

doi:10.16060/j.cnki.issn2095-8072.2017.02.009

从博弈论视角看中国与中东欧国家的文化传播^{*}

毛 锋 孙秋霞 闫静文 何佩文

(上海对外经贸大学国际商务外语学院, 上海 201620)

摘 要:近年来,随着“一带一路”倡议的提出,中国与中东欧的关系越来越重要。加强双方文化交流不仅能进一步促进双方经济合作,也能促进双方文化共同发展,推动世界文化大繁荣。双方文化由于历史、地理及现实等原因具有很大的差异,但双方文化并非水火不容,而是可以兼容并蓄的。双方文化的传播是不同文化碰撞的过程,双方需要在这过程中选择最优策略,这就是一场博弈。本文从文化传播源、文化传播途径与渠道和文化受众层面对中国和中东欧文化传播中的问题进行了分析,并从博弈论的视角提出了相应的建议及改进措施,争取实现双方收益最大化。

关键词:中国与中东欧;文化传播;一带一路;博弈论

中图分类号: F752.68/G125 **文献标识码:** A **文章编号:** 2095—8072(2017)02—0089—08

一、引言

当今时代,文化传播在国际交流中愈发重要,文化差异的解决不仅能带来经济的发展,人民之间的理解也能促进国际关系朝着和平、友好的方向发展,有利于维持世界和平局面。文化传播也是不同文化相互碰撞的过程,是一个博弈的过程。中国与中东欧国家的文化交流与合作既有历史基础,也有现实需要。一直以来,孔子学院在中东欧国家的开办,汉学课程的设立,以及在中东欧国家流行的“汉学热”,都充分说明了中国与中东欧国家的文化交流有着深厚的历史基础。近年来中国与中东欧国家频繁互派留学生,2016年举办了中国与中东欧国家人文交流年。2016年11月5日,李克强在里加会见中东欧16国老中青三代汉学家代表。总理指出,语言是沟通的桥梁,希望有更多促进中国与中东欧国家语言文字交流的作品涌现。这些都说明了中国与中东欧国家的文化交流仍存在广阔前景。

在经济全球化不断深入发展的背景下,世界各国的经济不断交融,国家间的竞争也更为激烈。各个国家都在致力于加强与其他国家的合作以提高本国竞争力,从而进一步提升本国国际地位,获得更多国际话语权。在新世纪,国家间的竞争不仅仅是经济硬实力的竞争,同时也是文化软实力的博弈。文化软实力越来越制约着一国的经济发展以及综合国力的强弱。经济的发展离不开文化的支撑,文化交流也因此成为各国

^{*} 本文为2016年上海对外经贸大学国际商务外语学院预研究项目(批准号:YYJ1601)的阶段性成果。

致力于加强合作的一个重要方面。

近年来,中国与中东欧国家之间的合作交流呈现出蓬勃发展的良好态势。自“一带一路”倡议提出以来,中东欧国家凭借其独特的地缘政治优势,成为“一带一路”倡议中的重要组成部分,中国与中东欧国家之间的各方面合作都在不断加强。其中,文化是“一带一路”倡议的灵魂,文化交流与传播也是中国对中东欧国家的一项长远战略。在《中国——中东欧国家合作布加勒斯特纲要》以及《中国——中东欧国家合作贝尔格莱德纲要》两个纲领性文件中,文化交流也被置于重要领域来推进。国之交在于民相亲,民相亲在于心相通,而文化交流是民心相通的关键。另外,近年来,中国对中东欧在外交策略上也积极推广“人文外交”,为此也必须加强中国与中东欧国家的文化交流与传播(王明国,2015)。因此,文化交流在双方的经济合作以及外交政策中都有着举足轻重的地位。

二、以博弈论的视角分析中国与中东欧的文化交流与传播

(一) 博弈论的主要要素及类型

根据《现代汉语词典》的解释,“博”是丰富多彩的意思,“弈”是指下棋、打牌等对抗性的游戏;“博弈”就是指丰富多彩的对抗性游戏。实际上,两千多年前在中国,孙臆的田忌赛马就是博弈论的雏形。博弈论(game theory)又称对策论,既是现代数学的一个新分支,也是运筹学的一个重要学科,最早是指用数学模型来解决处于互斗模式中的现实问题。博弈论主要研究公式化了的激励结构间的相互作用,是研究具有斗争或竞争性质现象的数学理论和方法。1944年,著名数学家冯·诺伊曼与政经济学家奥斯卡·摩根斯坦恩所合著的《博弈与经济行为的理论》一书的出版标志着博弈理论基本架构的形成。但在此之后几年,博弈论的发展比较缓慢,适用范围也很狭窄。直至20世纪50年代,纳什(Nash, 1956; Nash, 1951)发表了《n人博弈中的均衡点》以及《非合作博弈》等著名论文,给出了均衡存在的定理,提出了被称为“纳什均衡”的概念,博弈论才有了全新的开始。1994年,莱茵哈德·泽尔腾凭借着其在非合作博弈理论研究方面的贡献而荣获诺贝尔奖,博弈论开始被作为一种重要的方法论。

博弈论主要包括四个要素:参与者、策略、得失或支付函数以及信息结构。参与者或称为局中人,是指博弈过程中做出决策并承担后果的个人或组织;策略即在博弈过程中参与者可采取的策略集合;得失或支付函数即各方在博弈后的所得或所失;信息结构是指参与者在博弈过程中所能掌握的对做出决策有帮助的所有情报。博弈能力是由支付函数、信息能力和策略能力共同作用形成的合力,所以三者缺一不可。

根据博弈参与者是否合作,博弈可分为合作博弈和非合作博弈。合作博弈是指参与双方达成一致的协议,其结果对双方都有利,而非合作博弈则指参与者无法达成约束力的协议,双方都想寻求各自利益最大化。根据参与双方是否同时作出决策、采取

措施, 博弈可分为静态博弈和动态博弈, 前者指参与者同时采取行动, 但后行动者不知道先行动者采取的行动; 而后者是指参与者一方提前掌握博弈中的信息, 即后行动者提前知晓先行动者的行动。

(二) 博弈论在中国—中东欧文化传播与交流中的应用

随着博弈论的不断发展、完善, 开始被运用于经济学、政治科学以及心理学等学科。20世纪70年代, 博弈论又被用于生物学和计算机科学, 但却很少有学者运用博弈论的视角来分析文化在国际中的传播。目前, 国内从博弈论视角来分析文化传播的论文还寥寥无几, 如段圆圆(2007)在其《全球化时代文化霸权与文化主权博弈的研究与启示》一文中强调了文化主权的重要性; 初彤(2011)在《以博弈论视角探析中西方文化碰撞及文化全球化趋势》中得出了中西方文化应该互相包容来使利益最大化的结论。这些论文以博弈论的视角分析了在全球化时代, 如何保持文化主权地位、避免文化霸权主义滋生蔓延等问题。本文试图运用博弈论来分析中国与中东欧的文化传播如何实现各自利益最大化、实现双方互利共赢等问题。

“一带一路”倡议的提出, 是中国向世界释放出和平友好的信号, 是坚持与各国互利共赢的表现。中东欧国家地处亚洲与欧洲的交接地段, 享有独特的地缘政治优势, 也是“一带一路”倡议的重要组成部分, 与中东欧国家构建和平友好关系也因此成为中国外交事务中亟待解决的问题。文化交流则在这一问题的解决中发挥着重要作用。中国与中东欧国家的文化交流也是双方文化不断碰撞的过程, 是一个文化博弈的过程。在这一博弈过程中, 双方都在尽力实现各自利益的最大化, 按照博弈规则, 假设双方抵触, 得到的收益是-1; 双方如果互相包容, 得到的收益是1; 若一方抵触一方包容得到的收益是0, 我们可以得出下表结果:

如表1所示, 双方若想实现利益最大化, 必须是互相包容互相吸收, 此时双方利益之和最大。但由于各国国情的复杂性、语言交流存在的障碍和西方国家不断宣扬“中国威胁论”等原因, 使得中东欧国家对中国存在不少误解, 中国与中东欧国家的文化交流仍存在较多问题。

表1 中国与中东欧的文化博弈

中国	中东欧	
	包容	抵制
	包容 抵制	1, 1 -1, 1
		1, -1 -1, -1

本文试图运用静态博弈和动态博弈从文化传播源、文化传播途径与渠道以及文化受众方面提出相应的解决措施。在文化传播源中, 双方需要对自己的文化输出内容进行界定, 即挑选优秀的、具有代表性的特色文化, 此时双方同时采取行动, 但互不知晓对方的策略, 即属静态博弈; 在文化的传播途径与渠道中, 中国与中东欧国家达成一致协定, 一方输出文化, 一方在境内采取措施接受文化, 双方文化交流呈现出动态的互动, 此时, 文化传播归属于动态博弈; 在文化受众层面, 双方境内大众对外来文化的确切接受程度不得而知, 这时文化传播又为静态博弈。从这三个方面探索在博弈过程中如何把握文化传播尺度, 兼容双方文化, 正确传播, 更好接受外来文化。

三、研究问题及方法

(一) 研究问题

进入21世纪以后,中国与中东欧国家关系得到迅速发展,在人文交流方面亦有所突破,但是相对于与其他国家的交流往来,无论是中国民众对于中东欧文化的了解还是中东欧国家对中国文化的认同都有待提高。在文化的传播过程中,存在文化传播源、传播途径与渠道和文化受众三个必要因素。本文将从这三个层面分析中国与中东欧国家人文交流所存在的问题并试图提出可行的解决方案。

1.在文化传播源层面,存在两个思考角度:第一,在中国,中东欧文化作为传播源,传入中国境内的文化与中国本土文化存在冲突,兼容困难;第二,在中东欧国家,中国文化作为传播源,由于各国在政治制度,宗教信仰等方面的差异,尽管中国积极开展文化的宣传,但在中东欧国家内对于中国文化的认可以及两国文化的交融并不理想。

2.在文化的传播途径与渠道的层面:第一,当前,全球发展已进入信息化网络化时代,如何利用互联网做好文化宣传,扩大本国文化在中东欧国家的覆盖率,已成为文化传播的重要问题;第二,在出境旅游方面,公众对于中东欧国家知之甚少,因此选择中东欧国家旅游的人群相对较少,不利于两国之间的互通往来。

3.在文化受众层面:当前,中国与中东欧的密切来往仅存在于政府官员及从事相关研究的专业人员内,在民间普及低,同时民间组织机构不受重视造成活动受限,因此如何扩大文化受众范围,是当前亟待解决的关键问题。

(二) 研究方法

本研究主要采用理论与实证研究相结合,量化分析、定性分析与对比分析相结合的方法。通过对比分析,将博弈论中的博弈双方应用到中国文化和中东欧国家文化的文化博弈中,从博弈论的理论角度出发,分析中国与中东欧国家的文化传播源、传播途径和传播效果,将其三个方面分为静态博弈文化传播和动态博弈文化传播,其中文化传播源和传播效果发生在两国境内,归属静态博弈文化传播,而传播途径相对而言更呈动态化趋势,归属动态博弈文化传播,探索在各自博弈过程中如何更好把握文化传播尺度,兼容两者,正确传播,更好接受外来文化。

四、方案实施计划及分析

(一) 构建良好的文化传播源头体系

国家文化是一个非常复杂的问题,各个国家的自身文化涵盖面极广,广义的国家文化主要范围涉及经济、政治、体育等各方各面,良好的国家政治体系、积极的经济财政政策都是国家文化丰饶、底蕴深厚的表现。中国文化作为国际文化坛中一颗耀眼

明珠,其内涵深不可测,同时也很自然是向各国传播文化的一个主要文化源头。在中国文化和中东欧国家文化的文化博弈属于静态文化博弈,因为双方文化在各自国家境内同时存在并被认可,从一定程度上来说有良性博弈,并且相对而言无先后顺序,双方也并不是很了解对方采取的具体的文化策略,主要是文化在民间的普及。在传播伊始,为了更好地向中东欧国家传播中国文化,在中国境内,应建立良好的文化传播源头体系,创造一种良性静态博弈的局面,两种文化在一方境内发生碰撞时,应较好处处理两者关系,从源头上避免文化的正面碰撞,在博弈过程中应有上有下,即使在一国境内也不可长时间一家独大,否则不利于文化传播源头体系的构建。因此,在国家内部要构建良好的文化传播源头体系,需要依靠政府政策的支持,营造一种多元文化相互包容并存的良好博弈局面。

国家或政府政策的制定,是由政治、经济、文化、外交等多方因素综合影响的结果,在中国与中东欧国家进行文化交流传播活动也脱离不了多方因素的影响。中东欧国家是一个地缘政治概念,同时包含着多种意识形态,包括波罗的海3国(爱沙尼亚、拉脱维亚、立陶宛)、中欧5国(波兰、匈牙利、捷克、斯洛伐克、斯洛文尼亚)和东南欧8国(罗马尼亚、保加利亚、塞尔维亚、黑山、克罗地亚、马其顿、波黑、阿尔巴尼亚),其中有11国已加入欧盟,还有5个国家属于欧盟候选国,由此可以看出,中东欧16国整体有很大的亲欧性。

新中国成立后,我国采取积极的外交政策,纵观中国与世界各国外交发展史,(龙静,2014)中国与中东欧国家关系经历了复杂的曲折发展过程,主要分为四阶段:(1)受对苏关系影响的冷战时期,不容忽视的是中东欧国家是最早承认新中国的一批国家,后来由于与前苏联的关系变化,经历了友好到恶化到缓和的发展变化;(2)关系疏离的转型期,冷战结束后,苏联解体,中东欧国家纷纷进行政治体制改革和社会制度转型,放弃社会主义制度,向西方国家和欧盟靠拢,造成了与中国关系的疏离与冷却;(3)新世纪双边关系高速发展期,进入新世纪,中东欧国家外交政策不断成熟,不再过度向西方靠拢,更加重视外交的平衡,同时,中国作为最大的发展中国家,综合国力不断提升,发展与中国的友好双边关系,有助于中东欧国家的复兴和经济发展,双方在合作过程中,潜移默化地带动文化意识的交流与相互包容;(4)开启机制化合作的新时期,2012年4月,首届中国与中东欧国家领导人会晤在华沙进行,2013年,国家主席习近平提出“一带一路”的构想,这都标志着中国与中东欧国家关系进入新的发展阶段,各国紧密联系,深入合作,这为文化交流提供了良好的契机与平台。

除却国家政策的支撑,文化传播源也需要精心挑选,即传播的文化应该是积极正面,有民族代表性的优秀文化,中华文明源远流长,从众文明中选择可传播对象亦需有所考量,以我国首位诺贝尔文学奖获得者莫言为例,莫言的优秀文学作品可以代表中国的优秀文学传播到中东欧,此时,需要优秀的小语种翻译人才帮助实现这一文化传播过程,在此,作家莫言就是一个恰当的文化传播源。在与中东欧进行文化传播交

流中,选择好正确的文化传播源也是十分必要的。

综上,在国家间文化传播的博弈过程中,要构建良好的文化传播源头体系,营造包容和谐的文化氛围,辅以适当的国家文化政策,充分利用现有的政治经济合作平台,实现不同文化的良性博弈。

(二) 搭建高效笃行的文化传播桥梁

桥梁作为连接两个不同载体的中间部分,显得尤为重要。良好的文化传播源头体系是文化传播的前提,但是相对而言,文化传播途径显得更加重要,包括文化传播模式、文化传播手段等,处理不及时、不得当都会降低文化传播效率。如今中国文化和中东欧文化传播途径,及各种国际文化传播途径种类并不多,主要集中在互联网、广播、电视、书籍等渠道,这些都属于当代新媒体范畴,是文化传播的新媒介,即文化传播的桥梁。如果想要正确传播两国间文化传播,当文化传播发生在这些桥梁上并出现动态博弈时,我们应更加注意其博弈过程。之所以称之为动态博弈是随着科技发展,信息的及时性越发明显,在文化博弈时的互动中有明显的先后顺序,且内容、策略共享,这就表现出了动态博弈的特点。当动态博弈发生时,我们应秉持高效笃行的态度,正确传播文化信息,搭建合理的传播渠道,双方不曲解传播的文化内容。

现阶段,中东欧之间的文化传播渠道多种多样,随着科学技术的进步,文化传播渠道也已逐渐信息化,同时文化传播也越来越频繁,涉及的文化类型也越来越多。从渠道上来说,如今的文化传播已不仅仅局限于一些传统意义上的书面文化交流,如一些机关刊物、大众书籍和广播等,光靠这些传播文化已远远满足不了当代文化传播的要求了,因而如今有更多的文化传播方式,主要是依赖于互联网的兴起和发展,诸如在线新闻、社交平台和文化网站等,除了这些线上文化交流方式增多,线下文化传播活动也愈加频繁,比如中国文化年的举办和孔子学院的成立等,都不同程度地促进了中东欧文化传播。比如说,中东欧国家文化合作论坛和孔子学院是重要的交流载体,这些都是近几年间兴起的,为了促进中东欧文化交流,文化部还主办过中东欧国家文化交流回顾展。自2006年保加利亚设立中东欧首家孔子学院以来,除黑山、波黑两国外,中东欧已有14个国家设立了24所孔子学院和8个孔子课堂,专兼职教师近800人,学员1.5万人(王明国,2015)。这种线下的文化传播方式还与线上传播相结合,比如利用新型网络、移动端等新媒体方式设立“孔子学院日”,从而构建一个好的中东欧文化传播平台,并且形成良性的动态博弈。

从狭义的文化类型来说,文化传播已不仅局限于传统意义上的大文化传播,如特定的具有代表性的中华民族大文化,而是越来越涉及到更多的文化类型,比如影视文化、饮食文化等等,其表现也十分明显。这些文化的传播同样也是构建和强化文化软实力的战略,同时为中国的经济增长也做出了巨大的经济贡献,中东欧经贸往来愈加频繁。在基础设施建设领域,中方已向中东欧国家提供了近30亿美元的基建优惠买方信贷(王明国,2015)。在这方面,中国部分城市已与中东欧国家建立了很好的经贸文化往来。据宁波市商务委统计,2014年,宁波与中东欧16国贸易额达24.43亿美

元, 增长7.6%, 占全国总量的近1/20。2015年, 宁波企业在中东欧国家投资额首破千万美元, 达1044万美元, 同比增长28.5倍(冀春贤, 王凤山, 2016)。其中, 投资产业类型不乏中国工艺品、棉纺织品等等, 这些文化方面的频繁互访交流, 也形成了一种动态良性博弈, 相关产业政策、多样文化交流这种互动无疑是搭建了一条高效笃行的文化传播桥梁。

(三) 创造和谐共融的文化传播效果

当一个国家的文化从源头经过中间途径传播到另一个国家时, 文化传播仍需要继续, 并不能放任自由发展, 需要创造和谐共融的文化传播效果, 这种传播也是一种静态博弈文化, 但与文化传播源头体系的静态博弈不同, 这种博弈可能出现的问题不是博弈双方的博弈行为, 而是博弈单方的懈怠, 导致文化传播无法进行。当中国文化传播到中东欧国家时, 如果文化受众只是相关国家的政要或高层人员不仅会导致文化传播效果较差, 文化传播受众局限, 还有可能阻断未来的文化传播, 以及文化传播的质量如文化翻译等, 如果不能较好改善这些方面存在的问题, 文化传播效果均会大打折扣。

肖进(2015)从传播学的角度提出, 要实现文化传播层次深且广, 需要关注除国家政要、高层人员以及专业学术人员外普通公众的接受程度, 即传播范围的范畴, 同时也需要关注民族之间、人民之间有意义的文化接受和反馈。

在普通群众中的文化传播效果除受国家宏观政策的影响外, 整个社会群体的受教育程度也是一个十分重要的影响因素, 它会决定文化传播到本国的接受程度。

中国与中东欧国家的合作涉及经济、文化等多方面, 在人文教育方面也在不断发展新的合作, 教育合作已得到双方共同重视。2016年10月, 在中国北京举行了中国-欧盟国家教育部长会议和第四届中国-中东欧教育政策对话, 中东欧各国均派代表参与讨论中国与中东欧各国教育务实合作等问题, 加强了解与共识。至2015年底, 中国在中东欧各国留学生总人数达3200多人, 在华学习的中东欧16国留学生达5000多人, 同时, 各国互派留学生学习规模还在不断扩大, 这都有利于增强双方对彼此文化的了解与认同。

此外, 孔子学院对于中国文化“走出去”的作用是不可忽视的, 中东欧16国已有14个国家建立了32所孔子学院和课堂, 但这还是远远不够的, 中东欧国家与中国高校都需要开设相关文化课程, 扩大文化的传播范围, 在国家内部共同实现不同文化的相互交融, 争取最大利益的良性博弈。

五、结语

综合以上三个部分, 从传播源头、传播桥梁和传播地效果三个方面分析总结, 注重各个阶段的文化传播策略和重心, 在传播伊始, 要注意创造一种和谐共融的文化氛围, 这需要国家政策的支持和对优质文化源头的挑选; 在传播途径方面, 注重传播渠

道的线上线下活动和大文化经济产业交流的结合,从广义的文化层面分析总结中东欧文化传播的现状;在传播目的地,重视目的地文化传播的受众范围,希望通过扩大受众改善文化传播效果,同时对国家人民受教育程度也提出一定的要求,受教育程度越高,其文化传播效果越好。

参考文献

- [1] 初彤.以博弈论视角探析中西文化碰撞及文化全球化趋势[J].文化学刊,2011(4):75-79.
- [2] 段圆圆.全球化时代文化霸权与文化主权博弈的研究与启示[D].暨南大学,2007.
- [3] 冀春贤,王凤山.进一步深化宁波与中东欧国家的经贸合作[J].宁波经济(三江论坛),2016(6):9-12.
- [4] 龙静.中国与中东欧国家关系:发展、挑战及对策[J].国际问题研究,2014(5):37-50.
- [5] 王明国.中国对中东欧国家人文外交:发展、挑战与对策[J].江南社会学院学报,2015(2):50-55.
- [6] 王明国.构建中国—中东欧国家人文交流与合作新格局[J].当代世界,2016(7):28-30.
- [7] 肖进.莫言在中东欧的译介、传播与接受[J].华文文学,2015(1):37-43.
- [8] Nash, J.F., "Equilibrium Points in n -person Games", *Proceeding of the National Academy of Science*, 1956, 36: 48-49.
- [9] Nash, J. F., "Non-cooperative Games", *Annals of Mathematic*, 1951.
- [10] Neumann, J.V. and O. Morgenstern, *Theory of Games and Economic Behavior*, Princeton University Press, 1944.

【作者简介】毛 锋:上海对外经贸大学国际商务外语学院副教授,硕士生导师。研究方向:商务英语、跨文化研究。

孙秋霞 闫静文 何佩文:上海对外经贸大学国际商务外语学院在读硕士研究生。研究方向:商务英语、跨文化研究。

Cultural Communication between China and Central Eastern Europe from the Perspective of Game Theory

MAO Feng, SUN Qiu-xia, YAN Jing-wen & HE Pei-wen

(Shanghai University of International Trade and Economics, Shanghai 201620, China)

Abstract: In recent years, under the context of "One Belt and One Road" Initiative, the relations between China and central and eastern European countries (CEEC) are attached an increasing importance to. Strengthening cultural exchanges between the two parties will do good to their further economic cooperation. Meanwhile, it will enhance cultural development in these countries involved as well as in the world. Due to historical, geographical and realistic reasons, there exist big differences in their cultures, which, however, never means that their cultures are in conflict with one another. They can integrate and coexist well. The process of cultural transmission in the two parties is a process of collision between different cultures. The two parties have to optimize their strategies in the process and this is a game. In this paper, problems in the cultural transmission in terms of the sources, ways and the target audiences will be discussed and corresponding solutions from the perspective of game theory will be put forward in order to maximize the two parties' interest.

Keywords: China and CEEC; cultural transmission; game theory

(责任编辑:吴素梅)