

大国关系专题

中国对巴西的文化外交：实践与挑战*

左晓园

内容提要：在国际关系史中，文化交流与文化外交一直和推动对外关系交织在一起。目前，文化关系尚属中拉关系中的短板。随着中拉关系的不断深入，文化因素将成为影响中拉关系的重要维度之一。巴西作为拉美地区大国，一直是中国对拉战略的重点。本文通过梳理中国对巴西的文化外交政策与实践的演变，分析当前中国对巴西文化外交面临的挑战，揭示了国际形势的变化以及对国际形势的判断如何影响中国文化外交的政策与实践。新中国成立70年来，中国对巴西的文化外交在不同的历史时期体现出不同的特点，这既是世界政治经济形势变化、作为新兴经济体的中国和巴西实力增长的结果，也反映了中国对世界与自我认知的变化。中国对巴西的文化外交促进了双方的了解，提升了中国在巴西的软实力，但影响文化外交效果的因素很多。为了更好地制定和实施对巴西的文化外交政策，中国应在加强对象国研究、如何将文化资源转化为外交优势、完善文化传播体系、加强文化传播能力、文化产品研发和文化外交人才培养等方面进行深入研究。

关键词：文化外交 软实力 自我认知 文化差异 文化传播

作者简介：左晓园，外交学院英语系副教授，外交学院拉美研究中心主任。

中图分类号：D822.2；G125 **文献标识码：**A

文章编号：1002-6649(2020)04-0073-20

* 本文系中央高校基本科研业务费专项基金项目委托项目“文化与外交：中国对外社会文化交往研究”课题（编号：3162015ZYYL07）的阶段性成果。

国际关系史表明，文化交流与文化外交一直和推动对外关系交织在一起。中华人民共和国成立初期，新中国对巴西的文化外交是为建交打基础的开路先锋；改革开放后，文化外交成为中国对外开放工作的一部分；进入21世纪，中国对巴西的文化外交成为润滑中巴关系（特别是经贸关系）、加强全面战略伙伴关系、增信释疑的重要政策，体现了中国从一个积贫积弱、国际影响力有限的外围国家，崛起成为在海外拥有广泛利益的世界第二大经济体和国际秩序的积极参与者、改善者的角色转变。在此过程中，中国对国际形势的判断、对世界的认知、自我认知以及与世界的关系不断变化，中国外交战略思想也随之调整。中国对巴西的文化外交的发展体现了这个变化过程。

一 文化外交的定义

美国学者拉尔夫·特纳（Ralph Turner）于1942年向美国国务院提交了一份关于对外文化关系的“特纳备忘录”，明确提出了“文化外交”的理念，该理念经由美国外交史专家弗兰克·宁柯维奇进行系统阐述后得以发展^①。美国学者米尔顿·卡明斯把文化外交定义为“为增进相互理解，国家与人民之间进行的思想、信息、价值观、体制、传统、信念、文化及其他方面的交流”^②。这个定义如今被许多研究者和机构接受。卡明斯的定义提出了文化外交的“双向性”，但他后来也承认，一个国家集中力量推广自己的语言、解释政策和观点，或者向世界讲述“自己的故事”更多是单向而非双向的交流。

中国学者对文化外交的定义常常体现出对文化外交的目标、实施者以及是否为双向活动的看法。在21世纪早期的文化外交研究中，李智认为，文化外交是“主权国家以维护本国文化利益、实现国家对外文化战略目标为目的，在一定的对外文化政策指导下，借助文化手段来进行的外交活动”^③。这个定义强调行为体是国家，并体现出单向性。张清敏教授曾经提出，文化外交的首要目的是维护国家安全，特别是在全球化条件下文化安全遭到威胁的时候，

^① 参见 Frank A. Ninkovich, *The Diplomacy of Ideas: U. S. Foreign Policy and Cultural Relations, 1938 - 1950*, New York: Cambridge University Press, 1981, p. 67.

^② Milton C. Cummings, "Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey", Washington: Center for Arts and Culture, 2009, p. 1.

^③ 李智著：《文化外交：一种传播学的解读》，北京：北京大学出版社，2005年。

更加需要维护国家的文化安全，保持本民族的文化特性；其次，对外文化交往是由政府代表的主权国家采取的国家对外政策的一部分，通过外交途径促进文化交流，塑造一个有利于自己国家的良好形象，从整体上服务于国家的对外政策。^① 随着时间的推移，学界对文化外交有了更多的思考，国内学者对文化外交的定义也更加关注双向性。范勇鹏将文化外交定义为“以一国政府为主体，在思想、教育、文化等领域，基于主体的平等性、方式的对等性和相互性、内容的真实性、目标的长远性，对他国开展的持续性的人员交流、文化传播和思想沟通，以渐进实现国家软实力提升和文化推广等目的的活动”^②，他将文化外交按效用依次分为3个层次，并指出文化外交的原则。本文论述的“文化外交”指，在政府主导或支持下、以推动国家外交目标实现，如促进相互了解、塑造良好形象、营造积极的国际发展环境为目的的对外文化交流，包括思想、教育、文化等领域的人员交流、思想交流和文化推广等。

文化是国家“软实力”的一部分，并已经成为共识。然而，在现实主义主导的外交政策中，文化交流常常被认为是“值得做，但并非必须做的工作”^③。许多政治家和外交官将文化外交看作是外交政策工具箱中的一个次要工具。此外，由于难以测定文化外交对受众行为的长期作用，也使其在政策优先层级中处于低位。^④ 尽管文化作为一种“软实力”经常被忽略，但它能够并且确实在实现国家战略目标方面起到重要作用。美国参议员富布赖特(J. William Fulbright)曾经说过，“在漫长的历史过程中，让人们理解你的思想会比增加一艘航母带来的安全更大”，表达了文化外交在国际关系中的重要作用。然而，在国际关系中，“软权力的力量来自扩散性，只有当一种文化广泛传播时，软权力才会产生强大的力量”^⑤。因此，实现文化的权力属性，必须通过可成功推动文化传播的文化外交政策和活动。

① 张清敏：《全球化环境下的中国文化外交》，载《外交评论》，2006年第1期，第37页。

② 范勇鹏：《文化外交的层次及效用》，载《公共外交季刊》，2013年第4期，第51页。

③ Kirsten Bond, Rachel Briggs, John Holden, and Samuel Jones, *Cultural Diplomacy*, Demos, London, 2007, p. 11.

④ Simon Mark, “Discussion Papers in Diplomacy: A Greater Role for Cultural Diplomacy”, Netherlands Institute of International Relations “Clingendael”, 2009, pp. 2-3.

⑤ 王沪宁：《作为国家实力的文化：软实力》，载《复旦学报》（社会科学版），1993年第3期，第91页。

二 中国对巴西文化外交政策的演变

中国与巴西在地理上相距遥远。两国最早的交往可以追溯到16世纪开始的葡萄牙海上贸易。从澳门开往葡萄牙的船只偶尔在巴西港口补给。到了18世纪,澳门虽然没有取得直接同巴西通商的权利,但装载着中国丝绸、瓷器和茶叶等商品的船只,继续在巴西里约热内卢和东北部的港口停泊,中国丝绸和瓷器逐渐成为巴西上层社会喜爱的奢侈品。19世纪初,数百名湖北籍茶农从澳门前往里约热内卢从事茶树种植。1881年,中国清政府和巴西政府签订了《和好通商条约》,正式建立外交关系。然而,由于两国相距遥远、交通不便、接触稀少,因此,在相当长的历史时间里,巴西对中国的认知是基于东方主义的想象。

(一) 新中国成立初期至中巴建交前:作为“开路先锋”的文化外交

中华人民共和国与巴西的接触始于民间外交,特别是文化外交。立国之初,在“东”“西”两大阵营的对抗中,中国采取“一边倒”战略,站在以苏联为首的社会主义阵营一边。中国的政治、经济外交受制于西方敌对国家的孤立和封锁,国际活动空间非常有限,“文化外交因而成为总体外交的主要工具,深得第一代领导人的重视”^①。彼时,中国对拉美大陆及巴西了解甚微,没有建立外交关系,民间往来稀少。巴西与中国分属于对立的两大政治阵营,巴西政府与台湾当局保持着所谓“外交关系”。在美国的阻挠、巴西执政者的反共成见以及台湾当局的干扰下,开拓与巴西的官方外交关系困难重重。因此,民间外交,特别是文化外交成为这一时期重要的外交工具,为未来中巴建交进行铺垫。

周恩来总理曾指出,“外交是通过国家和国家的关系这个形式进行的,但落脚点还是在争取和影响人民。”^② 在新中国文化外交的探索阶段(1949—1963年),让巴西人民了解中国、理解中国人民的革命事业、产生反帝反殖认同成为中国对巴西文化交流的主要目的。中国政府或由政府主办的社会团体,如1954年成立的中国对外文化协会,开始成为对外文化交流的主要机构。

^① 吴白乙:《文化外交:历史、现实的审视与思考》,载《美国研究》,2016年第3期,第9—33页。

^② 1952年4月30日周恩来总理在一次对我国驻外使节会议上的讲话节录。参见《周恩来外交文选》,北京:中央文献出版社,1989年,第52页。

1956年1月，楚图南以对外文化协会会长的身分，先后向包括巴西在内的19个国家致函邀请文化友协的团体和个人访华。^①此外，中国通过参加世界和平大会等国际组织，建立起与巴西文化界交往的重要渠道，通过官办社会团体开展文化交流活动，邀请巴西文化界知名人士访华、参展，推动在巴西成立对华友好的社会组织，并借助他们“穿针引线”，邀请中国文化代表团访问巴西成为双方交流的主要方式。来访的不少巴西文化界人士都受到过毛泽东、刘少奇、周恩来等领导人的接见。在巴西友人的推动下，里约热内卢和圣保罗市分别于1953年9月和1954年3月成立了“巴西—中国文化协会”。1954年初，周恩来总理复信给圣保罗巴西—中国文化协会的领导人阿培·彻蒙特，祝贺巴西—中国文化协会成立。周恩来总理在复信中说，“协会的成立必将得到中国人民的重视和欢迎。因为它有助于中巴两国人民的文化交流及相互了解，也就是有益于保卫世界和平的崇高事业。”^②巴西—中国文化协会成为两国民间交往的桥梁。

1956年8—9月，以中国人民对外文化协会会长楚图南为团长的中国艺术团首次到南美4国演出，周恩来总理亲自审查了节目单。中国艺术团此次在巴西的访问演出是中国对巴西文化外交的一个重要开端。这次访问一波三折。巴西政府先是拒绝向中国艺术团发放入境签证。著名作家若热·亚马多(Jorge Amado)等一些访问过中国的巴西左翼人士在文化界发起了抗议活动，使得巴西政府在很短时间内改变了态度。中国艺术团的演出取得了巨大成功^③。巴西政要、社会名流、文化界人士、驻巴使节等2200人观看了代表团在里约热内卢的演出。^④代表团还和巴西的大学进行了接触。此后，受邀访问中国的巴西社会名流代表团数量明显增加。根据《新中国对外文化交流史略》记载，在1956年12月至1963年9月期间，中国与巴西之间的文化交流活动有34项，主要是邀请巴西文化和社会名流、新闻工作者访华。毛泽东主席和周恩来总理都曾接见过来访的巴西文化界人士。相对而言，中国访问巴西的团组数量较少。

① 佟莲：《楚图南：人民外交家》，载《中国人大》，2010年第19期，第48页。

② 孙维学主编：《新中国对外文化交流史略》，北京：中国友谊出版公司，1999年，第70页。

③ Joseph J. Lee, “Communist China’s Latin American Policy”, in *Asian Survey*, University of California Press, Vol. 4, No. 11, November 1964, p. 1124.

④ 俞林：《巴西片段（二）》，载《世界知识》，1957年第2期，第29页。转引自贺双荣主编：《中国与拉丁美洲和加勒比国家关系史》，北京：中国社会科学出版社，2016年，第87页。

1960年,中国与古巴建交,实现了在拉丁美洲和加勒比地区的外交突破。同时,古巴革命的胜利也鼓舞了其他拉美国家要求摆脱外国垄断资本主义控制、维护民族权益的运动。此时中国与巴西虽仍未建交,但已经开始官方接触。1961年8月,巴西副总统若昂·古拉特(João Goulart)率贸易代表团访华,提出互设贸易办公室。在冷战处于高潮期的背景下,“这个友好的举动当时被许多人(巴西国内和国外)看作是危险的极左行动”^①。同年,由民族主义者、议会阵线议员若泽·德卡斯特罗主持的巴西—中国文化协会在巴西首都巴西利亚成立;巴西维多利亚出版社出版了《毛泽东选集》第一卷的葡文版;新华社巴西分社在里约热内卢成立。1962年3月,应巴西全国职业新闻工作者联合会的邀请,中国新闻工作者代表团赴巴西访问,此时已成为总统的古拉特接见了代表团。次年,中国教育工作者代表团、中国学生代表团、中国经济贸易展览会筹备工作小组访问巴西。然而,20世纪60年代中后期,由于中苏论战、中国国内的“左倾”运动,以及对外推进“世界革命运动”,加上巴西国内发生政变,亲美反共的右翼政府上台,逮捕了新华社驻巴西记者及中国赴巴西筹备经贸展览会的9名工作人员,诬陷他们为间谍并以颠覆罪判刑。至此,中国与巴西的关系几近冻结,双方文化交流活动几乎中断。

总体而言,从中华人民共和国成立初期到“文革”之前,中国在国力有限的情况下,能够较有成效地动员和整合国内文化资源,开展对巴西的文化外交工作,对争取团结巴西友好力量,扩大反帝反殖反霸的国际统一战线,塑造和平、正义、友善的国家形象发挥了显著作用,吸引了一批巴西左翼知识分子,打开了一扇巴西民众了解中国的窗户。当然,这一时期的中国文化外交水平,按现今的标准来看,有明显的不足和缺陷。“在冷战因素和苏联模式的影响下,新中国的文化体制、外交理念表现出过度集中和浓厚意识形态色彩等特征,行为者由宣传、文化、教育、科学技术、卫生、体育、艺术、翻译出版等公立机构,以及官办对外友好团体构成,缺少公众的广泛参与。‘革命文化’的主导地位导致文化外交过度集中于对新中国的形象建构,选题和叙事力避‘封、资、修’之嫌,却失去了历史的厚重感以及话语体系的生动性……频繁的政治运动和僵化的计划经济还使得中国文化产业规模、业态、产能难以充分发育并在文化外交中缺位。”^②另外,由于这一时期的文化外交

^① Alexandre Uehara and Guilherme Casarões, “Brazil, East Asia and the Shaping of World Politics”, in *Perceptions*, Vol. XVIII, No. 1, Spring 2013, p. 87.

^② 吴白乙:《文化外交:历史、现实的审视与思考》,载《美国研究》,2016年第3期,第9-33页。

中浓厚的意识形态色彩，积极宣扬世界革命，“红色中国”的形象虽然吸引了巴西左翼知识分子和意见领袖，但同时也引起了右翼亲美势力的警觉和敌意，导致在巴西政权更迭后，中巴文化外交陷入停顿。

（二）改革开放至20世纪末：作为对外开放工作的一部分，文化外交渐成机制

20世纪70年代初，随着东西方关系的缓和，尤其是中美关系解冻，许多拉美国家逐渐摆脱“意识形态边疆”的束缚，承认意识形态的多样性，主张不同社会制度的国家和平共处，实现对外关系的多元化。同时，随着中华人民共和国在联合国恢复合法席位，中国的国际地位和声望空前提高。1974年，毛泽东主席提出划分三个世界的战略思想，并宣布中国属于第三世界，永不称霸，把加强同第三世界国家的团结与合作作为中国外交的基本点。

进入20世纪70年代以后，巴西的经济实力增长较快，国际地位明显提高。为实现其大国抱负，巴西政府开始调整外交政策，积极发展对外关系。1974年埃内斯托·盖泽尔（Ernesto Geisel）总统上台后，提出“实用主义”的外交方针，其核心是外交为民族经济发展服务，为对外经济及贸易多样化铺平道路。他做出了“在国际上大步跃进”的外交决策，其重要标志就是发展同中国的关系^①。同年8月15日，两国宣布正式建立大使级外交关系。

然而，中巴建交时，中国尚处在“文化大革命”后期。巴西军政权也“对共产党领导下的中国尚存怀疑和畏惧”^②。据知情者讲，“在（建交）公报签署前的一段时间里，巴西外交部已预先同军方做了接触，以试探他们的意见。……当时有几位高级将领……反对中巴建交。”^③基于这些情况，在建交初期，中巴两国的关系很难快速发展。建交翌年，时任巴西外交部长的西尔维拉在接受中国驻巴西首任大使张德群递交国书副本时，对他说了意味深长的话，“两国关系的发展得慢慢来，像大象走路，有时可能坐下来，但倒退是不可能的。”^④

随着“文革”结束，邓小平根据国际形势变化和国内建设的需要，对中国外交战略做出重大调整，开始实施改革开放政策。邓小平提出，和平与发展已成为时代发展的潮流，中国决定不同任何大国结盟，把维护世界和平与

^① 朱祥忠：《中国和巴西岁月风雨40年》，载《百年潮》，2014年第7期，第45页。

^{②③} [巴西]雅尼丝、伊利克主编，张宝宇等译：《巴西与中国：世界秩序变动中的双边关系》，北京：世界知识出版社，2001年，第100页。

^④ 黄志良著：《中拉建交纪实》，上海：上海辞书出版社，2007年，第186页。

促进人类进步作为本国外交的根本目标，争取和充分利用较长时期的国际和平环境，集中精力进行社会主义现代化建设。进入20世纪80年代以后，中国处理国与国之间的关系不再受社会制度和意识形态因素的制约。随着对国际形势的新判断以及战略思想的转变，以及中巴两国利益融合点的逐渐增多，两国政府的接触、合作意愿也在不断增强。在改革开放的时代背景下，文化外交作为中国对外开放大局的一部分得以积极推广。1978年，武汉杂技团一行50人访问巴西，恢复了已中断20年的中巴艺术交往。这虽然只是一次商业演出，但得到了官方的大力支持。巴西联邦部长、州督、参院议长等政要出席观看了演出，接见了杂技团一行，并授予杂技团团长江国国会勋章。1985年11月，中巴两国签订文化教育合作协定，同意成立由两国政府有关部门代表组成的文化混合委员会。

从20世纪90年代起，拉美地区在中国外交战略中的重要性开始上升。在此背景下，拉丁美洲的地区大国——巴西被视为中国扩大“南南合作”的关键国家之一。1991年首次中巴文化混委会在巴西召开，双方签署了1991—1992年度中巴文化教育合作执行计划，意味着中巴文化外交开始进入形成机制阶段。在政府间协议的支持下，中国对巴西的文化外交覆盖面、规模、规格显著提升，内容不断丰富，思想领域的交流开始增加。1993年中国与巴西建立战略伙伴关系后，中方高层频繁访问巴西，文化交流活动也日益增多。此间，中巴文化混委会相继签署了中巴文化教育合作协定和年度执行计划，使中巴文化交流和合作走上正规、持续、均衡的发展轨道。文化交流扩大到文化艺术的各领域，在音乐、戏剧、杂技、造型艺术、广播、电影、电视、图书、出版等领域开展了一系列交流活动。中国电影代表团多次参加在巴西举办的国际电影节，参加获奖影片展映。双方互办多种艺术展。1996—1997年间两国互相提供了大量的纪录片，在全国电视网上播出，引起公众的巨大兴趣。中国开始加强对葡萄牙语人才的培养，一些高等院校开设了葡萄牙语课程，并翻译了一些葡萄牙语文学著作。在巴西，越来越多的人开始了解并对中国传统医药（特别是针灸和中草药）、太极拳等产生兴趣。此外，双方也开始了在思想领域的交流。巴西成为中国同南美国家开展文化交流最多的国家之一。

（三）21世纪以来至十八大召开：作为增信释疑、经济合作的助力，文化外交向纵横扩展

随着全球化的加深、互联网技术革命及新媒体的普及，各国人民参与政

治和社会生活的方式和力度发生了很大变化，文化外交——一种通过吸引力来影响外国民众的“软实力”因此更加重要，文化外交的领域不断扩展、方式更加多样。2007年英国智库迪莫斯（Demos）发布的一份研究结果显示，“我们正从一个文化外交主要关注精英间关系的世界——由静态的、传统的文化场合为惬意的大使及政治接触提供机会和背景，转变为文化也成为大众层面人民交流的媒介。现在多点对多点的文化交流传播非常快，能够产生深远影响，以至于直接影响甚至指导更传统的文化外交形式。”^① 中国对巴西的文化外交也经历了从仅聚焦文化精英到扩展至大众层面文化交流的过程。

在21世纪的第一个十年里，中国经济的强劲增长和中国海外投资的增加使中巴之间贸易额激增，中国成为巴西第一大贸易伙伴和重要的外资来源国。经济上的密切联系也使两国出现摩擦的机会增加，一时间巴西出现了关于所谓“中国实行新殖民主义”的论调。加强文化外交，促进巴西对中国的了解益发迫切。

1. 中国文化外交政策的内容不断扩展、行为体增多

进入21世纪以来，随着中国经济累积发展和国际地位显著提升，中国领导人深刻认识到软实力越来越成为国际竞争的一个重要方面。时任中央委员会总书记胡锦涛在党的十七大报告中，将提升文化软实力提高到国家战略的高度。2009年，胡锦涛又在驻外使节会议上提出，“要努力使我国在政治上更有影响力、经济上更有竞争力、形象上更有亲和力、道义上更有感召力。”^② 文化外交被看作为提升国家软实力的长期战略课题。文化外交政策有了更明确的指向：积极推动中国文化“走出去”，在维护国家文化安全的前提下引进世界优秀文化成果；文化外交政策关注的内容扩展到文化安全、文化贸易、文化中心建设、文化走出去等，并提出借用商业方式传播中华文化。

在此过程中，越来越多的机构参与到文化外交活动中。为了协调各部门之间的行动，更好地实现资源配置，提高对外文化交流工作的效果，2009年中国政府建立了对外文化工作部际联席会议制度，形成了以文化部牵头的协调机制，以便“统筹协调中央部委之间、中央和地方、政府和民间、国内和

^① Kirsten Bound, Rachel Briggs, John Holden, and Samuel Jones, *Cultural Diplomacy*, London: Demos, 2007, p. 16.

^② 文化部副部长赵少华在2010年文化部驻外文化处（组）及文化中心负责人年度会议上的讲话，2010年1月6日，第3页。

国外的文化资源”，形成“一盘棋”的对外文化工作大格局成为重要的任务。^①

2. 中巴文化交流机制趋于成熟，进一步推进了文化外交的深度和广度

2001年11月，中巴两国外交部第十次政治磋商和两国第四次文化混委会在北京召开。同年，巴西举办了为期8个月的中国文化节。文化节期间，中国艺术家们分别在巴西7个大中城市举办了京剧、文物展、绘画艺术展、京剧造型艺术展等。2003年2月，在圣保罗市举行的中国“秦兵马俑和故宫文物展”，吸引了70多万名巴西观众参观，卢拉总统出席了开幕式。2004年，中巴高层协调与合作委员会（以下简称高委会）成立。高委会下设文化分委会，国务院新闻办为配合国家领导人出访，在巴西举办了主题为“感知中国——中国文化南美行”的大型文化交流活动，由4场演出活动和上海博物馆承办的“中国青铜器展”组成。其中，云南艺术代表团的《云南映象》表演在圣保罗首场演出取得巨大成功，受到了巴西媒体和民众的关注。这次“感知中国”文化周的系列演出活动由拉美著名的演艺公司“美洲娱乐”（CIE）负责具体的商业化运作。

2008年金融危机爆发后，中巴交流更加密切。2010年4月，两国签订《2010年至2014年共同行动计划》，加强对两国战略伙伴关系相关领域发展的战略指导。共同行动纲领中包含了在文化、教育领域的合作。双方同意在高委会文化分委会框架下，建立相关主管部门领导定期工作会议机制，加强政府间文化交流与合作，鼓励和推动两国社会各界参与双边文化交流，拓展交流领域。在此期间，中巴媒体交流也在扩大。2011年中央电视台拉美中心站在巴西启动。《中国日报》拉美版在巴西创刊出版、中国国际广播电台在巴西设立拉美地区总站。巴西重要媒体加大在华设立记者站或派记者来华访问。

为进一步推动落实《共同行动计划》，2012年6月两国签订《十年合作规划》（以下简称《十年规划》），明确2012—2021年双方在科技与创新、经济合作及人文交流方面的优先领域和重点项目。其中涉及文化外交的内容包括，文化艺术领域的交流与合作，签署在巴西建立中国文化中心和在中国建立巴西文化中心的谅解备忘录；加强两国在文化产业领域的交流；鼓励双方

^① 文化部副部长赵少华在2010年文化部驻外文化处（组）及文化中心负责人年度会议上的讲话，2010年1月6日，第6页。

图书馆间交流。同时，在广播电影电视领域，加强双方广播媒体在节目互换、网络视频推介、人员交流等方面的合作；加强中国国际广播电台与巴西有关电台节目互换合作的范围与深度；推动中国国际广播电台“国际在线”网站与巴西相关网站建立合作，通过其平台推广国际台、葡文网自主策划制作的视频节目；推动中国国际广播电台葡语部与巴西相关电台探讨建立定期人员交流互换机制的可能性。双方鼓励互办电影展并互派电影代表团；鼓励参加在对方国家举办的国际电影节及合作拍摄电影。在新闻出版领域，双方鼓励和支持两国新闻出版主管机构建立工作关系，加强新闻出版领域的交流与合作；鼓励本国出版社用本国语言介绍、翻译、出版对方国家的优秀文学作品及各类著作，并以适当方式资助；鼓励本国出版机构积极参加在对方国家举办的国际书展；推动和促进有关中巴关系史的研究活动，包括出版两国已对公众开放的外交及其他官方文件。在体育领域，加强运动员和教练员在训练和培训方面的交流；继续执行双方已签署的体育合作谅解备忘录，推动双方主管体育工作的高层官员互访，积极协调双方在国际体育事务中的立场，适时开展群众体育和体育科研领域的交流。在教育领域，积极扩大学生交流，根据互惠原则互换政府奖学金，特别是在巴西“科学无国界”计划框架内推动巴西学生在中国大学深造；加强在语言教学领域的合作，中国加大对巴西孔子学院的投入，双方互派语言教师进行汉语和葡萄牙语教学；通过支持各自高校对对方国家的国别研究，增进相互了解。

此外，中国节日和习俗已融入巴西社区组织的庆祝活动中，中国对巴西的文化外交扩展至大众层面的文化交流。2010年，中国文化部组织的“欢乐春节”活动在圣保罗举行，当地华人社团积极配合参与，吸引了大批巴西民众，并被当地几家主流媒体报道。

三 十八大以来中国对巴西文化外交的政策与实践

随着中国经济、政治和军事实力及影响力与日俱增，中国不断遭遇外部世界的不解和疑虑，甚至敌视和排斥。“伴随中国加快参与全球经济治理的步伐，一系列对外重大贸易、投资、产业对接举措相继出台，不仅会带来中国与各方利益的交错，也可能引起相关的人文和地缘政治反应。在这种情况下，作为‘民心工程’的文化外交需要承担起促进理解的作用，不能及时跟上的话，这些跨国经济合作安排的可持续性、安全性会令人担忧。因此如何让外

界了解中国成了首要使命。”^①

(一) 明确文化外交的新定位, 明晰文化外交的新思路

党的十八大号召树立高度的文化自觉和文化自信, 建设社会主义文化强国^②, 进一步明确了扩大文化领域对外开放、积极吸收借鉴外国优秀文化成果、不断增强我国文化整体实力和竞争力的战略方向。2013年年末, 中共中央政治局第十二次集体学习以“提高国家文化软实力”作为主题。习近平总书记主持学习时强调, 提高国家文化软实力, 关系“两个一百年”奋斗目标和中华民族伟大复兴中国梦的实现。他还强调, “提高国家文化软实力, 要努力传播当代中国价值观念。”^③ 在2014年10月召开的文艺工作座谈会上, 习近平总书记进一步指出, “国际社会对中国的关注度越来越高, 他们想了解中国, 想知道中国人的世界观、人生观、价值观, 想知道中国人对自然、对世界、对历史、对未来的看法, 想知道中国人的喜怒哀乐, 想知道中国历史传承、风俗习惯、民族特性, 等等。这些光靠正规的新闻发布、官方介绍是远远不够的, 靠外国民众来中国亲自了解、亲身感受是很有限的。而文艺是最好的交流方式, 在这方面可以发挥不可替代的作用。……文艺工作者要讲好中国故事、传播好中国声音、阐发中国精神、展现中国风貌, 民众通过欣赏中国作家、艺术家的作品来深化对中国的认识、增进对中国的了解。要向世界宣传推介我国优秀文化艺术, 让国外民众在审美过程中感受魅力, 加深对中华文化的认识和理解。”^④

十八大以来, 中国文化外交的思路越来越明晰, 尝试改变过去以政府为主导的方法, 更多借用商业方式传播中华文化; 集中力量办大事, 形成全方位、多层次、广覆盖的工作格局^⑤。在过去十几年中, 中国共产党和政府开展文化外交的思路和其发展理论不断明晰。“官民并举、双轮驱动, 交流互鉴、兼容并蓄”成为对外文化交流的重要原则, “继承传统、突出当代、中国元素、国际表达”等工作思路在对外文化工作中得到具体落实和体现。对外

① 吴白乙:《文化外交:历史、现实的审视与思考》,载《美国研究》,2016年第3期,第9-33页。

② 《十八大明确文化建设重点任务:建设文化强国》,人民网,2012年12月5日。<http://art.bank.people.com.cn/n/2012/1205/c222945-19802826.html>。[2016-08-23]

③ 习近平:《建设社会主义文化强国,着力提高国家文化软实力》,载《人民日报》2014年1月1日。

④ 习近平著:《在文艺工作座谈会上的讲话》,北京:人民出版社,2015年,第16-17页。

⑤ 赵少华:《全面贯彻落实十八大精神,努力构建对外文化工作科学发展观新格局》,载《对外文化交流通讯》,2013年第2期,第1-4页。

文化工作逐步实现从以文化官员、文艺人士团组互访和互办文艺演出、展览为主的“圈内”友好往来，拓展到包括影视、出版、文学、文物、体育、青年、旅游、传媒和文化产业、贸易等在内的“大文化”领域的交流与合作，文化交流的参与范围和交流领域不断扩大。

（二）中巴文化外交取得新进展

从2012年起，中国与巴西的关系提升为全面战略伙伴关系，在经贸领域的合作及多边层面的交流与合作更加密切。2013年3月举行的金砖国家领导人第五次会晤中，两国元首明确表示，将努力推动中巴关系成为经济全球化深入发展条件下新兴国家关系的典范。在两国政府的大力支持下，2013年两国互办文化月。在巴西“中国文化月”活动中，一些中国文艺机构开拓南美及巴西市场，如北京京剧院以商演的形式推出十几场京剧节目，场场爆满；伊瓜苏电影周放映了9部中国电影，通过影片使巴西观众能够从不同角度了解中国社会各个层面的现实情境，加深对中国文化的认识；浙江民乐演出队伍“彩蝶女乐”的表演将“中国文化月”的活动推向了高潮。巴西“中国文化月”专门为巴西民众打造，不仅进一步增进了双方民众的相互了解和友谊，还为加深巴西民众对中国文化的认知打开一扇窗口。2013年到任的巴西驻华大使瓦尔德马尔·卡尔内鲁·莱昂在接受新华社采访时说，“文化交流活动是社会与社会、民众与民众的接触，其中‘人’是最重要的因素。文化推广活动向人们提供了通过艺术来了解另一个国家的机会，既可以打造良好的国家形象，也可以让人与人之间产生更多关联，产生互相了解、互相邀请、互相接近的兴趣，而这种兴趣也会渗透到政治、经贸方面。”^① 2014年是中巴建交40周年。习近平主席出访巴西时赠送巴西领导人的纪念品包括一套中国电影和电视剧光碟，配有英语、西班牙语和葡萄牙语字幕，表明中国领导人希望向巴西人民介绍当代中国及当代中国文化，希望当代文化作品能促进中国人民和巴西人民的相互了解。

文化主管部门将对外文化工作主要任务总结为：一是以思想交流促进理解，二是以艺术之美感染人心，三是以传播之力扩大影响，四是以产业之利谋求共赢，五是以人际交流培育感情，六是以文化之力塑造国家形象。^② 中国对巴西的文化外交活动也围绕这六个任务展开。在新时期，中国对巴西的文

^① 《专访巴西驻华大使：文化交流在于“人”》，新华网，2013年9月3日。http://news.xinhuanet.com/world/2013-09/03/c_117214764.htm。[2019-10-11]

^② 参见文化部部长雒树刚在“2015年驻外文化处（组）及文化中心负责人工作研讨会”上的讲话。

化外交主要体现出以下4个特点。

1. 多行为体参与形成合力,使中国对巴西的文化外交更加深入、触及面更广

随着中巴经济贸易合作和双边战略伙伴关系的不断深入和巩固,以及信息化的迅速发展,中巴文化领域的交流与合作在规模和层次上快速发展,交流的方式和内容更加丰富,参与文化外交活动的行为体也更加多样化,形成了政府引导、支持,中资企业赞助,孔子学院及巴西华人华侨积极参与的格局。随着科技进步和新媒体的普及,如今文化外交的形式和内容已经发生了很大变化。

一是孔子学院成为中巴文化交流的重要平台和桥梁。“最成功的文化外交项目把建立行动国与目标国的关系以及各个民族间的关系放在首位。这在多层级的机构和个人关系中表现得更突出。……关系使文化更人性、更可靠、更有吸引力。……教育交流通常被认为是对态度最有力、最持久的影响力之一。”^① 设立在巴西的孔子学院和孔子学堂在这方面做得较为成功,建立起了中国与巴西社会的关系结构。圣保罗州立大学孔子学院巴方院长保利诺教授曾撰文表示,“孔子学院为巴中文化学术融合提供了高层次的平台,为巴西青年一代提供了更好的起步平台。文化学术交流促进了巴中两国在经济和政治领域的交往和相互理解,也让巴西有更多机会了解自己最好的伙伴。”^②

巴西是设立孔子学院和孔子课堂最多的拉美国家,从2008年起第一家孔子学院在巴西成立开始,到2017年年底为止,巴西已经有10所孔子学院和5所孔子学堂^③。以推广汉语教学及中国文化为目的的孔子学院不仅推动了巴西汉语教育的繁荣,更成为传播中国文化的窗口及连接中巴民众的纽带。在传播汉语和中国文化的同时,借助中国经济强大的吸引力和中巴经贸关系日益密切的机遇,孔子学院成为协助巴西各界与中国沟通和建立联系的重要渠道。里约热内卢天主教大学孔子学院还和里约州政府合作,成立双语学校,为巴西中学生提供汉语学分制教育,并将中国传统体育项目纳入该学校体育课的

^① “Influence and Attraction, Culture and the Race for Soft Power in the 21st Century”, British Council, 2010, p. 27. <https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/influence-and-attraction-report.pdf>. [2018-10-22]

^② 夏静、陈川:《谱写中巴文化交流的新篇章》,载《光明日报》2016年8月12日第1版。http://epaper.gmw.cn/gmrb/html/2016-08/12/nw.D110000gmr_20160812_6-01.htm?div=-1. [2020-07-03]

^③ 《2017年孔子学院年度发展报告》。<http://www.hanban.edu.cn/report/2017.pdf>. [2018-07-10]

课程设置。他们还积极走进社区，让更多的巴西人、特别是青少年参与到感知中国文化的活动中。里约热内卢天主教大学孔子学院院长乔建珍已经在巴西工作多年，她以开放的心态和工作热情，不断深入了解巴西社会，融入当地社会，为巴西孩子插上希望的翅膀，帮助许多巴西人圆了“中国梦”。她的辛勤耕耘，赢得了巴西人民的信任，2014年荣获由巴西劳动部颁发的巴西“五一劳动奖章”，这是巴西历史上首次把该奖项颁发给外国人。巴西利亚大学孔子学院走进巴西外交部，为外交部工作人员传授汉语。此外，巴西的孔子学院如今也成为信息交流平台。他们承办或协办巴西中资企业人才招聘会、国际图书展、中国电影展、中国文化展等，推进中国文化进企业，成了许多巴西青少年放飞希望的地方。

二是大型中资企业资助文化项目，助力文化外交。在巴西投资的大型中资企业以多种方式资助公益文艺活动，有助于中国文化的传播。例如，根据国家电网2019年10月发布的报告，国家电网巴西公司累计赞助、支持“里约四季长跑”、圣保罗国际电影节、巴西世界非物质文化遗产保护等450多项公益项目，覆盖220多个城市，超过11万人受益^①。特别是国家电网长期资助的马累贫民区青少年交响乐团，赢得了巴西社会的广泛赞誉，他们曾为两国领导人高访活动演出，获得高度评价。华为的“未来种子”项目成为巴西联邦政府“科学无国界”计划的一部分，并与巴西教育部签订了战略合作协议。华为与巴西教育部的合作项目覆盖了巴西5所顶尖信息通信技术大学，为巴西培养本地的信息通信技术人才。通过这种方式，“华为迄今已经为巴西培养了3万多名通信科技人才，为巴西实现信息化、工业化与智能化的深度融合做出了贡献”^②。

2. 思想文化交流在中巴文化外交中的地位突出

习近平总书记提出，“核心价值观是文化软实力的灵魂、文化软实力建设的重点。”十八大以来，中国文化主管部门在文化传播交流项目的设计上除兼顾大众文化外，开始更加关注人文思想领域的对话。除了专门为巴西设计的项目外，双方还在多边、地区间和国际间的文化活动中进行互动与合作。“汉学家与中外文化交流”座谈会、“青年汉学家项目”为各国从事汉学和当代中

^① 朱东君：《国家电网巴西首发社会责任报告》，人民网，2019年10月18日。https://www.dzwww.com/xinwen/guojixinwen/201910/t20191018_19267965.htm。[2019-12-01]

^② “李金章大使在华为巴西20周年庆典上的致辞”，中华人民共和国驻巴西联邦共和国大使馆网站，2018年6月7日。<http://br.china-embassy.org/chn/gdxw/t1566591.htm>。[2019-12-01]

国研究的优秀青年学者搭建一个学术交流平台,使他们有机会与中国相关领域的学者开展深度合作,更好地了解中国人的思维方式和中国社会的发展状况,通过自己的感受、研究和判断,向世界传达一个更加真实客观、追求和平和美好生活的中国。这两个项目也吸纳了对中国文化感兴趣的巴西青年学者。“中拉经典互译项目”选出两国具有代表性的高水平作品,招募高水平的翻译,采用汉外译者合作的方法,确保尽可能准确地传达两国的思想。以推动中外优秀影视文化作品的互鉴与传播、提升影视译制合作水平、推动中外影视译制密切合作为目标的“中外影视译制合作高级研修班”,每次邀请数十位从事中外影视制作、翻译、传播、研究工作的专业人士参加,巴西影视界人士也多次参与。

3. 中巴文化产业合作方兴未艾

2014年国务院发布了《关于加快对外文化贸易的若干意见》,提出鼓励、支持中国文化产业走出去的具体措施。中国文化产业代表团在阿根廷参加首届南美文化产业博览会期间,应巴西南大河州政府邀请,参加巴西“中国周”活动。该展览的主题是展示中国文化产业现状与巴中两国的文化贸易往来,目的是加强两国未来在经济、技术和文化等领域更深层次的投资与合作。展览分别从娱乐演出、工艺美术、文化旅游、动漫游戏、影视、演艺设备、产业聚集区、体育文化等领域展示,呈现了近年来中国文化产业取得的成果。近年来,中巴文化贸易增长迅速,中国文化产品出口额显著增长。根据联合国对2004—2013年国际文化产品及服务流通的研究报告,2004年中国出口巴西的文化产品贸易额为3290万美元,2014年为44952万美元。巴西从中国文化产品出口市场的第17位上升到14位^①。

为了推动各表演团体逐渐脱离对政府合作交流项目的依赖,并最终以文化贸易的形式自主地走向世界,中国文化部推出一系列活动。为帮助民营艺术团体走出国门,文化部在全国范围内遴选有实力、有中国代表性的民营团体由政府提供资金支持其赴海外参演,专门在中国代表团巡演过程中为民营艺术团体预留表演时间,如在巴西主推“陶身体剧场”等民营中小团体。在这个过程中,众多民营团体的表演日益成熟,其人员、表演艺术风格的灵活性受到越来越多的国外评论家及演艺机构的重视,以致他们

^① “The Globalisation of Cultural Trade: A Shift in Consumption”, UNESCO Institute for Statistics, 2016, p. 160.

开始频繁参加国际艺术节，不仅让自身的艺术走出国门，还开始实现自主盈利。

此外，业内人士认为，中国与巴西在影视制作、动漫游戏、演艺娱乐几个领域具有较好的合作空间和前景，在上述领域进行联合制作、国际发行，共同研发内容产品，可进一步推动双方的文化贸易和产业合作。

4. 多边与双边平台推进相结合

除与巴西签订的双边合作计划外，中国还充分利用多边机制推动对巴西的文化外交。如通过“中拉论坛”和金砖国家多边平台，扩大与巴西的文化交流，举办了如中拉文化节、中拉思想经典互译项目、金砖国家电影合作计划（电影节、电影论坛）等具有代表性的文化活动。2015年通过的《金砖国家政府间文化协定》，为金砖国家开展文化交流奠定了基础。2017年金砖五国共同签署了《落实〈金砖国家政府间文化协定〉行动计划2017—2021年》，推动金砖国家迈入大文化合作领域新阶段，成立了金砖国家图书馆联盟、博物馆联盟、美术馆联盟和青少年儿童戏剧联盟，开启了中巴常态化合作模式。

随着文化、教育、学术等交流日益深入，越来越多的巴西人对中国产生兴趣、愿意学习和了解中国，对中国的好感也在增加。根据皮尤研究中心的调查结果，2014年巴西人对中国持赞同态度的占比为44%，持不赞同态度的与之相当，占44%；2017年巴西人对中国持赞同态度的为51%，较2014年增长了7%，而持不赞同态度的有较为明显的减少，为25%；2017年巴西有50%的人更喜欢美国，52%的人认为中国比美国更受欢迎。^①虽然民调结果会受到多种因素的影响，但这些数据的变化趋势可在一定程度上证明中国对巴西文化外交的成果。

四 中国对巴西文化外交面临的挑战和政策建议

“文化外交的最终目的不是停留在交流与交往层面，而是要征服与培育人心。采取的方式通常与文化外交对象国的社会结构、权力结构等因素相关，但以上几种方式往往被综合使用，结合在一起为一国国家利益服务。”^②文化

^① 皮尤研究中心：《全球态度调查》，2017年。<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/08/23/in-global-popularity-contest-u-s-and-china-not-russia-vie-for-first/>. [2018-08-20]

^② 胡荣荣：《话语权与文化外交》，载《世界经济与政治论坛》，2008年第5期，第66页。

外交是将自身的文化特性、价值理念和社会生活等系统地、自然地昭示于人并取信于人的过程，这是一个长期过程，需要持续付出。随着两国间的文化、教育、学术等交流明显增加，越来越多的巴西人对中国感兴趣、愿意学习和了解中国。然而，中国文化“走出去”依然任重道远。目前，中国的吸引力仍然首先是来自经济上的吸引力。中国经济的强劲增长为巴西带来了发展机遇，特别是在近年来巴西经济增长缓慢的情况下，对巴西人而言，会说汉语、了解中国意味着个人发展机会。在中国对巴西的文化外交实践中，存在着一些问题，有些问题是共性的，有些具有个性化因素。

第一，对巴西的社会文化了解不够。中巴文化差异是认知偏差产生的核心根源。文化外交的效果与对受众的了解密切相关。文化的传播效果需要经过受众的解读才能实现，因此要“讲好中国故事”必须了解对象国的文化。文化外交是通过“可分享价值”来接近和赢取外国受众的。^① 确定可分享价值需要知己知彼，找到具有可分享价值的内容，以对方易于接受的方式传播。很显然，目前中国在对巴西的文化外交实践中还没有做到这一点。在多年的探索中，中国在“知己”上已经取得了很大进步，但在“知彼”上尚有欠缺。虽然外交、文化部门已经认识到了根据外交总体布局，针对不同国家的对外文化交流应该有所区别和侧重，但在政策实施过程中，由于中国对巴西社会文化仍然知之甚少，对巴西文化外交政策的针对性没有得到明显的体现，尚且没有形成明确的、针对巴西国情特点的文化外交思路、文化项目和产品设计。

约瑟夫·奈指出，“政治领袖们常常认为问题在于别人缺乏信息，如果他们知道我们所知道的，他们将按我们的方式看问题。但是所有的信息都需要经过文化过滤，慷慨陈词的表达很少能得到预期的听众反应。”^② 通过观察中国文化外交的实践成果，证实了奈的论断。因此，改变原有的外宣思路，针对巴西受众的特点进行活动和主题设计显得尤为重要。英国学者大卫·克拉克在探讨文化产品在文化外交中的作用时提出了建议，“投资文化外交的国家需要从望远镜的另一端开始看投资的效果和结果：不是试图定义一国文化的哪些种类需要在海外推广，以及如何推广，而应该将问题框定在其他国家的

① 吴白乙：《文化外交：历史、现实的审视与思考》，载《美国研究》，2016年第3期，第9-33页。

② Joseph Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs Press, 2005, pp. 111-112.

公民是如何对待外国的文化产品，作为决策者考虑如何应对的起点。”^①

中国政府希望通过文化外交使巴西了解一个什么样的中国，如何使巴西更好地理解中国是迫切需要解决的课题。在设计影响更为深远的思想文化领域的交流项目，以及在资助、推广面对巴西市场的文化产品的设计和选择上，应加强国别研究，在政策设计时邀请巴西问题专家参与。

第二，在文化资源转化为外交优势方面还很不够^②。文化资源并不能自然而然地转化为外交优势。如何将中国的文化资源转化为外交优势？德国学者大卫·巴拓识基于对中国传统文化的深入理解，提出了中国特色文化外交应当向世界逐步推广中国思想文化，为人类解决和回答“何为生命意义、如何过有意义的生活”这一核心课题。^③中国如何通过将古代思想文化与现实问题相结合来表现自己，中国传统思想文化应如何既能为人类社会长期提供积极的、被普遍接受的中华文明，又能真正对整个未来地球文明做出有益贡献，成功解答这些问题是将文化资源转变为外交优势的核心。学术界和知识界应结合中国文化，对中国的发展成就找出具有说服力的因果解释，构建中国话语体系，并借西方媒体展示理据。

第三，中国对外文化传播“重传统”而“轻现实”的偏向仍然没有得到根本改善。虽然中国传统文化在人类文明史上占有重要的地位，但在对外文化推广中，对传统文化和现代民俗的推介占比过高，并不能全部回应外界了解当代中国的需求和渴望。这一点在对巴西的文化外交上表现明显。中国与巴西相距遥远，文化交流的经济成本较高，如何在有限的资金条件下遴选最具代表性的文化产品成为一大考验。虽然文化主管部门已经认识到了“突出当代”的必要性，但在中国对外文化传播中仍然存在“重传统”而“轻现代”的偏向。这种欠缺主要在于学界和文艺界能够提供的当代优秀文化产品不足。当前中巴跨文化交流应当关注“时代性”和“新一代”，发掘培育具有思想内涵的文化产品和项目，将当代的中国文化、艺术介绍给巴西人民，让他们认识一个除了传统的京剧和功夫外，更加现代化的中国。

第四，对传统的传播手段关注较多，对新媒体的投入不足。在信息泛滥

^① David Clarke, “Theorizing the Role of Cultural Products in Cultural Diplomacy from a Cultural Studies Perspective”, in *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 22, No. 2, 2016, p. 148.

^② 赵可金：《中国文化外交的问题与思路》，载《公共外交季刊》，2014年第2期，第20页。

^③ 大卫·巴拓识著，江璐译：《论蕴含中国传统特色的文化外交》，载《国际传播》，2019年第2期，第31-32页。

的今天，注意力成为稀缺资源。信息时代的政治“可能最终是谁的故事会取胜”。因此，完善文化传播体系，加强文化传播能力十分重要。政府的沟通只是社会中整体沟通量的一小部分。在传统媒体式微的今天，对社交媒体投入不足会削弱信息传播的效果。如何有效利用软实力资源成为一大考验。巴西是世界上使用社交媒体最多的国家之一，使得巴西人特别容易暴露于网上的虚假消息和政治行动的影响。社交媒体已经削弱了传统媒体的影响力，打破了过去几十年传统媒体很大程度上由一家集团——环球集团（Globo Group）所控制的局面。巴西是脸书公司旗下的社交媒体“瓦次普”（WhatsApp）的主要市场，2.08亿巴西人口中有一半是其用户^①。对传统媒体缺乏信任，以及作为替代品的社交媒体渠道很容易获取，使得这些社交媒体成为真真假假的政治新闻的扩散器。在这种情况下，将部分投放于传统媒体的内容改为适合社交媒体的形式播放就成为一个重要的文化传播途径。

第五，文化贸易后劲不足，出口文化产品思想性、内涵不足，市场定位不准确，走向国际市场的能力较弱。实践证明，文艺演出商业化才能有更多的受众。由于有的高质量的文艺作品在巴西宣传不到位，观众很少，基本成了慰侨演出。通过巴西知名演艺公司的经纪人遴选，有利于具有中国特色的艺术作品被巴西民众所接受，并由他们进行推广，是比较务实的做法。此外，为文化企业提供咨询指导，帮助各表演团体逐渐脱离对政府合作交流项目的依赖，最终以文化贸易的形式自主地走向世界，也是文化管理部门应该考虑的工作。在文化产品出口方面，应该做到表达本土化，中国方面提供内容，聘请通晓中文的巴西人，以巴西民众容易接受的方式展示。

第六，文化外交人才匮乏。文化外交的竞争主要是人才的竞争。对外文化战略能否取胜，还在于实施这一战略过程的组织者、设计者、管理者、参与者是否在素质、能力、数量上具备相应的优势。因此，需要进一步加强中巴两国青年一代的文化交流、培养文化外交从业人员、提高青年的跨文化交流认知和能力，为中巴文化交流储备人才。

（责任编辑 王 帅）

^① Shannon Sims, “Fake News in Brazil”, in *Bloomberg Businessweek*, November 5, 2018.