价值观、生活方式、行为方式、文化心理和思维模式等,实现中医药文化的规范导向、同化功能,加强深层次身份认同,是推广中医药文化,发挥其软实力作用的重要途径。为提升中医药文化软实力应采取以下战略。

5.1 高层次战略 是指积极把中医药的交流与合作纳入国家外交、文化、科技、贸易等发展战略中,鼓励开展高层次、高水平的实质性的中医药交流与合作。

5.2 区域战略 是针对世界各国不同的地理位置、文

化背景、经济状况、医药发展水平,采取多元的模式、目标和途径,解决中医药走向世界过程中面临的不同问题。

5.3 为我所用战略 就是有计划有目的的开展对外交流与合作,吸进、吸收国外最前沿的科学技术和生产设备,学习借鉴国外先进科学的管理经验,吸收其他优秀文化的成果,坚持以我为主、为我所用,加速国内中医药整体水平的提高。

5.4 优先发展战略 是要通过优先开展中医药科技的对外交流与合作和优先开展中医药服务贸易,促进国际社会对中医药的理解和应用,推动中医药进入国际主流市场。

5.5 走出去战略 实施中医药文化走出去战略,构建以政府为主导、以各类非政府组织为主体的中医药文化走出去新体制,积极参与人类和国际共同健康问题的研讨与解决,积极提供能够体现中医药文化精神和中医药文化智慧的解决方案,为解决人类面临的共同健康问题贡献智慧,提高中医药文化的国际贡献度。

5.6 品牌战略 实施国际中医药文化品牌战略,培养国际中医药文化名人、国际中医药文化品牌、国际中医药文化著名企业,通过文化贸易、中医药服务贸易和文化交流的多种方式,推动中医药文化走向世界,展示中医药文化的魅力、彰显人类文化多样性的重要价值。

参考文献

- [1]张其成,刘理想,李海鹰.近十年中医药文化发展回顾.中医药文化,2009,(1):1.
- [2]黄建银.中医药文化属于国家软实力.中国中医药学报,2009,4,27.

(2010-12-27 收稿)

消渴丸首次入选国家用药指南

为2010版《中国2型糖尿病防治指南》唯一中西结合药物

2011年10月16日,中华医学会在北京举办的“2010版《中国2型糖尿病防治指南》新闻发布会”上宣布,包括广药集团广州中一药业消渴丸在内的一批治疗糖尿病药物,经过专家审核甄选,入选国家用药指南。据了解,在国内生产糖尿病化学药物的厂家就有上千厂家。这是打破了“防治指南”药物被化学生物制药一统天下的局面,首次进入糖尿病国家用药指南。

2010版《中国2型糖尿病防治指南》与2007版相比,有一个显著差异,就是在“2型糖尿病治疗程序图”上,将磺脲类药等胰岛素促泌剂作为一线备选药物及二线首选药物。这样的修订,既与国际医学界的主流

趋势更加一致,也与欧美等国的糖尿病“防治指南”更具有“兼容性”。

消渴丸迄今已上市销售30年,久经临床验证,并通过和纳入国家863计划的循证医学研究,其显著疗效和良好安全性得到严格证实,是目前销量最大的具有自主知识产权的糖尿病药物。

据悉,今年6月,广药集团广州中一药业的消渴丸还作为中国唯一的民族药物在美国糖尿病学会年会(ADA会议)上进行专题学术报告,引起与会专家的强烈反响;今年7月,消渴丸与片仔癀、云南白药等一同被列为国家首批九大“传统名优中成药”。

(广州集团广州中一药业有限公司 黄从强)◎