

韩国语言文化推广事业对中国的启示^①

高陆洋

内容摘要: 语言文化推广是中国文化软实力建设事业的重点。韩国在推广语言文化等软实力建设方面取得了令人瞩目的成果, 值得中国借鉴。在所谓“文化外交”的战略布局下, 韩流、韩国语、韩国学互相借力, 体现出韩国政府在语言文化推广事业上的由浅入深、相互促进的战略思维。在具体的事业促进过程中, 多部门、多机构协同促进, “走出去”与“引进来”、“直接”与“间接”相接合的立体交叉式促进, 将侨胞纳入语言文化推广事业受益范畴, 以及相关法律保障机制健全等是韩国语言文化传播事业的主要战术特点。

关键词: 韩国; 中国; 语言文化推广事业

作者简介: 高陆洋博士, 上海外国语大学副教授。主要研究方向: 语言政策与语言规划、外语教育。邮箱: gao.luyang@163.com

Title: The promotion of Korean Language and Culture and the Emergence of China

Abstract: Language and culture promotion is the key to the construction of Chinese cultural soft power. Korea has made remarkable achievements in the revitalisation of the national culture and in the promotion of the Korean language and culture. These are worth learning from China. Under the guidance of the macro-cultural strategy “Cultural Diplomacy”, the Korean Wave, the Korean Language and the Korean Studies are interacting with another and moving

① 本文获得教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目“东亚国家语言中的汉字词汇使用现状研究”(项目编号: 12JZD014)和上海外国语大学青年教师科研创新团队项目“新时期东亚与中东区域大国全方位合作关系研究”的资助。

forward together, which reflects a progressive and mutual beneficial strategy adopted by the Korean government in the cause of language and culture promotion. The Korean Cultural Diplomacy presents four tactical characteristics: concerted efforts of multi-sections and multi-agencies; an all-round promotion of “going out” and “bringing in”, “direct” and “indirect”; sharing with overseas Koreans the fruits of the Korean language and culture promotion and a sound legal protection mechanism.

Keywords: Korea; China; Promotion of Language and Culture

Authors: Gao Luyang, Assistant Professor of Shanghai International Studies University. Major areas of research: language's policy and planning; foreign languages. Email: <gao.luyang@163.com>

一、导言

在全球化时代，谁拥有了具备竞争力的文化，谁就拥有了影响世界的主动权。文化竞争力已经成为检验一个国家软实力的重要指标。文化同源性、国家经济发展阶段的临近性等因素，使中韩两国在政治、经济、文化等领域的发展战略上存在着较大的相互可借鉴性。中韩两国都拥有悠久的历史 and 灿烂的文化，在经济发展取得成功的基础上，两国都重视通过语言文化的海外传播提升国际认知度，强化文化软实力建设，为本国发展争取更多的机会和空间。韩国从 20 世纪 90 年代开始注重文化软实力建设，在振兴本民族文化、开展语言文化推广事业等方面取得了令人瞩目的成果。2011 年中国国际经济交流中心的《亚洲竞争力报告》显示，在亚洲各国和地区综合竞争力排名中，韩国位居第一。韩国在行政服务效率、教育、信息技术产品出口能力、宏观经济环境、创新能力等方面均表现出优势。英国《Monocle》杂志于 2012 年发布的全球“软实力”调查结果也显示：韩国软实力居全球第 11 位，亚洲国家中居第二位，仅次于日本。

中国学者对韩国文化软实力的研究繁荣于两国建交之后，尤其是 2006 年之后呈现明显的集中趋势。² 在对韩国文化软实力的外在考

2 李策，魏珊：〈中国学界对韩国文化软实力的研究述评〉，《青岛科技大学学报》社会科学版，2015 年，第 31 卷第 2 期，第 83 页。

察方面,中国学者对韩流和世宗学堂的发展情况,以及二者对韩国软实力和硬实力发展的促进作用等情况,进行了较集中的考察。在对韩国文化软实力的内在分析方面,中国学者对相关政策的动机进行了经济学、社会学、民族心理学等层面的分析,并对韩国文化软实力的建构模式进行了考察,分析了其成功经验和问题教训,为中国的软实力建设总结了借鉴性经验。在前人研究的基础之上,本文选取文化软实力建设事业中的重要组成部分—语言文化推广事业作为研究对象,通过对韩国政府相关政策文本的分析,考察韩国在相关方面的“战略布局”和“战术特点”。并以此为基础,秉承“立足本土”、“为我所用”的理念,总结规律性认识,以期为中国文化传播事业提供参考。

语言文化推广事业与文化产业有着密切的联系,但两者分属文化政策和文化产业政策范畴,在对象、目的、作用、影响等方面均有所区别:文化政策具有公益性,它通过政策手段来鼓励个人和团体进行自发的、自主的文化活动,为个人和团体排除客观不利条件,从而为其学习、创造、传达、享受、积累、交流等活动创造良好条件。文化产业的核心要义在于经济价值,将通过实现文化的产业化来追求商业利益作为其主要目标,其对象是文化产业的机构、经营及效益。本文虽涉及文化产业,但考察主体为文化政策。此外,作为公共政策研究,本文不将民间团体在语言推广事业上的努力作为考察对象。值得一提的是,韩国的民间团体在语言文化的推广方面也做出了巨大贡献。如“韩文学会”等韩国民间学术团体就通过政府扶持和自身筹资等多种途径,与海外高校、培训机构等合作,举行演讲、作文比赛等活动,积极地促进韩国语言文化的海外传播。

20世纪90年代末,韩国文化观光部³制定了“韩国语世界化促进计划”,2000年成立“韩国语世界化财团”⁴。这可以被看作是韩国语言文化推广事业获得国家全面政策支持的起点。2005年,韩国文化观光部出台《国语基本法》,从立法的角度明确了韩国语言文化推广事业的地位。此后的2011年,韩国文化体育观光部和

3 2008年,文化观光部更名为“文化体育观光部”。

4 2012年,经合并后改称“世宗学堂财团”。

外交通商部⁵又分别通过了《国际文化交流法》和《关于促进文化外交的特别法》。这一时期的政府相关部门网站的资料也显示出对语言文化推广事业的集中关注,以及政策思维的日益成熟。在事业预算方面,韩国政府也表现出对相关事业的高度重视。以韩国文化体育观光部为例,2010年,该部用于韩国语言文化推广事业的经费预算为52亿韩元,比2005年增加了2.45倍;2012年增至150亿韩元,2013年进一步增至275.94亿韩元(约合人民币1.5亿元)。法律的逐步健全和政府预算的逐年增加都标志着韩国语言文化推广事业从20世纪末到目前的发展过程中,已在国家政策层面逐步走向成熟,进入了稳定发展期。鉴于此,本文将研究的时间维度定为20世纪末至今。

二、战略布局与战术特点

(一) 战略布局—文化外交

1 “文化外交”⁶的概念内涵

在韩国政府有关语言文化推广的政策体系中,“文化外交”与“国际文化交流”两种表述方式并存。2011年,韩国外交通商部和文化体育观光部分别通过了《关于促进文化外交的特别法》和《国际文化交流法》。自此,“文化外交”和“国际文化交流”正式进入官方话语体系,外交部所主导的文化交流与推广工作被冠以“文化外交”的名称,而文化体育观光部则以“国际文化交流”作为相关政策名称。韩国学者以“文化外交”和“国际文化交流”的政策目标、政策内容等作为依据,对这两个概念的内涵和外延进行了解读。李东尹(音译)指出,外交部以本国利益为中心,强调相关文化政策目标、内容等的“本国利益中心性”,而文化体育观光

5 2008年,更名为“外交通商部”;2013年,更名为“外交部”。文中统称“外交部”。

6 现代意义上的“文化外交”一词由美国历史学家拉尔夫·特纳在其起草的战后美国对外文化关系备忘录中提出,但他并未对这个概念给出确切的定义。卡明斯(Cummings)认为,文化外交是指国家及其人民之间通过信念、信息、艺术,以及文化的其他方面的交流,加强相互间理解。米切尔(Mitchell)从国际文化关系的角度出发,认为一个国家政府所进行的对外文化关系就是文化外交。李智认为,文化外交就是主权国家利用文化手段达到特定政治目的或对外战略意图的一种外交活动。

部则强调国际间文化交流和互动,强调对“世界文化的贡献”。⁷金辉廷(音译)则认为,“文化外交”和“国际文化交流”这两个概念虽在表述上有所差异,但实际内涵相似。他指出,文化体育观光部和外交部的语言文化推广工作有所重叠,内容相近,基本都是以本国利益为中心对外开展文化交流与合作。此外,教育部也担负了一部分文化外交和国际文化交流的工作,并与上述两部的工作有所重合。⁸韩国文化体育观光部的调查也显示,政策专家和一般民众对“文化外交”和“国际文化交流”的认识趋同,都认为两者无本质区别,其政策目的都是为了提升韩国的国际认知度,强化韩国的文化竞争力,进而提高韩国的国际影响力,在此目标基础上,其政策内容也颇有重复。⁹中国学者刘炳香对“文化外交”进行定义时指出,“文化外交”的概念与“外交”的内涵相联系,有狭义和广义之分:狭义的文化外交指政府所从事的对外文化交流,与经济外交、军事外交等构成国家外交体系;广义的文化外交是信息时代政府、社会组织、个人以文化为载体的对外交流活动,其目的在于促进于国外公众之间的交流和相互理解,从而塑造良好的国家形象。同时还指出,韩国的文化外交是其软实力的重要来源和体现,其路径主要包括政府、企业和社会组织三个方面。¹⁰

结合国内外学界对相关概念的解读,我们可以形成较统一的认识:在韩国政府语境下,“文化外交”和“国际文化交流”的基本内涵,即政策目标和政策内容是同质的,是文化体育观光部、外交部、教育部¹¹通过发展对外文化关系,增进韩国与世界各国的相互理解、提升本国国际形象、强化本国文化软实力的政府行为。为了叙述的统一性,本研究选择“文化外交”作为韩国政府发展对外文

7 [韩]李东尹(音译):〈韩国的东亚文化外交现况和问题〉,《国际政治研究》,2009年,第12集第2号,第208-209页。

8 [韩]金辉廷(音译):〈确保文化外交与国际文化交流部门协调功能的争论焦点和课题〉,《文化政策论丛》,2012年,第26集1号,第229-231页。

9 [韩]韩国文化观光研究院:《旨在振兴国际文化交流的制度树立方案研究》,2007年,韩国文化观光研究院,第17-18页。

10 刘炳香:〈韩国文化外交:路径与启示〉,《当代韩国》,2013年第一期,第43-45页。

11 2008年,更名为“教育科学技术部”;2013年,更名为“教育部”。文中统称“教育部”。

化关系战略的统一名称，其内容涵盖外交部、文化体育观光部，以及教育部的相关政策内容。

2 “文化外交”组成部分之间的辩证关系

在对韩国文化体育观光部、外交部、教育部的相关法律、政策和具体行政举措等进行梳理和分析后发现¹²，韩国政府的“文化外交”主要内容是：促进“韩流”（大众文化产业）的发展和海外传播，促进韩国语（文化的主要载体 - 语言）的海外推广，促进韩国学¹³（深层次文化研究）的海外发展。但这三个主要内容并不是一个层面上的三个并列主题，它们具有一定的层次性，是三个层次的文化事业之间的相互借力、共同发展，体现了韩国政府在语言文化推广事业上的由浅入深、相互促进的宏观文化传播战略思维。

（1）“尖兵”——韩流

韩国于上世纪末逐步形成了文化产业政策体系，并在经历了一系列的调整和稳定后，发展为今天的集中发展核心文化内容、具有韩国特色的文化产业政策格局。韩国在文化产业政策上的努力，促使其文化产业得到了迅速的发展，韩国一跃成为世界文化产业五大强国之一。坚实的产业基础和国家在政策和资金层面的大力投入，令韩国的文化产业在海外获得了成功，韩国大众文化被世界各国不同年龄层的受众追捧，形成了“韩流”文化现象。¹⁴具体言之，所谓韩流是指韩国的大众文化商品在世界各国（中国、日本等东亚地区是韩流的主要流行区）被部分阶层所接受并成为流行的现象，它的形式包括电视剧、图书、动漫、音乐、游戏、电影、广告等文化

12 相关文献资料包括：[韩]文化体育观光部，《文化政策白皮书》，文化体育观光部，2008年；[韩]外交通商部，《文化外交指南》，外交通商部，2010年。此外，还有韩国文化体育观光部网站（<http://www.mcst.go.kr>）、韩国外交部网站（<http://www.mofa.go.kr>）、韩国教育部网站（<http://www.moe.go.kr>）等的相关内容。

13 广义的韩国学不仅包括了韩国的语言和历史，还涵盖社会科学的一切领域，并结合历史和现实进行研究。在韩国的文化外交语境下，由于韩国语世界化事业的突出重要性，政府在制定相关政策时往往将其与广义的韩国学加以区别，形成了狭义韩国学的概念，即除韩国语和韩国语教育之外的其他有关韩国的人文社会科学研究。

14 李春虎，李钟洙：《韩国文化产业政策探析》，首尔：NPPLUS，2014年，第9-10页。

产业。¹⁵

韩流是以大众文化为主的韩国文化产业海外发展形态,是“浅层文化”的代表。作为文化传播的媒介,这种大众文化具有接触性强、受众面广的优势,易于打开文化传播的通路,是韩国文化外交的“尖兵”。韩流的成功,不仅为韩国带来了巨大的直接和间接经济效益,更令世界各国对韩国的印象得以改观。随着韩流的风行,世界各国渐渐对韩国生活方式、韩国精神、韩国风俗有了更多了解,对韩国的印象和认识更加具体,人们开始关注韩流、关注韩国,许多人成为“哈韩族”。

韩流的这种文化开拓者的作用,也同样体现在韩国语的海外传播上。仅以中国为例,据对北京和青岛部分韩国语专业学生的调查结果显示,韩流对学生的专业选择确实产生了影响。在对“考大学之前选择专业时,多大程度受韩流的影响?”这一问题进行回答时,34.3%的学生回答“完全没受到影响”,42.7%的学生回答“受到一点儿影响”,13.5%的学生回答“受到了很大影响”。另外9.3%的学生则选择了“如果没有韩流,就不会选择韩国语专业”。综合这一数据,可知有大约占总数22%的学生因为受到了韩流的影响,才选择了韩国语专业。而且,据统计,当时韩国语系第一志愿者的比例已达到45.8%,这一数字与上世纪90年代中期之前的0%相比,有了巨大的变化,其中韩流的影响不可忽视。此外,随着韩流盛行,大学中想学习韩国语的学生越来越多,随之许多大学都增设韩国语为第二外语课程。不仅如此,一些职业高中也开设韩国语作为第二外语课程,一些大城市、特别是山东省境内的沿海城市中,还出现了专门教授韩国语的私立学院。¹⁶

(2) “桥梁”——韩国语和“基底”——韩国学

韩流作为大众文化,是浅层次文化的代表。韩流生命力的维系仅仅依靠大众文化自身的发展是力不从心的。保持韩流的持续发展势头,离不开庞大的受众群体基础和深层次文化的厚重积累。

语言是人类交流的手段,是民族文化的载体。在韩国的文化外

15 金信同:《东亚各国的文化受容:对于媒体评论“韩流”现象的批判研究》,《韩国研究论丛》,中国社会科学出版社,2003年,第10辑,第298页。

16 金秉运:《韩流热潮与中国大学生的韩国语教育》,《黑龙江民族丛刊》,2008年,第4期(总第105期),第171-173页。

交战略中, 韩国语处于中坚层级, 是连接浅层文化—韩流与深层文化—韩国学的重要桥梁。这种桥梁作用体现在两方面: 首先, 如上述调查研究显示, 韩流带动了韩国语的海外传播, 作为回报, 韩国语的海外传播扩大了韩流的受众基础, 强化了世界了解韩国文化的工具基础, 为韩流的发展提供了更大的空间。与此同时, 韩国语的海外传播也为韩国学扩大海外影响奠定了学科基础。有研究显示, 随着冷战时代的结束和中韩之间的建交, 中国的韩国学开始兴起。80 年代末, 中国境内几乎没有综合研究朝鲜和韩国的研究所。虽然有北京大学朝鲜文化研究所、延边大学朝鲜问题研究所和吉林社会科学院朝鲜研究所等为数不多的几个研究所, 但是它们都只同平壤进行交流, 与韩国基本上没有什么联系。在中韩建交前后, 中国沿海地区掀起了一股学习韩国语的热潮, 韩国学热潮也随后兴起。自那时起, 各级高校先后成立了韩国语系, 数所高校的韩国学研究机构也随之建立。此后, 中国的韩国学发展迅猛, 韩国学研究机构有如雨后春笋般成立起来, 而且韩国学的研究范畴也随着语言研究的深入得到了扩展。延边大学于 1989 年成立了“朝鲜学研究中心”, 北京大学于 1991 年成立了“韩国学研究中心”, 复旦大学和山东大学于 1992 年 10 月相继成立了“韩国研究中心”, 浙江大学和辽宁大学也于 1993 年创立了“韩国研究中心”。此外, 吉林省社会科学院成立了“朝鲜 - 韩国研究所”, 中国社会科学院成立了“韩国研究中心”, 延边科技大学、华东师范大学、对外经贸大学、洛阳外国语学院、北京外语学院、山东师范大学、青岛大学、南开大学、南京大学、东北师范大学、中国人民大学、民族大学等高校也成立或者是组建了韩国学相关研究所。韩国学研究机构为增进中韩两国的学术交流, 为阐明东亚文明的整体性, 为促进两国的交流和友谊做出了巨大的贡献。¹⁷ 中国的情况表明, 韩国学的发展与韩国语的发展几乎是同步的, 这之间存在着紧密的联系。

韩国语的发展带动和促进了韩国学研究的进行。与此同时, 作为深层次文化研究, 韩国学则发挥了其基础研究的强大力量。韩国学的发展, 进一步加深了世界对韩国的理解, 也为韩流增强了厚重的文化基础和可持续发展的生命力。同时, 韩国学研究的对象包括

17 李德春: 〈韩国学 and 中国的韩国学〉, 《东疆学刊》, 2006 年, 第 23 卷第 3 期, 第 13 页。

韩国语,韩国学所使用的基本工具也正是韩国语,这也为韩国语的推广创造了科学依据和需求条件。韩流、韩国语、韩国学,作为不同层面的文化主体,在韩国文化外交的战略视野下,形成了相辅相成的关系,互相借力,取得了多层次、全方位的发展。

(二) 战术特点

在对韩国文化体育观光部、外交部、教育部的政策文献和具体行政举措进行梳理后发现¹⁸,韩国政府的“文化外交”事业呈现出四个主要战术特点:1、多部门、多机构协同促进;2、立体交叉式促进;3、侨民与侨胞全覆盖;4、法律保障机制健全。

1 多部门、多机构协同促进

韩国政府在语言文化推广事业上采取了多部门分工协作的促进方式,以确保相关工作的全面性。在韩国政府内部,有三个部级单位是语言文化传播事业的政策制定和执行者,分别是文化体育观光部、外交部、教育部。在具体的政策实施过程中,三个部级单位下属的8个机构担负具体主管和政策实施工作,它们分别是:文化体育观光部的国立国语院、世宗学堂财团、韩国文化海外宣传院;外交部的韩国国际交流财团、在外同胞财团、韩国国际协力团;教育部的国立国际教育院和韩国学中央研究院。此外,在8个机构之下,还有5个具体的政策执行机构,它们分别是:文化体育观光部—世宗学堂财团的世宗学堂、韩国文化海外宣传院的韩国文化院;外交部—在外同胞财团的韩文学校;教育部—国立国际教育院的韩国学校和韩国教育院。这种多元化机制是文化外交事业的多元化和多层次性的体现。¹⁹

2 立体、交叉式促进

尽管语言文化传播事业的核心要义是将本国的语言文化传播至海外,增加它在海外的影响力,其“主战场”和“主要目标”都在海外。但韩国在具体事业促进过程中,没有简单地将其定格为单向

18 相关资料包括:[韩]文化体育观光部,《文化政策白皮书》,文化体育观光部,2008年;[韩]外交通商部,《文化外交指南》,外交通商部,2010年。此外,还有韩国文化体育观光部网站(<http://www.mcst.go.kr>)、韩国外交部网站(<http://www.mofa.go.kr>)、韩国教育部网站(<http://www.moe.go.kr>)等的相关内容。

19 具体情况参考附录(1):韩国语言文化推广事业相关机构概况

性的“走出去”，而是采取了“走出去”与“引进来”相结合的策略。所谓“走出去”和“引进来”相结合，是指既走出国门，到对象国去开展语言文化推广，同时也将对象国的人员邀请到本国来，让他们在韩国感受韩流，接受韩国语教育，为他们提供参与韩国学研究的机会。此外，韩国在开展语言文化推广的过程中，还采取了“直接”与“间接”相结合的策略。所谓“直接”，是指韩国政府直接开办诸如“世宗学堂”、“韩国学中央研究院”等直属性教学和研究机构，对教学和科研进行直接的管理和运营。这种“直接”的做法能够保证推广效果的最佳化，但也存在文化传播意图过于明显，引发文化抵触等逆反效果等问题。此外，凡事“亲历亲为”、“事必躬亲”也不符合利用有限的人力物力实现传播效果最大化的效率原则，不利于文化推广的高效发展。因此，韩国在“直接”推广的基础上，还配合进行“间接”推广，即不直接参与教学与科研，而是通过出资或派遣专家学者，支援对象国的韩国语和韩国学的教学与研究，为他们提供各种奖学金、研究经费等资金支持，提供教学和学术研究所需的教师、专家等人员支持，以及必要的学术后援等工作。仅以韩国外交部下属的政府财政支援机构—国际交流财团为例，其服务对象主要是海外大学的韩国语教师、韩国学专家、韩国语学习者（本科生及研究生），工作内容主要是通过出资援助的方式，在海外大学和学术机构设立韩国学教授职位，开办讲座，举办学术研讨会，援助出版韩国学研究资料，举办国际会议，邀请海外韩国语教师和学者赴韩研修，以及援建海外博物馆开设韩国馆等。2014年，该机构在相关事业上的资金投入逾1000亿韩元²⁰，约合6亿元人民币。

3 侨民与侨胞全覆盖

韩国的侨胞被称为“在外同胞”，根据韩国《在外同胞法》的有关规定，“在外同胞”包括两类人：1，拥有韩国国籍，短期或长期居住在国外的韩国人，又称“在外国民”；2，曾经拥有韩国国籍（包括1948年韩国政府建立之前旅居国外者）现已取得他国国籍者，以及他们的已取得他国国籍的子孙，又称“外国国籍同胞”或“海外韩人”。可见，韩国“在外同胞”的概念是宽泛的，既包括侨民，也包括侨胞。模糊侨民和侨胞的区别，将二者置于

20 参见：韩国国际交流财团官网公开数据 <http://www.kf.or.kr/?menuno=468>

“在外同胞”这一宽泛的范畴内，使其与“国内同胞”相对应、相联系，是韩国政府民族政策的一大特色。这种政策理念源于加强所有形态的韩民族成员与祖国的联系，保持和提高他们的民族意识和民族向心力的政策意志。

在这种政策理念的影响下，韩国的语言文化传播事业并没有把受众简单地定位为“外国人”，而是考虑到团结世界范围内的韩民族成员，将侨胞也纳入文化外交事业的受众范围。因此，不仅有韩文学校、韩国教育院等专门机构负责侨胞的语言文化教育，世宗学堂等主要面向外国人的教育机构也向侨胞开放，为他们提供语言文化教育服务。截至2014年12月，世宗学堂财团在世界54个国家，设立了130所世宗学堂，统计当时的听课人数逾4万²¹，据不完全统计，其中超过十分之一的学习者是侨胞。²²

4 法律保障机制健全

法律法规一方面规范着政策的制定与执行，一方面为政策的制定与执行提供保障和支持。韩国政府重视语言文化推广事业的法律法规建设，文化体育观光部和外交部分别出台有《国际文化交流振兴法》（2011）、《国语基本法》（2005）和《关于促进文化外交的特别法》（2011）、《在外同胞财团法》（1997）等专门法，以保障文化外交战略的顺利实施。教育科学技术部虽尚没有专门法，但其组织制定的在外国国民教育等法律中也对语言推广等事业的相关内容作出了规定。这些法律法规的完善，确立了韩国语言文化推广事业作为独立的政府促进事业的地位，使它真正成为韩国文化政策的重要组成部分，同时为韩国文化外交战略的目的性、任务性和可操作性提供了保障。

三、启示与建议

（一）发挥大众文化产业的“尖兵”效应

韩国认识和发挥了大众文化产业为语言文化推广事业“开疆拓土”的作用，充分利用浅层文化代表——“韩流”的接触性强、受众

21 参见：[韩]世宗学堂财团：《国外韩国语教育机关现况调查》，世宗学堂财团，2015年，第30页。

22 暂未获得韩国官方的具体统计数据。本数据是在世宗学堂财团有关人士的估算数值。

面广的传播优势,为语言文化的深层次传播奠定了民众基础,促进了韩国语和韩国学的发展。

中国以孔子学院为代表的语言文化推广事业也应着力利用大众文化的“尖兵”效应,为汉语的国际传播更高效地开拓发展空间。中国的文化历史悠久、博大精深,具有深厚的文化底蕴,这是中国文化推广事业保持长久生命力的基石。我们应在继承传统的同时,开发大众文化元素,并将这些文化元素体现在中国影视、娱乐等大众媒体活动中。我们要与国际接轨,适度考虑国外民众的文化倾向,创造容易为外国大众所接受的中华文化作品,从而吸引更多的人学习汉语,关注中国文化。

(二) 认识政府多元管理体系的利与弊

韩国语言文化推广机构涵盖了3个部级主管单位和8个下属机构以及5个直接政策执行机构,这种多元化的促进机制是韩国语言文化推广事业的多元性、多层次性的体现和需要。各机构在明确各自主要职能的前提下,能够实现工作的高效性和政策实施与支援项目执行的准确到位。但是这种多元体制在具体施政过程中的确存在着弊端。据相关研究显示,负责语言文化传播事业的政府各部门之间的业务分工不甚明确,且缺乏专门负责或统领全局的权威机构,各机构之间的协调、合作不甚理想,以“各自为政”为主,致使各部门之间权责模糊、分散,不利于集中力量把事情做大、做精。而且各机构业务之间存在的重复现象,对政府资源也造成了一定的浪费。²³因此,建立健全相关部门、机构之间的协调统一机制显得尤为重要。

中国的语言文化推广事业也是多部委、多部门协同促进的战略事业,这种事业结构要求我们清晰认识它所存在的利弊因素,加强分工合作机制,加强协调统一管理,保障相关部门在精准定位自身工作重心的前提下,充分发挥各自的优势、高效完成任务。

(三) 扩充语言文化推广的形式和途径

韩国在语言文化推广事业中采取了“立体交叉式”的推广形

23 [韩]赵恒禄:《韩国语教育政策论》,首尔:韩国文化社,2010年,第363页。

式,即“走出去”与“引进来”、“直接推广”与“间接推广”相结合的策略。这种立体交叉方式一方面能够从某种程度上消除国家语言文化推广机构的文化传播意图过于明显而引发的文化抵触等逆反效果,一方面也符合效率原则,保证了在有限的人力物力条件下实现传播效果的最大化。

中国的语言文化推广事业的代表性机构—孔子学院在迅速发展的同时,也遭遇到了一些困境,其中就包括对孔子学院办学目的的误解和语言文化推广方式的误解。文化传播互动机制匮乏、设立机制与运行方式呆板、对语言文化推广政策的研究不足是导致这种阻力的主要原因,而其中的“官方化”和“官腔浓厚”是主要症结所在。²⁴结合韩国的经验来看,中国的相关事业也应积极扩充语言文化推广的途径和方式,通过官方的、非官方的、直接的、间接的等多种途径,让世界接触、认识、接受我们的语言文化。如在进入对象国开展语言文化传播的同时,也将对象国的人员邀请到中国来,让他们在中国接受汉语教育,为他们提供参与中国文化研究的机会。同时,我们还可以通过出资或派遣专家学者,支援对象国汉语和中国文化的教学与研究。为他们提供奖学金、研究经费等的资金支持,提供教学和学术研究所需的教师、专家等人员支持,以及必要的学术后援等,从而间接地促进汉语和中国文化的传播。

(四) 重视侨胞在语言文化推广事业中的意义

韩国语言文化推广事业的对象不仅包括外国人,也涵盖侨胞,并且力争做到只要有侨胞的地方就有韩国语教育,这是韩国语言文化推广的一大特色,也取得了既有效传播文化又紧密团结民族的“一石二鸟”效果。

中国在全球拥有约3400多万的海外华人,汉语是联系他们感情的纽带与传承、弘扬中华优秀传统文化的基础。华侨重视子女的汉语教育,希望其子女学习汉语,继承中国传统文化,也希望藉此搭乘“中国机会”的列车,在将来的发展中赢得更多机会。尽管近年来我们已经越来越重视海外华文教育,国务院侨办等涉侨机构也为此采取了一系列措施,但海外华人子女的汉语水平仍然相当薄弱,海

24 刘扬:《境外孔子学院语言文化传播的困境及对策》,《新闻世界》,2013年,第4期,第293页。

外华文教育仍然任重道远。

以孔子学院为代表的汉语国际推广与海外华文教育历来有着平行交错的关系，但两者之间的协同发展尚未达到令人满意的效果。孔子学院的汉语言国际推广事业主要面向母语为非汉语的外国人群体，并未将海外华侨纳入教育推广体系之中。如何借助孔子学院的发展推动海外华文教育的发展，是在世界汉语热背景下华文教育应关注的课题，而充分利用海外华文教育资源的优势也是孔子学院汉语国际推广课题中的重点之一。²⁵

（五）建立、健全法律保障体系

韩国语言文化推广事业拥有完备的法律保障体系。相关各部均出台有专门法或相关法，这些法律对韩国语言文化推广事业的对象、工作内容、实施办法、奖励制度等有明确的规定，使得韩国的语言文化推广有法可依，这是韩国语言文化推广事业得以顺利、稳定、持续开展的根本保障。

当前中国的汉语国际推广工作发展迅速，但在汉语国际推广方面尚未出台任何专门的法律法规。《中华人民共和国国家通用语言文字法》对推广普通话，推行规范汉字、对外汉语教学应当教授普通话和规范汉字等事业做出了规定，但基本上未涉及汉语国际推广方面的内容。政府应制定加强语言文化推广的相关法律法规，这是将语言文化推广事业提升为国家战略的重要保障，是确保中国语言文化推广工作的持续、高效发展的重要途径。

25 周聿峨，罗向阳：〈论海外华文教育与中国汉语推广〉，《贵州社会科学》，2008年，总第222期第6期，第120页。

参考文献

1. 金秉运:〈韩流热潮与中国大学生的韩国语教育〉,《黑龙江民族丛刊》,2008年,第4期(总第105期)。
2. 金信同:〈东亚各国的文化受容:对于媒体评论“韩流”现象的批判研究〉,《韩国研究论丛》,中国社会科学出版社,2003年,第10辑。
3. 李策,魏珊:〈中国学界对韩国文化软实力的研究述评〉,《青岛科技大学学报》社会科学版,2015年,第31卷第2期。
4. 李春虎,李钟洙:《韩国文化产业政策探析》,首尔:NPPLUS,2014年。
5. 李德春:〈韩国学 and 中国的韩国学〉,《东疆学刊》,2006年,第23卷第3期。
6. 李智:〈试论外交文化〉,《外交学院学报》,2003年,第1期。
7. 刘炳香:〈韩国文化外交:路径与启示〉,《当代韩国》,2013年,第1期。
8. 刘扬:〈境外孔子学院语言文化传播的困境及对策〉,《新闻世界》,2013年,第4期。
9. 周聿峨,罗向阳:〈论海外华文教育与中国汉语推广〉,《贵州社会科学》,2008年,第6期(总第222期)。
10. [韩]韩国文化观光研究院:《旨在振兴国际文化交流的制度树立方案研究》,2007年,韩国文化观光研究院。
11. [韩]金辉廷(音译):〈确保文化外交与国际文化交流部门协调功能的争论焦点和课题〉,《文化政策论丛》,2012年,第26集1号。
12. [韩]李东尹(音译):〈韩国的东亚文化外交现况和问题〉,《国际政治研究》,2009年,第12集第2号。
13. [韩]世宗学堂财团:《国外韩国语教育机关现况调查》,世宗学堂财团,2015年。
14. [韩]赵恒禄:《韩国语教育政策论》,首尔:韩国文化社,2010年。
15. J. M. Mitchell, *International Culture Relations*, London: Allen & Unwin Ltd, 1986.
16. Milton C. Cummings, *Culture Diplomacy and United States Government: A survey*, Washington D.C.: Center for Art and Culture, 2003.

附录(1): 韩国语言文化推广事业相关机构概况

主管部门	执行机构	方式特点	实施机构及举措	网站	法律法规
文化体育观光部	国立国语院	间接的	开展韩国语研究, 提供相关政策咨询和国语本体、教学研究方面的学术和教材开发等支持	http://www.korean.go.kr/	《国际文化交流振兴法》(2011) 《国语基本法》(2005)
	世宗学堂财团	走出去 直接的	世宗学堂 面向外国人、侨胞, 提供非学历韩国语教育	http://www.ksif.or.kr/	
	韩国文化海外宣传院	走出去 直接的	韩国文化院 面向外国人、侨胞, 开展韩国文化宣传和学历韩国语教育	http://www.kocis.go.kr/	
外交部	韩国国际交流财团	走出去 / 引进来 间接的	面向开展韩国语与韩国语教育研究的相关大学和研究机构, 通过派遣教授和约请人员来韩培训, 以及提供奖学金、研究经费等方式, 促进韩国语和韩国语教育与研究的开展	http://www.kf.or.kr/	《关于促进文化外交的特别法》(2011) 《在外同胞财团法》(1997)
	在外同胞财团	走出去 直接的 引进来 间接的	韩文学校 面向侨胞提供非学历韩国语教育 约请侨胞来韩在委托大学等机构接受语言和文化教育	http://www.okf.or.kr/	
	韩国国际协力团	走出去 间接的	面向发展中国家的教育和研究机构, 派遣韩国语教育志愿者	http://www.koica.go.kr/	
		间接的 引进来	邀请公务员访韩并委托国内大学进行韩国语培训		

主管部门	执行机构	方式特点	实施机构及举措	网站	法律法规
教育部	国立国际教育院	走出去 直接的	韩国学校	面向侨民提供正规学历教育	http://www.niied.go.kr/ 在韩国国民教育支援相关法律法规
		走出去 直接的	韩国教育院	面向侨民、侨胞、外国人提供非学历语言文化教育	
	韩国学中央研究院	引进来 直接的	教学科研机构，吸引外国高级研究人员来韩进行韩国语和韩国学研究（教授研修，硕博研究生培养）	http://www.aks.ac.kr/	