

# 跨文化传播视角下传统节日民俗 与中医药文化资源开发路径研究

张梅 王静  
广东第二师范学院

**摘要** 中医药跨文化传播的广度和深度取决于行为制度的建设、中医药物质形象的塑造以及广大民众情感基础的培育。如何有效地将中华文化的整体观、系统观等哲学思想，以及中医学相关术语传播至海外，本文认为既需要自上而下的制度设计，也需要自下而上地通过民间活动和民俗文化的渗透，逐步提升海外民众对中医药文化的理解、共鸣，从而促进其接受与推广。自下而上的路径安排有助于夯实中医药文化的消费基础，从而推动其产业链的完整发展。传统节日民俗与中医药文化同根于中华传统文化的沃土，二者均是对生命、健康和疾病的独特解读。借助传统节日民俗，可以延伸并完善中医药文化产业链，挖掘其独特资源，拓展多元传播媒介，促进跨文化交流与融合，从而推动中医药文化的全球传播，使其更具广度和深度。

**关键词** 跨文化传播；节日民俗；中医药文化；开发路径

**DOI** <https://doi.org/10.6914/tpss.070106> **文章编号** 2664-1127.2025.0701.58-63

**收文记录** 收文：2025年1月28日；修改：2025年1月29日；发表：2025年1月31日（online）。

**引用本文** 张梅, 王静. 跨文化传播视角下传统节日民俗与中医药文化资源开发路径研究 [J]. 社会科学理论与实践, 2025, 7(1):58-63. <https://doi.org/10.6914/tpss.070106>.

© 社会科学理论与实践 ISSN 2664-1127 (print), ISSN 2664-1720 (online), 第7卷第1期, 2025年1月31日出版, <https://ssci.cc>, <https://cpcl.hk>, 电子邮箱: wtocom@gmail.com, kycbshk@gmail.com.

## Research on the Development Path of Traditional Festival Folklore and Traditional Chinese Medicine Cultural Resources from the Perspective of Cross cultural Communication

Mei ZHANG, Jing WANG

*Guangdong University of Education*

**Abstract** The breadth and depth of cross-cultural communication of traditional Chinese medicine (TCM) depend on the construction of institutional frameworks, the shaping of TCM's material image, and the cultivation of the emotional foundation among the general public. Regarding how

to effectively disseminate the holistic and systematic perspectives of Chinese philosophy, along with relevant TCM terminologies, this paper argues that both top-down institutional design and bottom-up grassroots engagement through folk activities and customs are essential. A bottom-up approach helps gradually enhance foreign audiences' understanding, resonance, and acceptance of TCM, ultimately fostering its promotion and application. This approach also lays a solid consumer foundation for the comprehensive development of the TCM cultural industry chain. Traditional festival folklore and TCM culture both originate from the rich soil of Chinese traditional culture, offering unique interpretations of life, health, and disease. Leveraging traditional festival customs can help extend and refine the TCM cultural industry chain, uncover distinctive TCM resources, expand various communication media, and facilitate cross-cultural communication and integration. These efforts contribute to a more extensive and in-depth global dissemination of TCM culture.

**Keywords** Cross cultural communication; festivals; folk customs; traditional Chinese medicine culture; development path

**Cite This Article** Mei ZHANG, Jing WANG.(2025). Research on the Development Path of Traditional Festival Folklore and Traditional Chinese Medicine Cultural Resources from the Perspective of Cross cultural Communication .*Theory and Practice of Social Science*, 7(1):58-63. <https://doi.org/10.6914/tpss.070106>

© 2025 The Author(s) *Theory and Practice of Social Science*, ISSN 2664-1127 (print), ISSN 2664-1720 (online), Volume 7 Issue 1, published on 31 January 2025, by Creative Publishing Co., Limited, <https://ssci.cc>, <https://cpcl.cc>, E-mail: [wtoacom@gmail.com](mailto:wtoacom@gmail.com), [kycbshk@gmail.com](mailto:kycbshk@gmail.com).

## 一、中医药的跨文化传播内涵

2005年第八届中华中医药学会中医药文化分会曾界定中医药文化的概念为：“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。”这一定义虽比较全面，但略显笼统。张其成（2018）对“中医药文化”下的定义是：“中医药文化有广义和狭义之分，广义中医药文化是中医药物质文明和精神文明的总和，包括中医药的精神心理文化、行为制度文化、物质形象文化三个层面；狭义中医药文化特指中医药学的精神心理文化，它是中医药文化的核心。”张其成认为：“中医药文化是中医药学内在的价值观念、思维方式和外在的行为规范、器物形象的总和。”他形象地将中医药文化分为“心手脸”三个层面。“心”层面的文化就是中医文化的价值观念、思维方式，“手”层面的文化就是中医文化的制度、行为、管理，“脸”层面的文化就是中医文化的环境形象、品牌。李杰（2023）认为，中医理论体系知识架构内存在显性知识与隐性知识的互动，强调隐性知识是促进中医药文化和知识传承、传播工作中重要的组成部分。从知识管理的角度来说，中医不仅包含很多可说可写的显性知识，还包含大量来源于实践经验，以及医生的创造性、灵感、顿悟等高级心理活动等、只可意会不可言传的隐性知识。因此，中医传承与创新发展的的问题，某种程度上可以看做是知识的传播和创新的问题，其中隐性知识的作用极为关键。”王众托（2017）认为，对中医药文化概念和传播内容的界定旨在构建和诠

释中医药文化的社会现象和社会基础,以探索中医药文化的核心价值体系。我们进行中医药的跨文化传播,需要厘清中医蕴涵的中华哲学思想,如果脱离了中华文化和哲学思想等背景谈中医药的跨文化传播,就如无本之木、无水之源。因此,深入挖掘中医药文化的丰富内涵和独特价值,弘扬中华民族优秀传统文化,是一个必须且重要的课题。

跨文化传播,就是不同文化之间以及处于不同文化背景的社会成员之间的交往与互动,涉及不同文化背景的社会成员之间发生的信息传播与人际交往活动,以及各种文化要素在全球社会中流动、共享、渗透和迁移的过程。跨文化传播包含两个层面的传播:第一,日常生活层面的跨文化传播,主要指来自不同文化背景的社会成员在日常互动过程中的矛盾、冲突与解决方式;第二,人类文化交往层面的跨文化传播,主要是指基于符号系统的差异,不同文化之间进行交往与互动的过程与影响,以及由传播过程决定的文化融合、发展与变迁。跨文化传播,需要了解目标文化(了解目标文化的价值观、信仰、传统、习惯和行为方式等信息,可以帮助制定适合目标文化的传播策略),使用正确的语言(确保信息在目标文化中是准确、恰当、清晰的),避免文化障碍(了解并避免这些文化障碍可以避免引起不必要的矛盾和误解),使用多种媒体(针对不同的文化背景和人口群体,选择使用不同的媒体,如文字、图片、音频、视频、游戏等,以确保信息传达的效果和准确性)。

中医药跨文化传播的一个困境是,中医的理论、概念在外语翻译时会遇到许多困难。譬如“阴”和“阳”含义丰富,英语中又无相应词汇,因此翻译时普遍采用音译的方法,直接翻译成“Yin”,“Yang”。如果每个术语如“气”,“虚火”,“风邪”等等都用音译,并不现实。所以,需要中医药文化推广工作者关注《中医药产品 WHO 中医药术语国际标准》《中医临床诊疗术语》《中医基本名词术语中英对照国际标准》等,开展准确合宜且利于传播的翻译研究。另一方面,中医药的跨文化传播的广度和深度依赖于行为制度建设以及中医药物质形象及广大民众情感基础的建设。如何将中华文化整体观、系统观等哲学思想和中医学相关术语开展海外传播,本文认为,需要从上至下制度设计;也需要从下至上从民间活动、民俗文化潜移默化地提升海外民众对中医药文化的理解、共鸣进而接受并开展推广。从下至上的路径安排,有利于为中医药文化的产业链完整打下坚实的消费基础。跨文化传播有一个著名理论叫“冰山效应”,对中医药来说,浮在海平面以上的是治病防病,掩盖在海平面下的,则是中医药特有的价值观和哲学思维。中医学以阴阳五行作为理论基础,将人体看成气、形、神的统一体,通过望、闻、问、切,四诊合参的方法,探求病因、病性、病位、分析病机及人体内五脏六腑、经络关节、气血津液的变化、判断邪正消长,进而得出病名,归纳出证型,以辨证论治原则,制定“汗、吐、下、和、温、清、补、消”等治法,使用中药、针灸、跌打、推拿、按摩、拔罐、气功、食疗等多种治疗手段,使人体达到阴阳调和而康复。

我国传统节日民俗包含了众多中医药因素,借助传统节日民俗,开发中医药文化资源具有重要的现实意义。有助于提升中医药文化产业,有助于宣传中医药文化的特色和优势,有助于保护中医药文化资源。这是从下至上的一个很好跨文化传播路径。

## 二、传统节日民俗中医药因素的文化解读

在我国所有传统节日民俗中,端午节的民俗活动与中医药的关系最为紧密,因而端午节也被

称为“卫生防疫节”。端午节正值仲夏，蚊虫滋生，容易引发各种传染病。为了驱除邪气，预防疾病，保护生命，人们在节日中注入了很多中医药因素。端午节的标志性民俗是家家户户挂艾草，艾是中医治病时经常用到的药物。我国第一部方书，战国时期的《五十二病方》中就记载：艾叶具有防病、治病、消炎的疗效，艾草插在门上可以辟邪除害，使人身体健康。此外，很多地方至今还流行端午节的早晨吃艾叶煮的鸡蛋，人们把艾叶洗净，与鸡蛋入砂锅内，加水煮熟。广东地区在端午节期间有洗草药水的习俗。客家地区有端午节挂葛藤的传统习俗，葛藤在客家人眼中是驱邪之物，寓意平安。潮汕地区很多乡镇有晒“百日姜”的习俗，即将生姜洗净，用细绳子串成一束，放在屋顶上，让其日晒雨淋，至八月十五中秋节取下，刚好一百天，用它煮水服下，可祛风散寒。

农历八月十五中秋节食月饼、赏月亮。传统月饼馅料中的豆沙、芝麻、枣泥、核桃、花生、杏仁等，大多是药食两用之品，不仅甘美可口，而且营养丰富。中秋节的赏月活动具备独特的养生智慧。古人认为赏月能积蓄能力、平衡身体内的阴阳，通过赏月，可以调整人体的生物钟，使人的身心得到放松和平衡。农历八月，又称桂月，是赏桂的最佳时节，中秋赏月品桂花酒既是应时养生，又充满了诗情画意。桂花酒祛除胃寒效果更佳，其温而不燥，温润脾胃，对于解除秋燥季节的燥气有一定的作用。

农历九月初九，是我国传统的重阳节。每到这一天，古人都有头上插茱萸登高游玩的习俗。据说这样可以除灾避害，求得生活的安宁、幸福。这种习俗，一直流传至今。茱萸是一种茴香科植物，树可以长到一丈多高，春天开绿白色花，秋天结紫黑色果实，入药或酿酒，都可以治病。中医在临床上常用茱萸治疗各种痛证，如治疗厥阴头疼、寒疝腹痛等。此外，茱萸是一种具有浓烈香味的植物，有驱蚊杀虫的作用，放在身上，可避蚊虫叮咬。重阳登高从中医学的角度看是一项很好的运动，秋高气爽，空气清新，外出爬山，既能强身健体，又可增加肺活量，促进血液循环，降低血糖浓度，无疑登高是有利于人体健康的。

《易经》中有“冬至阳生”的说法，指阴极阳生，是阳气开始逐渐萌发生长的时机，此时进补，脾胃运化转旺，营养更易被吸收和蕴蓄，更容易发挥滋补功效，提高机体抗病能力。冬至有吃人参鸡汤、北方吃饺子、南方吃汤圆的习惯。

### 三、借助传统节日民俗开发中医药文化资源的途径

传统节日大都处于季节交替的关节点上，人们在欢庆节日的同时，加入对健康和疾病的认识，表明人们对大自然和生命的珍重。借助传统节日民俗开发中医药文化资源，可以通过延伸构建中医药文化产业链条、挖掘中医药文化特色资源、开拓多种传播媒介等途径来开展实施。

#### （一）借助传统节日民俗，延伸开发中医药文化产业链条

提到中医药文化资源的开发，必然涉及中医药文化产业问题。推动中医药文化的海外传播，可以将传统节日民俗的推广作为突破口。其中，做好中医药文化游就是一条很好的途径。譬如，广东充分发挥中医药文化养生资源，结合当地的民俗文化提供游览、度假、休憩、疗养、健身、食疗、科考、科普、文化娱乐等多层面的服务项目。建立了三类示范基地：中医药生态旅游基地、中医药人文旅游基地、中医药综合保健服务基地。其中，中医药生态旅游基地，以中医药自然景观、文化遗址欣赏为主；中医药人文旅游基地，以中医药人文景观、中医药博物馆展示为主；中

医药综合保健服务基地, 以提供中医药养生服务为主。借助传统节日民俗, 做好收集、整理和传播有关节日民俗中的中医药文化知识及治病防病健身的常识和经验, 通过旅游参与民俗活动的形式让广大人民群众亲身体验进而推广宣传, 可以扩大中医药文化资源深度开发, 进而提升中医药文化产业发展。

### (二) 挖掘中医药文化的特色和优势, 开展跨文化的沟通和融合

弘扬中华优秀传统文化, 开展中医药文化海外传播, 需要中医药文化推广工作者把传统节日中所包含的中医药文化内涵加以挖掘, 特别将那些有助于现代人健康的理念、方法和措施等进行宣传, 帮助海外受众尤其是年轻一代人更好地接受和学习。中医药文化最大的特色和优势就是“简、便、廉、验”, 让广大百姓轻松享受身心健康的服务。譬如, 中医药文化在非洲的成功传播既依赖当地丰富的自然药用植物资源等作为物质基础, 援外医疗队在当地显著的医疗成果打下扎实的情感基础; 也与当地民族文化中具有抗疫防病健身意识相关, 将中国传统节日民俗与当地民俗开展跨文化沟通, 适时结合中医、针灸、推拿、养生等, 为当地社区居民提供全面中医药服务的同时, 持续深入推广中医药文化。随着非洲当地对中医药治疗的需求日趋增加, 当地群众将更深刻感受“简、便、廉、验”的中医药文化魅力。

### (三) 借助民俗文化, 开拓多种跨文化传播媒介

中医药的跨文化传播, 针对的是不同的文化背景和人口群体, 需要了解目标文化的价值观、信仰、传统、习惯和行为方式等信息, 避免文化障碍, 以确保信息传达的效果和准确性。2024年8月20日, 首款国产3A游戏《黑神话: 悟空》正式上线, WUKONG, JIN GUBANG等音译借助地道的英语配音, 通过增加游戏者的趣味性和参与感, 助力中华文化强势出圈。选择使用不同的媒体, 如文字、图片、音频、视频、游戏等推广传统节日民俗, 可以深入开发既有特色的中医药文化资源, 以喜闻乐见的形式开展物质形象包装, 从而让受众更能感同身受并引起共鸣。同时, 中国传统节日民俗与当地传统节日民俗相互碰撞和融合, 让人们感受药食同源、季节养生、身心合一的健康理念, 使人们的传统节日过得更充实, 更有内涵, 助力中医药跨文化传播建立坚实的物质基础、情感基础和信心基础。

## 四、结语

中医药文化作为中华文化的瑰宝, 承载着深厚的哲学思想、健康理念和实践智慧, 其跨文化传播不仅关乎中医药的国际化发展, 更是中华文化“走出去”的重要组成部分。在全球健康需求日益增长、文化多样性交流日益频繁的今天, 如何借助传统节日民俗这一独特的文化载体, 推动中医药文化的全球传播, 已成为亟待探索的重要课题。

传统节日不仅承载着民族记忆和文化认同, 还蕴含着丰富的中医药文化元素。通过端午节的艾草悬挂、重阳节的登高祈福、中秋节的药食同源理念等实践, 我们可以清晰地看到中医药文化与传统节日的紧密结合。这些民俗活动不仅具有深厚的历史积淀, 更具有贴近百姓、易于接受的特点, 因此, 它们可以作为中医药文化跨文化传播的重要切入点。从传统节日的饮食习惯、养生方式到节日仪式中的健康观念, 我们可以构建一个系统化的中医药文化传播模式, 使其更符合海外受众的认知习惯和接受方式。

然而, 中医药文化的跨文化传播不仅仅是简单的知识输出, 而是一个双向互动、深度融合的

过程。在国际传播过程中，我们不仅要考虑如何向世界介绍中医药文化，更要结合不同国家和地区的文化特点、健康观念和社会需求，形成具有全球适应性的传播策略。例如，在东南亚地区，可以结合当地草药文化，加强中医药的植物药研究和应用；在欧美国家，可以借助养生保健潮流，将中医药文化与现代健康管理理念相结合，推动针灸、推拿、食疗等养生方式的本土化推广。

同时，现代科技的发展为中医药文化的跨文化传播提供了更多可能性。数字媒体、人工智能、大数据等技术的应用，可以极大地拓展中医药文化的传播渠道和影响力。例如，短视频、社交媒体、沉浸式体验（VR/AR）、在线健康咨询等手段，可以让海外受众更加直观、便捷地了解 and 体验中医药文化。此外，游戏化传播也是一种值得探索的方式，例如将中医药文化融入电子游戏，让玩家在游戏过程中潜移默化地接受中医药文化的理念和知识。

此外，中医药文化的国际传播还需要依托制度建设和政策支持。政府、学术机构和企业应通力合作，推动中医药文化的标准化、体系化发展，为跨文化传播提供更有力的保障。加强国际合作，促进中医药在世界范围内的认可和应用，例如推动中医药纳入世界卫生组织（WHO）标准体系，加强与各国医疗体系的对接，为中医药文化的全球传播奠定坚实基础。

未来，中医药文化的跨文化传播不仅要坚持传统节日民俗的文化根基，还要紧跟时代发展，创新传播方式，拓展传播渠道。唯有如此，中医药文化才能真正实现全球化传播，让世界更多的人共享中华传统医学的智慧和健康理念。通过这一过程，不仅能促进中医药产业的全球发展，也能增强中华文化的国际影响力，推动人类健康福祉的共同进步。

**基金项目** 本文获 2024 TCMIID<sup>®</sup> 中医药传承创新发展大赛教师组一等奖。

**作者简介** 张梅，女，1976 年 7 月出生于广东，博士，广东第二师范学院外国语言文学学院商务英语专业教授。通信地址：中国广东省广州市海珠区新港中路 351 号，邮政编码：510303。电子信箱 meizh@gdei.edu.cn, <https://orcid.org/0000-0002-4897-4619>。

#### 参考文献

- [1] 张其成：论中医药文化核心价值“仁和精诚”的凝练，<https://www.163.com/dy/article/E3CNDP3M0521P4KG.html>, 2018-12-19.
- [2] 李杰：加快中医药临床科研成果转化，发挥中医药独特诊疗优势，<https://finance.sina.com.cn/jjxw/2023-03-10/doc-imykkuvr2915940.shtml>, 2023-03-10.
- [3] 王众托：隐性知识是中医传承关键，[https://www.sohu.com/a/166197970\\_238814](https://www.sohu.com/a/166197970_238814), 2017-08-21.
- [4] 陶林，张宗明. 论中医文化传播的困境与突围 [J]. 理论月刊，2015（3）：21-25.
- [5] 彭贵珍，赵治学，黄始玉. 中医药文化资源内涵初探 [J]. 江西中医药大学学报，2022（2）
- [6] 薛培，李泽，刘启东. 浅议中医药文化资源 [J]. 中医药管理杂志，2017（13）
- [7] 吴宪. 传统节日民俗与中医药文化资源开发 [J]. 经济视角，2013（5）
- [8] Anwen Zheng, Chinese Idioms and Traditional Chinese Medicine [J]. Chinese Medicine and Culture, 2018(1):79-80.

（责任编辑：丁勇 Email: wtocom@gmail.com）