

三平祖师公药签文化在“一带一路”沿线国家传播与交流的适应性研究

许艳婷¹ 潘伟滨²

1.漳州卫生职业学院通识教育学院 福建漳州 363000;

2.漳州卫生职业学院中医与康复学院 福建漳州 363000

DOI: 10.12238/jief.v7i8.16492

[摘要] 文章从文化适应性和医学适用性两个维度对“一带一路”倡议背景下的三平祖师公药签文化对外交流与传播进行深入剖析。从国家层面、技术层面、文化层面、传播主体层面以及应用层面对三平祖师公药签文化对外传播现状进行探究,厘清了该文化在传播与交流过程中遇到的亟需解决的问题。在此基础上,提出了三平祖师公药签文化对外传播的内容实践与路径创新策略。

[关键词] 三平祖师公; 药签文化; “一带一路”; 传播; 适应性研究

Adaptation of the Sanping Zushi Gong Medicine Tag Culture in the Spread and Exchange of "Belt and Road" Countries

Xu Yanting¹ Pan Weibin²

1. College of General Education, Zhangzhou Health Vocational College Zhangzhou, Fujian 363000;

2. College of Traditional Chinese Medicine and Rehabilitation,

Zhangzhou Health Vocational College Zhangzhou, Fujian 363000

[Abstract] This article conducts an in-depth analysis of the international exchange and dissemination of the Sanping Zushi Gong medicinal sign culture under the Belt and Road Initiative from two dimensions: cultural adaptability and medical applicability. It explores the current status of the international dissemination of the Sanping Zushi Gong medicinal sign culture from national, technical, cultural, communicative, and application perspectives, clarifying the urgent issues encountered in the process of dissemination and exchange. On this basis, it proposes content practices and innovative strategies for the international dissemination of the Sanping Zushi Gong medicinal sign culture.

[Key words] Sanping Zushi Gong; Medicine Tag culture; "Belt and Road"; dissemination; adaptive research

三平祖师公药签作为民间疗法的重要形式之一,在宗教信仰之风弥胜的闽南地区广泛流传。据考证,该药签为晚唐时期三平祖师公杨义中所创。三平祖师公根据当时闽南地理气候及常见病、多发病,创普济签方以济危救困^[1]。三平祖师公信仰中“广济、和谐、发展”的精神深刻影响着闽南地区世代代的居民,并逐渐成为人们精神生活与社会生活中独特的象征性文化符号。2013年9月至10月期间,中共中央总书记习近平先后提出了“建设新丝绸之路经济带”与“21世纪海上丝绸之路”的伟大构想(简称“一带一路”)^[2]。《中医药文化传播行动实施方案(2021—2025年)》明确指出中医药学是中华民

族的伟大创造,对世界文明进步产生了积极影响^[3]。三平祖师公药签文化作为中华优秀传统文化的重要组成部分,融合了中医药知识、宗教信仰和民间智慧。因此,立足于“一带一路”倡议背景下的药签文化对外传播具有一定的现实基础和积极意义。

一、三平祖师公药签文化对外传播的适应性分析

三平祖师公药签文化以其独特的宗教信仰价值、深厚的历史文化底蕴以及别具一格的医用价值吸引着海外信众和中华传统中医药文化的爱好者,对于东南亚“一带一路”沿线国家的海外侨胞而言,三平祖师公药签文化是一种重要的精神寄托

和文化标识。三平祖师公药签里包含 49 味药物, 使用频率最高的药物是茯苓、甘草、当归、山药、陈皮、生地黄等, 这些药物在中医中被广泛用于调理身体、治疗疾病, 具有一定的科学依据。因此, 三平祖师公药签文化对外传播从文化维度和医学角度都具有较强的适应性。

(一) 三平祖师公药签文化对外传播的文化适应性分析

随着闽南地区移民的迁徙, 东南亚华人社区有很多闽南人后裔, 他们将三平祖师公信仰作为精神寄托。早期通过各种民间活动, 比如建立分庙、举办朝拜活动等方式, 传承和弘扬三平祖师公药签文化。随着健康养生理念的普及、现代传播手段的不断发展和文化活动的创新, 三平祖师公药签文化在传播的过程中逐渐展现它的包容性, 三平祖师公信仰借助宗教信仰和文化认同感, 实现该文化和当地文化融合与多元包容^[4]。

(二) 三平祖师公药签文化对外传播的医学适用性分析

三平祖师公药签用药立法参阅南气候湿热之实, 大量使用健脾利湿的药物, 如茯苓、白术等, 这种因地制宜的组方方式能够快速适应当地疾病谱, 具有一定的针对性和实用性。而“一带一路”沿线国家, 特别是东南亚一带气候与闽南一带都具有湿热的特征。此外, 药签是民间疗法的形式之一, 在患者的心理和精神层面具有一定的疗效和作用^[5]。求签过程为患者及其家属提供了心理暗示, 增强战胜疾病的信心。因此三平祖师公药签文化在“一带一路”沿线国家的传播中具有一定的医学适用性。

二、三平祖师公药签文化对外传播现状

在“一带一路”倡议的引导下, 三平祖师公药签文化已经走出了国门, 特别在东南亚“一带一路”沿线国家已经初步实现了多模态传播。这些国家和地区的人们已经感受到三平祖师公文化的独特魅力, 但由于海内外文化差异、受众接受度不同以及其他因素的干扰, 三平祖师公药签文化对外传播过程中仍然出现一些亟需解决的问题。

(一) 国家层面上, 传播力度不够

三平祖师公药签文化发源于闽南地区, 早期的传播大多通过民间活动以及侨胞从闽南带到东南亚沿海国家, 该文化的传播缺乏国家层面的政策支持和专项资金投入。在这种情况下, 三平祖师公药签文化的对外传播缺乏明确的目标和传播方向, 无法展开具有一定规模的传播活动。传播力度不够, 传播进程缓慢, 难以体现其文化价值和医学价值, 这对药签文化的传承、发展和传播都会产生一定的消极影响。

(二) 技术层面上, 传播渠道单一

三平祖师公药签文化的传播大多局限于当地寺庙的宣传和民间组织的各种民俗活动。这种传统而单一的传播途径未能利用互联网新媒体平台以及 AI 技术, 缺乏系统性和规划性的传播, 未能形成广泛的传播效应, 传播范围仅限于对三平祖师公药签文化有一定了解的人群, 限制了受众群体。

(三) 文化层面上, 文化差异导致理解困难

三平祖师公药签文化融合了闽南当地历史、宗教等各种因素, 其中蕴含的中医知识和民间信仰都具有浓厚闽南当地文化色彩。对于国外受众而言, 很难理解药签文化所承载的文化寓意。从专业角度分析, 药签中所涉及的一些专业术语、传统中医的病症名称在西方医学体系很难找到对应的概念, 这种文化层面上的差异会造成传播隔离并难以表达和转化, 必然会影响药签文化传播的准确性, 导致外界受众难以真正领略药签文化独特的魅力。

(四) 传播主体层面上, 缺乏传播专业人才

三平祖师公药签文化包含了中医知识、宗教信仰、民俗风情等元素, 普通的擅长跨文化传播的人员对药签文化缺乏深入了解, 很难准确而又生动地传播药签文化的精髓。而熟悉药签文化内涵的人才, 大多专注于中医药文化领域的研究, 难以将专业知识转化为通俗易懂的具有传播适应性的内容。缺乏同时兼备了解药签文化又擅长文化对外传播的人才, 影响了药签文化的有效传播。

(五) 应用层面上, 传播思维固化

“一带一路”沿线国家众多、民族种族繁多, 这些不同的国家、民族各自具有各自的文化特色, 不同地域和历史发展造就不同的文化背景^[6]。三平祖师公药签文化对外传播过程中思维转换性不强, 存在本土化的传播方式一用到底现象。三平祖师公药签文化产品的开发, 多为简单的印有药签文化的纪念品, 如书签、明信片, 缺乏创新性和实用性, 未能与现代科技互动, 难以推广。在品牌建设推广方面, 没有鲜明的品牌标识和品牌故事, 很多文化产品都是三平寺当地信众或者居民自创, 推广力度薄弱, 未能形成品牌效应, 导致其在对外传播过程中缺乏吸引力和竞争力。

三、三平祖师公药签文化对外传播的内容实践与路径创新

鉴于三平祖师公药签文化对外传播中出现的问题, 本文提出该文化对外传播与交流的优化建议。

(一) 在国家层面, 继续坚定推动“一带一路”政策

“一带一路”的最终目标是实现“人类命运共同体”, 为各国各地区的深化合作提供可持续发展的依托。政府应该抓住这个契机, 出台相关政策, 设立用于药签文化研究、推广以及传播活动的专项基金, 将三平祖师公药签文化更加积极主动地与各项政策战略相对接, 在“一带一路”沿线国家打造热点话题, 为中医药文化对外传播提供“药签文化方案”。同时, 吸纳海内外对药签文化感兴趣和人才和组织机构成立专业团队, 制定该文化对外传播目标与计划, 开展系列交流活动, 提升三平最施工药签文化在“一带一路”沿线国家的影响力。

(二) 在技术层面, 充分利用科技与新质生产力的融合创新与普通的互联网新媒体平台不同的是, 新质生产力重构了

文化产业的逻辑,从“内容生产”到“单向传播”转化为从“内容共创”到“场景消费”,最终实现“文化认同”,为“产业反哺”打下良好的基础。三平祖师公药签文化在“一带一路”沿线国家的传播可以充分利用VR、AR等技术,制作高质量的图文、视频内容,介绍三平祖师公药签文化的历史、文化内涵以及医学价值,为受众提供沉浸式体验,扩大传播范围,吸引不同年龄段和不同文化背景的受众,有效传播中医药文化的核心价值,为传统文化的现代表达提供新途径,为中国文化的国际传播开辟新渠道。

(三)在文化层面,正视文化差异问题,深度挖掘,创新表达

三平祖师公药签文化植根于闽南地区,具有浓厚的闽南文化和地域特色。三平祖师公药签文化的传播应该深耕本土文化,并通过各种途径深度挖掘中医药文化的精髓,结合现代叙事技巧,创新地将该文化经典故事呈现给“一带一路”沿线国家的受众。通过编写科普读物、制作科普动画等形式,以更加生动形象的方式展示药签文化的独特魅力。以海外华人为主导,通过线上+线下相结合的方式,定期举办三平祖师公药签文化交流专题活动,邀请海内外对该文化感兴趣的受众参与文化交流,增进受众对药签文化的认同。

(四)在传播主体层面上,培养专业人才,助力文化传播

三平祖师公药签文化对外传播过程中涉及到文化和语言差异性,这种差异可能会造成受众对该文化的误解。人才是对外传播传统文化的优秀推动力,兼具中医药文化知识和对外传播基础的专业传播人才可以更好地提升三平祖师公药签文化的传播效能。在“一带一路”背景的倡导下,政府相关部门应该与高校通力合作,开设专门的药签文化传播课程或定期举办相关主题培训,培养既了解三平祖师公药签文化内涵,又擅长跨文化传播的复合型人才,为药签文化对外传播注入新的活力,让药签文化对外传播更加具体化和专业化。此外,跨文化传播不可避免的涉及到语言问题。在传播的过程中要做好文化翻译和转化工作。从高校、社会组织中吸纳翻译团队,将三平祖师公的故事、药签文化中专业术语、病症名称及特征等内容翻译成受众国家相应的官方语言,并制作相关视频、文本进行详细解释,让三平祖师公药签文化对外传播的受众从民间拓展到各个领域。

(五)在应用层面上,整合情感元素,创新文化外宣产品

创新文化外宣产品的设计与推广,有利于三平祖师公药签文化

外传播与交流。鉴于东南亚“一带一路”沿线国家的受众有一大部分人是闽南人或者闽南人后裔,对闽南文化具有一定的认可度。三平祖师公药签文化外宣产品在设计理念上可以利用这种情感基础,通过多样化的形式来吸引这一部分受众的眼

球,进而吸引不同文化背景的受众。借助虚拟现实(VR)和增强现实(AR)技术,三平祖师公药签文化可以被打造成互动性强、沉浸感高的数字化展览活动,受众可以通过亲身参与求签、解签的过程体验求签技巧与解签文化,深入理解三平祖师公药签的文化和历史底蕴。这种方式可以突破语言和地域限制,使三平祖师公药签文化在“一带一路”沿线国家产生更广泛的影响。创新的文化外宣产品还应注重本土化与全球化的融合。在东南亚“一带一路”沿线国家,尽管药签文化的表现形式与当地传统文化存在差异,但是可以将药签文化元素与本地文化融合设计,形成独特的文化输出模式。东南亚“一带一路”沿线国家以鲜艳多姿的民族服饰闻名,可以把三平祖师公药签文化信仰里的元素做成服装配饰,使其成为行走的品牌。赫赫有名的娘惹菜融合了马来西亚与福建菜的特色,已然成为“海上丝绸之路”的味觉符号。秉承药食同源的理念,将三平祖师公药签里面的几种常用药材运用到娘惹菜中,提升药签文化的知名度,有效增强三平祖师公药签文化在受众国家的文化认同感。

四、结语

综上所述,三平祖师公药签文化作为中医药传统文化的重要组成部分,有着深厚的文化内涵和底蕴。三平祖师公信仰中的“广济、和谐、发展”的精神也为不同文化的人们搭建了民心相通的桥梁。今后,中医药文化对外传播将呈现更加多元化、个性化的发展趋势,助力中华传统文化“扬帆出海”,增进“一带一路”沿线国家对优秀中华传统文化的认同感。

[参考文献]

- [1]蔡秋梅,韩春雯,张丽娜,潘伟滨.三平祖师公药签用药特点研究[J].中华中医药杂志,2024,39(03):1554-1557
 - [2]孟建煌,潘是辉.论“一带一路”背景下妈祖文化的传播[J].教育传媒研究,2023,3(26):83-85
 - [3]国家中医药管理局 中央宣传部 教育部 国家卫生健康委 国家广电总局关于印发《中医药文化传播行动方案(2021—2025年)》的通知 [EB/OL].(2021-06-29)[2024-05-01].https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/2021-07/07/content_562310
 - [4]魏明珠.新型冠状病毒感染疫情背景下中医药文化在“一带一路”沿线国家传播认同研究[J].亚太传统医药,2023,19(04):1-6
 - [5]程志立,王国仕,曹丽娟等.药签研究[J].中华中医药杂志,2022,37(04):2338-2342
 - [6]厚婧敏.“一带一路”背景下敦煌文化传播路径研究[D].沈阳师范大学,2023,05
- 作者简介:许艳婷(1986年4月—),女,汉族,福建厦门人,硕士研究生,讲师,研究方向:英语语言文学、跨文化传播、英语教学研究与改革。