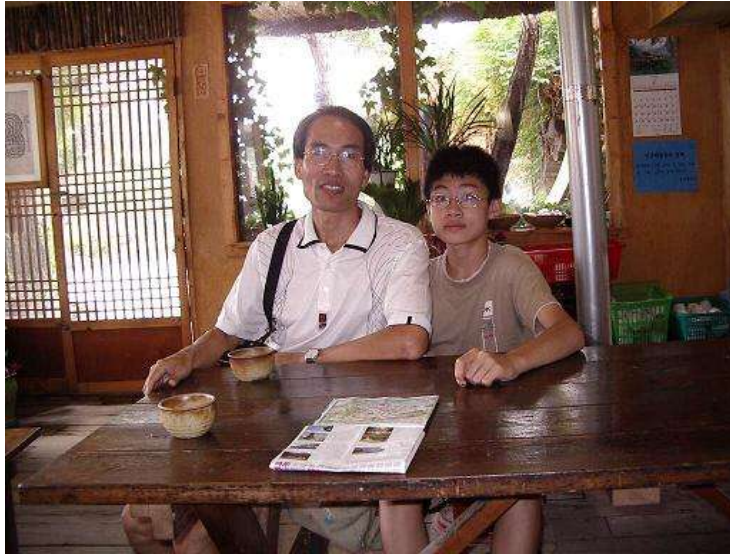


來去韓國有感

清水國小 張文乾老師



We “enjoy” spicy lunch at the restaurant in Moka Museum

壹、前言

記得二十年前，剛在北投薇閣小學教書時，班上有位學生的媽媽是韓國人，他說台灣生活水平比韓國好，教育環境也比較好，所以讓孩子在這邊上學，當時我內心沾沾自喜，頗引以為傲，以身在台灣為榮。的確，同為亞洲四小龍的韓國，當時許多生活指標都遠遠落在台灣之後，國民所得甚至只有台灣的二分之一強，然而這十幾年卻起了很大的變化。

本質上，台韓兩國是競爭夥伴，不是互補的產業關係，因為韓國出口的很多電子產品，跟台灣同質性高，有許多重疊性，電子業如此，其他產業也差不多，但是近幾年韓國產品卻能搶攻國際市場，主要貿易夥伴如美國、歐盟、日本和最近崛起的金磚四國 BRICs(Brazil, Russia, India, and China)，韓國產品都能佔有一席之地，在國際運動競技場合中，韓國隊更是讓人刮目相看，到底韓國是怎樣脫胎換骨的？我認為有下列幾項關鍵：

一、基督信仰

韓國的復興在廿世紀聞名全球，教會之多之大令人稱奇，韓國教會對宣教的熱忱令人欽佩，台灣教會前往觀摩者更是絡繹不絕。基督教在韓國共歷經五次動亂，最後一次北韓的基督徒大量逃入南韓，無家可歸的群眾終日以教會為家，過著禱告的生活，神的話是他們唯一的安慰，在一九〇五年左右，日本占領韓國四十年的開始階段，許多愛國的韓國人開始離開自己的祖國，因為他們不能忍受生存於日本的統治之下。而那些留下來的都深陷於絕望之淵，除了他們對神及耶穌的強烈信仰之外，沒有任何東西可以支持他們。因此，在日據期間，基督教在韓國甚至更加快速的擴展，基督教信仰人口劇增，如今已由原先的不到百分之五增為百分之三十左右，也就是說四千多萬韓國人當中，有超過一千萬人是基督徒。這好比耶利米書拆毀重建的應許：這城要在地上萬國人面前使我得頌讚，得榮耀，名為可喜可樂之城，萬國人因聽見我向這城所賜的福樂、所施的恩惠平安，就懼怕戰兢 (耶利米書: 33:9)。

二、重視運動與休閒娛樂

韓國人是標準的運動迷，96 年漢城(現名首爾)奧運(Olympic Games)，韓國標榜體力就是國力之後，各項單項運動風行，電子媒體相關運動節目相當普遍。據我觀察，漢城奧運之後，每屆奧運，韓國金牌數排名都緊追在大陸和日本之後，把台灣遠遠拋在後面。運動風氣盛行就是整體成績傲人的保證，記得 2002 年世界盃足球賽韓國隊踢進前八強，賽前隊員圍繞禱告的場景，讓人印象深刻，反觀我們，卻依然重視文憑、升學，“ 唯有讀書高 ”的傳統價值觀仍然深植民心。

看看韓國的電視媒體，概括可分為專業知性與休閒娛樂節目，專業知性節目好比我們的公視，提供語言學習或其他才藝教學，印象較深的是專門教導圍棋的頻道，休閒娛樂節目電視劇風靡亞洲更是眾所週知，觀其劇情，衝突深刻曲折，貼近觀眾生活情境，感染力強，知名電視劇如冬季戀歌、藍色生死戀、巴黎戀人、大長今等都相當引人入勝外，綜藝節目也頗具創意，每一集節目對演藝人員而言都是新鮮而富有挑戰性，這和台灣一些專門談影歌星八卦的低級品味節目，真是不可同日而語。韓國人熱愛運動，因此，運動頻道有專門轉播職棒、籃球和足球的，也有高爾夫球、網球、羽球、桌球、跆拳道等，每項運動還有專門人員作解說，其他還有釣魚、登山和旅遊等休閒的專業頻道。

三、轉捩點： 一九九零年代末期的金融危機

多年來，南韓一直苦於政治的紛擾，高額的外債比例，北韓的核子威脅，學運的動亂，根據英國 BBC 八月二十五日發自首爾的報導，一九九零年代末期的金融危機，由於政府一連串支持電影發展的改進措施，導致電影工業的復興，現在隨著“韓流”(Korean Wave)的興起，這些負面的國際印象，也畫下休止符，政府政策因應得宜，應驗了所謂：危機就是轉機。以下是摘自 BBC 的報導：

The BBC program said that during the last generation, Korea was thick in unfavorable images, such as political confusion, student disturbances, division of the Korean Peninsula, and the North Korean nuclear issue. But now the Korean Wave, with Korean singers and actors gaining popularity across Asia, is putting an end to the negative images of Korea.

BBC said Seoul's image of aggressiveness and stiffness in the past was suddenly giving way to that of vitality thanks to the Korean Wave, a term used to describe a new phenomenon of gaining popularity of Korean music, film and fashion throughout Asia.

四、文化輸出的作用與影響：

1.更新國家形象

南韓經由文化輸出，造成國際流行風潮，包括電影、電視劇、流行音樂(歌手)、出版品和線上遊戲等電子媒體一股“韓流”(Korean Wave)，看看近幾年走紅的影劇歌星，包括裴勇俊、崔智友、宋慧喬、李美妍、宋承憲、李秉憲、全智賢、元斌、張東健、金喜善等，偶像形象及其與日俱增的影響力。令國際知名品牌也趨之若鶩，今年初，總部設在巴黎的世界著名化妝品生產企業迪奧(Christian Dior)公司，決定聘請韓國影星崔智友擔任迪奧化妝品的形象代言人。這是迪奧公司首次啓用韓國人擔任其產品的形象代言人。主要也是著眼於其在亞洲的偶像影響力，增進其在亞洲市場的發展。毫無疑問，韓國過去給人進取而頑固的形像已在蛻變中，取而代之的是新潮、朝氣蓬勃，欣欣向榮的觀感。

2.間接改善國際對韓製產品的形象

在台灣，許多人以前不買韓國車、韓國家電，現在公路上現代汽車 Hyundai 或大宇汽車 Daewoo 的 LOGO 出現的頻率已經不下於部分歐系車子，更有韓國家電專賣店，SAMSUNG 三星、LG 樂金已是目前各地大賣場常見的家電品牌、甚至是專業美容店也是引進韓國的技術與產品。台灣如此，亞洲其他地區也如此，特別是中國大陸和日本，我曾注意大陸與日本的一些購物中心，韓製商品都擺在很醒目的地方，廣大的市場造成其出口大幅成長。

3.財經實力比一比

股票市場是國家經濟實力的櫥窗，十年前，三星股價與台積電相比，台積電約為 110 元，三星股價約為 31500，台積電約為 55 元 (8/4/2005 收盤價)

十年後，台灣加權股價指數 6446 南韓加權股價指數 1111 (8/4/2005 收盤價)

台積電約為 55 元，三星股價約 566000 約為當年的十八倍，不同的是韓國的企業型態是以大企業為主，主要大型企業如三星 Samsung、樂金 LG、大宇 Daewoo 和現代 Hyundai 集團等，台灣則大多為中小企業。經濟合作暨發展組織(OECD) 九月份新出爐的統計今年韓國的國內生產毛額 GDP(Gross Domestic Product)將超越台灣，韓國產業資源部 9 月 6 日稱，如果今後國家經濟增長保持 5%以上，韓國 2015 年的 GDP 生產總值將高達 3.5 萬美元，成為世界 10 大經濟強國之一。

貳、旅遊經驗



One of the street in the downtown of Yeosu County

今年七月首度去韓國旅行，由於我們有購買度假村的會員證，先透過新加坡假期交換中心 RCI <http://www.rci.com/index> 預定好南韓的交換旅館，然後再上網查詢旅遊資訊 <http://big5.chinese.tour2korea.com>，以 Email 聯絡首爾 (舊稱漢城) 的 Guest House (客房旅館) www.kimsguesthouse.com (因交換假期只有一星期，我預計去九天) 國泰航空班機自中正機場起飛，約兩個半小時後，飛機上的 flight attendant 廣播 Ladies and gentlemen, we are now landing at Incheon International Airport. 父子興奮之情溢於言表，一抵仁川國際機場，買了一張電話卡馬上與 Kim's Guest House 的 Sunny 女士聯絡，依照他的指示，我們搭機場巴士抵達首爾，在捷運地下鐵出口等，不久她就開了一部車來接我們，住旅館時巧遇來自美國與加拿大，目前

在日本的中學教英文的年輕老師，跟他倆閒談一番之後，他們之中一位主動問我兒子 What's your name? How old are you? Do you like spicy food? 小犬答得有些靦腆，帶孩子出來，除了看看外面的世界，藉此機會讓他有練習英語的機會，不正是旅遊的目的之一。

在首爾旅遊兩天，依照手上地圖搭地下鐵到目的地，路不熟就問路人，因為地下鐵捷運網路四通八達，每條路線以不同顏色區別，每一站除了地名有中英標示，還有數字標示，簡明易辨識，以台北新店線為例，淡水是 101，紅樹林就是 102，所以只要是捷運沿線的景點都很容易找到。

大部分的韓國人英語也不是很靈光，原本以為英語在這裡可以暢行無阻，事實並非如此，問了好多路人，碰了一鼻子灰，差不多問八個才有一位通曉的，這使我想到了個笑話，一位驕傲的美國商人問日本人，你知道世界上所有生意人最流行的語言是什麼？日本人回答：「我只知道跟哪一國人做生意最好就講哪一種語言」。七月是韓國雨季，類似台灣的西北雨，往往早上天氣好端端的，下午突然一陣雨，雨後天氣變得很涼爽，在韓國九天就有四天有下雨紀錄。不過，最讓人不習慣的就是飲食，在韓國幾乎每餐都附有泡菜，他們說愈辣愈夠味，我們父子倆被辣得直喝水。

兩天後就驅車去陶藝故鄉--驪州郡 Yeosu County (where our exchanged hotel is located)，由首爾搭巴士走高速公路約三小時，這地方好比是台灣竹東鎮，地方不大卻是山明水秀，風景宜人，南漢江穿梭環繞市鎮邊，我們落腳的旅館 Ilsung Condominium 正位於南漢江邊，過一座橋就是驪州郡的市鎮中心，有時我們會散步走過橋去買些日用品，橋上不時有看到三五成群慢跑的人們或騎腳踏車的人，在驪州發現七月學生還在上課，一問才知其暑假是從七月底(約二十五日左右)至八月底，約一個月，寒假較長約兩個月。

以此為中心，又去看了些景點，包括神勒寺 Sileuksa Temple、迎月樓公園、土也陶瓷展覽會場 Toya Ceramic Exposition Site、木芽佛教博物館(Moka Museum)、世宗國王墓園 King Sejong's Cemetery 等，由於鄉下交通工具除了部分路線有巴士外，大都要靠計程車，有時招不到計程車，走好遠一段路又等不到公車，只好硬著頭皮，主動招手搭便車，運氣還不錯，幾天下來共搭了四次便車，我兒子還稱讚韓國人真熱心。土也陶瓷展覽會場類似台灣鶯歌陶博館，但是場地規模比鶯歌大，除有傳統製陶模型等定期的展覽外，也提供親子現場捏陶教學，難得的是週邊還提供稚子玩耍的空間。



Toya Ceramic night



Sileuksa Temple

有人說，看一個國家，要看年輕人，在土也(Toya)陶瓷之夜，我感受到韓國年輕人的動感與熱情，聽了數位歌手的表演和年輕人自己唱的卡拉 OK，我也融入他們的熱情當中。在公園，在南漢江上，到處可見年輕人在踢足球、打籃球、滑水等，充滿著朝氣與活力。

在神勒寺的 Tourist Information Office 要了一張附有中文導覽的地圖後，參訪寺廟之際，突然，旅客服務中心的韓籍小姐主動來跟我招手，原來，寺廟中有位大陸東北來打工的女士，知道我是台灣來的，特地找她來翻譯韓文，她才從容的以韓文解說，讓我們對此寺廟有更進一步的了解。

參、省思

1998 亞洲金融風暴至今不到十年，韓國化危機為轉機，國力欣欣向榮，除了“韓流”席捲亞洲的文化效應外，其帶動的經濟效應更是難以估計，然而韓國並不以此自滿，教育當局更積極推動“Learning Korea”鼓勵韓國大學生出國留學，也提供獎學金供國際學生留學韓國的機會，透過與國際交流讓韓國學子不斷成長，政治上推動所謂六方會談（中、日、俄、美、南、北韓），促成北韓核子危機與飢荒問題的解決，積極尋求朝鮮半島的統合，看看韓國的發展，再想想自己，如果十年可以改變一個國家，那麼台灣接下來的十年能做什麼？或許南韓的改變能提供我們一些省思。