

中国文化对拉美西语国家传播的新策略

许 硕

摘 要: 随着中国“走出去”战略的推进、中拉全面合作伙伴关系的建立,中国逐步加强了同拉美西语国家在政治、经济、文化等各方面的合作。由于拉美西语国家与中国距离遥远,文化差异较大,在政治、经济、文化合作时面临着诸多问题,二者亟须加强相互认知和相互理解。积极推进中国文化在拉美西语国家的传播,丰富文化传播方式,扩大中国同拉美西语国家的交往,可以让拉美西语国家人民真正地了解中国文化,提升中国在该地区的国际影响力。

关键词: 中国文化; 拉美西语国家; 传播

作者简介: 许硕,常州大学周有光语言文化学院讲师。

基金项目: 江苏省哲学社会科学基金一般项目“江苏民间文化在拉美西语国家中传播的问题及策略研究”(15ZHC003); 江苏高校哲学社会科学基金一般项目“中国民间文化在拉美西语国家中传播的问题及策略研究”(2015SJB472)。

中图分类号: G125 **文献标志码:** A **Doi:** 10.3969/j.issn.2095-042X.2019.04.013

在党的十九大报告中,习总书记强调,要“推进国际传播能力建设,讲好中国故事,展现真实、立体、全面的中国,提高国家文化软实力”,“推动中国文化走出去,是增强国家文化软实力,在综合国力竞争中赢得主动的迫切需要,同时也是营造良好外部环境、塑造良好国家形象的战略选择”^[1]。中国和拉丁美洲虽然在地域上相距遥远,但是中拉人民的友谊却有着悠久的历史,最早可以追溯到16世纪的海上“丝绸之路”。近年来,随着中国对外交流工作的不断推进,中拉关系日益密切,加强中国文化对拉美西语国家的传播,是我国文化对外宣传的一项重要工作。

中国文化,又称中华文化,是以古老的华夏文明为基础,整合和兼顾全国各地区和各民族的文化要素而形成的文化,是一种充满人类互动和悠久历史的文化,包含了中华民族生产生活方式、风俗习惯和传统思想道德风范的一种文化,是中华民族不断奋进的动力。拉丁美洲地区指的是官方用语为拉丁语系语言的美国以南的广大美洲地区,拉美西语国家共有18个,广泛分布在拉丁美洲地区^[2]。中拉交往有着非常悠久的历史。自16世纪“马尼拉大帆船”将中国的丝绸、瓷器等商品带到墨西哥和拉美其他地区时起,中国人的足迹就逐渐遍布整个拉美西语国家区域,中国文化也随之在拉美西语国家生根。因此,中国文化对拉美西语国家人民来说既熟悉又陌生。自中华人民共和国成立以来,中拉交往愈发频繁。20世纪五六十年代起,中拉之间就有不同形式的交往。特别是2013年我国提出了建设“21世纪海上丝绸之路”的构想,中国和拉美西语国家之间的交往日趋密切,形式多样,内容丰富^[3]。

一、中国文化目前在拉美西语国家的主要传播方式

(一) 通过政府间交往开展文化传播

中华人民共和国同拉美西语国家的外交始于20世纪60年代,古巴于1960年同我国建交。截至目前,已有15个拉美西语国家同我国建交,在多个领域同我国保持着友好关系,这有助于我国和拉美西语国家在国际事务中开展互利合作。21世纪以来,我国同拉美西语国家的交往日渐频繁,我国领导人多次出访拉美西语国家,在推动双边政治、经济交往的同时,也推动着中国文化向拉美西语国家的传播。

随着政府间交往的日趋频繁,我国主流媒体纷纷进驻拉美西语国家,新华社、中央电视台、《今日中国》杂志社等均在拉美西语国家设立办事处。在当地的大众媒体上,中国声音也日渐增多。每次中国领导人出访拉美西语国家,都会受到当地主流媒体的热捧。2018年年底,国家主席习近平出访巴拿马、阿根廷等拉美西语国家时,就在阿根廷《号角报》和巴拿马的《星报》等当地主流报纸上发表署名文章,并引发当地各界热议。2016年11月,应秘鲁总统库琴斯基邀请,习近平主席赴秘鲁出席亚太经合组织第二十四次领导人非正式会议并对秘鲁进行国事访问。“由央视拉美中心站拍摄制作的两集纪录片《中国与秘鲁:架起友谊桥》在秘鲁国家电视台和央视西语国际频道同步播出,全面讲述两国的历史友谊和飞速发展的双边关系。节目播出后,各方反响热烈。”^[4]

(二) 通过经济贸易活动开展文化传播

我国和拉美西语国家早期的交往方式就是经济贸易交往。从16世纪的“马尼拉大帆船”时代开始,中国的丝绸、瓷器、服装等商品就销售至拉美西语国家,中国文化也随之传播到拉美西语国家。近些年,随着世界经济一体化进程加速,以及中国和拉美西语国家之间的关系日趋密切,中拉贸易往来频繁。从经济结构来看,拉美西语国家的很多工业制品都依赖进口,而中国是当今世界的制造业大国,中国制造的瓷器、布匹、服装、箱包、玩具、厨房用具、数据处理设备等产品已经深入拉美西语国家人民的家庭生活,同时诸多富有中国特色的文化元素也随之传入了拉美西语国家,从点滴中实现了中国文化在拉美西语国家中的传播。

除了商品贸易外,我国在拉美地区还有大量投资和建厂。中国商务部数据显示,“2003年至2016年,中国在拉美累计投资1100亿美元”;2017年,中国和阿根廷两国“签署了总计300亿美元投资协议,其中包括铁路、机车、金矿、锂矿、电动车等领域。……中海油公司持有阿根廷布里达斯石油公司50%股权”^[5]。此外,中国在秘鲁、委内瑞拉、厄瓜多尔、玻利维亚等拉美西语国家承建了不少基础设施建设项目;中铝集团、徐工集团、奇瑞汽车等很多大中型企业在拉美西语国家投资或合资建厂;华立集团开发的华富山工业园区是中国在墨西哥建设的首个大规模工业园区,并于2016年3月被列入国家发改委国际产能与装备制造合作重点项目名单^[6]。中国和拉美西语国家的经贸合作,扩大了中国企业在拉美西语国家的影响力,加强了中国与拉美西语国家人民的沟通和交流,深化了中国和拉美西语国家的友谊,更在经贸活动中将中国文化传播到了拉美西语国家。

(三) 通过当地华人华侨开展文化传播

在中国文化对拉美西语国家传播事业中,当地华人华侨发挥了非常重要的作用。拉美西语国

家华人华侨具有人数众多、分布面广等特点。他们中的一部分人在当地经营中国饭店或百货商店，将中国的饮食文化和一些具有中国文化特色的商品带到了拉美西语各国，为拉美西语国家人民了解中国文化提供了便利。在很多国家，中餐已经深入人心。例如在秘鲁，中餐馆已经深入各个城市的大街小巷。中国的各类炒饭在秘鲁被称为“Chifa”，秘鲁人对炒饭的喜爱已经使得“Chifa”进入了秘鲁餐馆的菜单，甚至开设在其他拉美国家的秘鲁餐馆都售卖“Chifa”。这都归功于拉美西语国家各地华人华侨的大力宣传和推广。

除上述活动外，拉美西语国家各国华人华侨社团也非常活跃。他们经常组织一些节目巡演。在中国传统节日期间，当地华人华侨社团还会组织庙会、舞龙、舞狮、吃月饼、十二生肖讲解、剪纸、中国传统服饰秀等活动，以期推动中国文化融入拉美西语国家人民的的生活。在当地华人华侨的努力下，拉美西语国家人民加深了对中国和中国文化的了解，中国文化在拉美地区的知名度和美誉度不断攀升。

（四）通过孔子学院和其他汉语教学机构开展文化传播

随着中国综合国力的提升和国际影响力的增强，中拉经贸、文化等各方面交流增多，拉美西语国家人民对中国文化和汉语的兴趣也日益提高，而以对外汉语教学为主要目的的孔子学院/课堂以及当地汉语教学机构也在中国文化传播的事业中扮演着重要的角色。

截至目前，孔子学院总部/国家汉办在 14 个拉美西语国家共开设 26 家孔子学院和 13 所孔子课堂^[7]。这些孔子学院/课堂在当地大多受到了民众的欢迎和政府的支持。2017 年 11 月 21 日，时任智利总统的巴切莱特在智利圣托马斯大学孔子学院成立十周年庆典上认真地说：“明年 3 月卸任总统，我也想来孔子学院报名上课。”^[8]不仅在智利，在秘鲁、墨西哥等众多拉美西语国家，汉语课程也已逐渐被列入中学、高校的学分制课程体系。除了学分制课程外，拉美西语国家各孔子学院/课堂针对不同需求的民众开设了兴趣班、中国文化体验班、汉语水平考试（简称 HSK）培训班等各类课程班。在授课时间上也相对更为灵活，有早晚班、周末班、短期密集强化班、长期班等，同时定期举办中国文化宣传讲座和活动^[9]。除了孔子学院/课堂以外，当地开设的众多中文学校也名声在外。秘鲁的中华三联民校、智利的中文之星华文学校、哥斯达黎加的中哥文化教育中心等华文学校除了招收当地华人华侨子女外，也招收本地学生；既教授汉语课程，也传授中国文化。他们都在各自的国家发挥着极为重要的作用。

在孔子学院/课堂和当地中文学校的努力下，中国文化和汉语学习在拉丁美洲蓬勃发展，为拉美西语国家培养了大批优秀的汉学者，拉近了拉美西语国家人民和中国的距离，对“中国文化走出去”战略在拉美西语国家的顺利推进发挥了积极作用。

（五）通过书籍、大众媒体和互联网开展文化传播

随着中拉交往日益密切，我国大量书籍被翻译成西班牙语传播至拉美西语国家。被翻译图书种类丰富，既有《文心雕龙》《西厢记》等古典著作，也有钱钟书、巴金、鲁迅、莫言、麦家、王安忆等作家的现当代文学作品，还包括《习近平谈治国理政》《中国道路与中国梦》等作品，涉及中国的历史、文化、政治等内容^[10]。近几年来，孔子学院拉美中心通过组织“中国作家论坛”系列活动，已将多位中国作家及其作品引入拉美西语各国，获得热烈反响。这些书籍和活动为拉美西语国家人民了解中国文化、熟悉当代中国发展奠定了良好的基础，也推动了中国文化在拉美西语国家的传播。

除书籍之外,中国电视剧在拉美西语国家也深受欢迎。古装剧《琅琊榜》西班牙语版于2019年1月登陆阿根廷主流媒体并受到热捧,现代剧《恋爱先生》西班牙语版也已销往古巴、秘鲁等众多拉美西语国家。拉美大众媒体频现中国声音,使拉美西语国家人民能更直观地认识中国文化,了解中国文化的精髓,中国文化之树在大众媒体的滋养下不断生长。

除了传统媒体以外,各类新媒体也在不同层面推动着中国文化向拉美西语国家传播。在当今“自媒体”时代,全世界网民数量日益增加,网络传播的重要性也日益凸显。相较于报纸、电视等传统媒体的传播,网络传播具有限制小、速度快、范围广、效果及时等特点。当前各类官方网站、社交网站、视频网站、直播网站已成为我国向拉美西语国家传播中国文化的重要阵地。Sensor Tower商店情报平台数据显示,抖音、微信等各类手机视频和社交软件在拉美西语国家日益盛行,软件下载量日渐增长。新媒体时代,我国青年一代正在用青年人自己的方式向拉美西语国家传播中国文化。

二、中国文化对拉美西语国家传播存在的问题及原因

(一) 我国对拉美西语国家人民的文化需求和文化接受度了解不够

我国历来重视中国文化在拉美西语国家的传播,增进对拉美西语国家的了解,以便更好地同拉美西语国家进行交往。但是中国文化在拉美西语国家传播过程中也遇到了一些问题,究其原因主要有二:一是我国和拉美西语国家相距遥远,语言和文化差异较大,对拉美西语国家民众的文化需求和文化接受程度并不了解;二是现有的中国文化传播活动基本上都是面向全球的传播活动,专门针对西语国家进行的中国文化传播活动较少。这些不足直接影响了中国文化在拉美西语国家的传播成效。

目前拉美西语国家民众虽然对中国文化的兴趣日渐升温,但由于文化、价值观等差异较大,他们难以充分理解中国文化的内涵。由于对拉美西语国家的文化习俗、宗教制度、政治制度、风俗习惯等缺乏系统了解,我国在该地区传播中国文化时采用的传播方式和手段相对单一,在部分地区开展中国文化活动时得不到积极响应^[11]。在中国文化产品销售方面,由于对拉美西语国家民众的喜好不甚了解,相关文化产品的销售情况不太理想。上述情况在拉美西语国家时常见,这对中国文化在拉美西语国家传播,以及中国产品在拉美西语国家销售都产生了一定的不利影响。

(二) 中国文化在拉美西语国家传播的内容和方式尚需改进

目前中国文化主要是通过中拉贸易活动、汉语言教学、中国文化活动展示、当地华人华侨推广、主流媒体宣传、书刊影视作品宣传等方式在拉美西语国家进行传播。在汉语言教学和中国文化活动展示中,由于教学课时、活动宣传、活动时间地点等条件所限,且拉美西语国家民众对中国历史文化背景知识储备不足,部分活动收效不明显^[12]。当地华人华侨大多居住在中国城、华人区,活动范围较为集中,并没有完全融入当地人民的生产生活。因此,虽然中国文化活动较多,但活动和拉美西语国家民众交集不大,中国文化推广成效不太明显。目前,当地主流媒体宣传中国文化时,所播放节目多为中国媒体制作。囿于文化差异和语言差异,当地人对这类节目的理解与接受程度有限。书刊、影视作品大多是翻译作品,由于汉语和西班牙语之间的语言差别较

大，在翻译过程中无法用西班牙语完全表达作品中蕴含的中国文化深层含义，使得中国文化在拉美西语国家传播的效果大打折扣。

（三）政府部门需提高中国文化对拉美西语国家传播的重视程度

随着中拉交流的不断加强，中国和拉美西语国家的高层次交往日益密切，拉美西语国家民众亟待了解中国。但是，我国相关部门对中国文化在拉美地区推广传播的支持力度还有待提升。目前，中国缺乏对拉美西语国家的系统性研究，针对拉美西语国家的西语宣传材料并不多见。现有宣传材料存在语言不通、形式单一、内容更新不及时等不足。由于我国文化对外宣传工作启动较晚，文化产业发展历史不长，虽然近几年我国文化对外宣传推广有了一定的进步，但是相比对外文化宣传起步较早、文化产业结构成熟的日本、韩国等东亚国家，以及文化认知程度相近、地理位置优越的欧洲、北美诸国而言，宣传的内容、形式以及相关部门的重视程度等各方面都存在较大差距，而这种差距在对拉美西语国家的文化传播方面尤为明显。这种差距使得中国文化竞争力稍显不足，不利于中国文化在拉美西语国家的传播。

（四）欧美国家对中国文化在拉美地区的传播影响较大

欧美国家与拉美西语国家保持着长期且深层次的交往。从地理位置来看，欧美国家有着得天独厚的地理优势：美国、加拿大同拉美西语国家相距较近，欧洲各国同拉美西语国家有着长期且密切的海上和空中交通往来。从经贸交流方面来看，欧洲是拉美西语国家重要的贸易伙伴，在通用机械、道路交通工具、电气机械等方面有着长期的贸易往来^[13]；而美国和拉美西语国家长期保持着密切的经济联系，甚至在一定程度上控制了很多拉美西语国家的重要经济部门^[14]。从政治、文化方面来看，拉美西语国家在历史上曾长期遭受欧美国家的殖民统治，虽然目前已经独立，但其政治制度、法律体系、语言、文化习俗、宗教信仰、社会意识形态等方面依然受到欧美国家的影响。美国一直视拉美地区为其“后花园”，欧洲国家长期以来与拉美西语国家保持着政治、经济、文化等各方面的密切合作，且由于现阶段美国、欧洲的强势地位，这种影响仍将长期存在。而中国文化因为同拉美西语国家文化差距较大，加之文化传入时间较短、传播范围有限、传播途径较为单一，所以社会影响力较小。欧美国家文化的影响使中国文化在拉美西语国家中的传播受到了一定的冲击。

三、中国文化在拉美西语国家传播的新策略

（一）加强中国同拉美西语国家间的交往

近些年，随着全球一体化进程的飞速发展，特别是2013年9月“一带一路”倡议提出后，拉美西语国家在经济、贸易、文化等方面加强了同中国的合作，中国和拉美西语国家的交往日趋频繁、各领域合作卓有成效。要推动中国文化向拉美西语国家的传播，就需要加强交往交流、扩大交往范围、丰富交往形式和内涵。中国和拉美西语国家的交往历史较短，已合作领域不多，合作潜力较大。2016年11月下旬，我国发布了《中国对拉美和加勒比政策文件》，这份文件“旨在总结经验，展望未来，全面阐述新时期中国对拉政策的新理念、新主张、新举措，推动中拉各领域合作实现更大发展”^[15]。文件就深入推进中拉在“政治领域”“经贸领域”“社会领域”“人文领域”“国际协作”“和平、安全、司法领域”“整体合作”“三方合作”等各领域的合作进行了具

体指导,力求构建“政治上真诚互信、经贸上合作共赢、人文上互学互鉴、国际事务中密切协作、整体合作和双边关系相互促进的中拉关系‘五位一体’新格局,推动中拉全面合作伙伴关系再上新台阶,成为携手发展的命运共同体”^[15]。这为中国和拉美西语国家寻求利益交汇点、深入交往与合作、增进互信与了解、构建合作共赢的国际关系奠定了良好的基础。

(二) 加大中国文化相关产品对拉美西语国家的输出

随着中国国际影响力日渐增强,中国文化软实力稳步提升,文化产业建设也亟须加强。近年来,随着经济发展和人民生活水平的提高,文化产业在政府的支持下蓬勃发展。但“我国文化产业为新兴产业,且大多数为国有企业,由于思维较为僵化,缺乏市场意识和创新性,在发展过程中竞争力较为薄弱,影响力也相对较小”^[16]。推进我国文化产业发展,需要政府出台相关政策和指导意见,加强监督管理,合理宏观调控,整合现有资源,鼓励企业强强联合,提高我国文化产业的竞争力;同时,也需要树立正确的价值观,提高创新意识,提升中国文化产品的品质和内涵。相关企业需要对产品输出地拉美西语国家进行考察和调研,了解当地受众需求,并将其融入文化产品设计之中,努力打造有国际影响力的文化品牌,从而实现中国文化对拉美西语国家的广泛传播。

(三) 逐步健全相关政策以保障中国文化对拉美西语国家的传播

目前,我国国际地位不断提升,中国文化的影响力也随之扩大。在中国文化及相关产业蓬勃发展的同时,我们也要注意,中国文化传播事业尚处在初级阶段,相关发展目标、市场监管等还不甚完备,中国文化产业的结构性矛盾和体制性障碍依然突出。为了促进中国文化及相关产业的发展以保障中国文化对拉美国家的传播,相关部门应相互协调,积极制定行之有效的政策,建立健全各类规章制度;在条件允许的情况下,应给予中国文化及相关产业适当的政策支持,鼓励和促进文化产业的发展;应给予相关支持,做好当地市场调查,有针对性地开展文化传播;应健全国内市场监管体系,提高文化产品质量,避免粗制滥造,树立良好的产品形象;应加强文化产业相关人才培养,提高文化产业人才素质,提升文化产业人才创新意识,使我国文化产业走可持续发展的道路。建立健全相关政策,是中国文化及相关产业平稳发展的保障,有利于中国文化对拉美西语国家的传播,有利于提升中国文化在世界的影响力,有利于中国文化“走出去”。

(四) 发挥孔子学院在中国文化对拉美西语国家传播中的作用

遍布世界各大洲的孔子学院一直以来都以汉语言教学和中国文化传播为己任。自2004年全球第一所孔子学院成立以来,孔子学院培养了一批又一批汉语人才和中国文化使者,为中国文化的对外传播做出了巨大的贡献。但因存在教学师资不足、语言交流障碍等困难,孔子学院的文化传播作用尚未充分发挥。在今后的工作中,国家汉办应给予同拉美西语国家共建孔子学院的国内高校更多支持,如在有条件的情况下,帮助其进行校内师资培训,以保障孔子学院正常教学工作和中国文化活动的顺利进行。国家汉办应依托孔子学院,对拉美西语国家本土教师进行针对性培养。本土教师培养不但可以缓解师资紧张的问题,还可以解决一部分当地民众的就业问题。而且,本土教师在孔子学院工作中的参与和宣传,可以扩大孔子学院在当地的影响力,从而为有效开展中国文化传播工作提供便利。相关部门可以委托在拉美西语国家的孔子学院做相关研究,了解当地受众的中国文化接受度,为文化产业的产品设计指明方向。国家汉办应依托孔子学院,与当地政府部门、社区和各级学校进行合作,开展更为丰富多彩的中国文化活动,并将部分有特色

的中国文化活动发展成常态化的活动，以扩大中国文化在拉美西语国家的影响力，提升中国文化的传播效果。

（五）加大新媒体在中国文化对拉美西语国家传播中的应用

当今时代是互联网时代，新媒体层出不穷，在文化传播方面发挥着越来越重要的作用。互联网时代，新媒体的受众主要为各国年轻人。这些年轻人是国家发展的重要力量，他们对事物的认知往往决定着一个国家或地区对该事物的态度。发挥新媒体在中国文化传播中的作用，可以极大地拓宽中国文化在拉美西语国家的传播途径，用直观的方式将最新的文化资讯传播至拉美西语国家，扩大中国文化在拉美西语国家的影响力。我国政府和相关部门可以增设西班牙语版网页、在相关社交平台开设官方账号，定期制作中国文化宣传材料并上传；同时，我国政府可以同拉美西语国家政府合作，在其官方网站设置中国文化相关资料的网站链接，方便当地民众查阅。各类企业、文化产业相关单位、孔子学院等可以开设自己的官方网页、社交账号，定期投放中国文化宣传资料；还可以设置相应的网络论坛或社区，为中外网民提供交流平台。国内各类社交软件、视频网站可以开发多语种版本、版面，在醒目位置投放中国文化宣传材料，向拉美西语国家民众展示中国文化，以便拉美西语国家民众了解真实的中国，拉近中国与拉美西语国家人民之间的距离。

四、结语

中国和拉美西语国家的交往有着悠久的历史，目前双方在政治、经济、文化等方面的交往日益频繁。拉美西语国家的文化是一种具有极强包容性和开放性的多元文化。它擅长吸收其他文化的优秀成果，并将其融入自身文化发展。“成功的中国文化传播，不仅随着中国对拉美政策的演变不断调整自己的传播内容，还要通过富有创造性的文化交流活动赢得广大拉美国家的受众。”^[1]拉美西语国家文化是一种热情奔放的文化，与其他地区文化相比，有很高的辨识度。因此，对拉美西语国家的中国文化传播不同于对其他地区的文化传播，需注意当地文化喜好、风俗习惯、语言习惯等。加大中国文化对拉美西语国家传播的力度，加快中国文化相关产业建设，健全相关政策，推动新媒体的发展，有利于当地民众直接接触中国文化，加深相互理解，增进友谊，促进各领域的全面合作，为中国同拉美西语国家的共同发展创造美好的未来。

参考文献：

- [1] 习近平. 决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利——在中国共产党第十九次全国代表大会上的报告 [EB/OL]. (2017-10-27) [2019-01-27] http://www.xinhuanet.com/2017-10/27/c_1121867529.htm.
- [2] 朱凯. 西班牙-拉美文化概况 [M]. 北京：北京大学出版社，2010：46.
- [3] 唐俊. 应将“21世纪海上丝绸之路”延伸至拉美地区 [J]. 当代世界，2015（2）：32-34.
- [4] 李伟林. 拉美主流电视媒体对华合作需求分析与对策 [J]. 国际传播，2018（3）：81-89.
- [5] 中华人民共和国驻阿根廷共和国大使馆经济商务参赞处. 中国持续在拉美地区增大投资 [EB/OL]. (2018-07-02) [2019-01-22]. <http://www.mofcom.gov.cn/article/i/jyjl/1/201808/20180802776455.shtml>.
- [6] 和佳, 吴睿婕. 2017年中国对拉美直接投资超2000亿美元 [EB/OL]. (2018-02-05) [2019-01-23] <http://money.163.com/18/0205/00/D9REJ51I002580S6.html#from=keyscan>.
- [7] 孔子学院总部/国家汉办. 关于孔子学院/课堂 [EB/OL]. (2018-12-31) [2019-01-23]. <http://www.hanban.org/confu->

- ciousinstitutes/node_10961.htm.
- [8] 党琦, 王沛. 智利总统巴切莱特: 我想去孔子学院学汉语 [EB/OL]. (2017-11-23) [2019-01-23]. <http://oversea.huanqiu.com/article/2017-11/11395853.html>.
- [9] 夏晓娟. 中国在拉美地区推广汉语教育的不足与对策 [J]. 许昌学院学报, 2017, 36 (1): 151-156.
- [10] 楼宇. 中国对拉美的文化传播: 文学的视角 [J]. 拉丁美洲研究, 2017 (5): 31-44.
- [11] 倪建平. 国家形象与中国同拉美的经济合作: 文化传播的视角 [J]. 拉丁美洲研究, 2010 (3): 3-7.
- [12] 陈箐箐. 中国形象: 拉美地区跨文化传播研究——以墨西哥、古巴孔子学院为例 [D]. 上海: 复旦大学, 2014.
- [13] 贺双荣. 欧盟与拉美的关系 [J]. 拉丁美洲研究, 2000 (4): 29-37.
- [14] 宋伟. 冷战后美国的拉美一体化战略: 霸权利益的视角 [J]. 世界经济与政治, 2015 (12): 92-109.
- [15] 中华人民共和国外交部. 中国对拉美和加勒比政策文件 [EB/OL]. (2016-11-24) [2019-01-27]. <https://www.fmprc.gov.cn/web/zyxw/t1418250.shtml>.
- [16] 梁昱潇. 21 世纪中华文化在拉美地区的传播 [D]. 石家庄: 河北师范大学, 2017.

New Strategies of Chinese Cultural Transmission in Spanish-speaking Countries in Latin America

Xu Shuo

Abstract: As China advancing its “going out” strategy, with the establishment of the Sino-Latin American comprehensive partnership, China has gradually enhanced all-round cooperation with Spanish-speaking countries in Latin America in the areas of politics, economy, culture, etc. As those countries are far away from China and there exist many culture differences, the political, economic and cultural cooperation faces many problems which urgently needs to strengthen mutual cognition and understanding. To actively promote the Chinese culture transmission in Spanish-speaking countries in Latin America, enrich the mode of cultural transmission and expand China’s association with Spanish-speaking countries in Latin America can effectively enable the people of those countries to understand Chinese culture and enhance China’s international influence in the region.

Keywords: Chinese culture; Spanish-speaking countries in Latin America; transmission

(收稿日期: 2019-03-22; 责任编辑: 陈鸿)