

Korea im neuen Horizont der deutschen Außenkulturpolitik

Kurt-Jürgen Maaß (Univ. Tübingen)

I. Koreas neue Außenkulturpolitik

Korea ist ein erstaunliches Land: in wenigen Jahrzehnten entwickelte es sich von einem Entwicklungsland zu einer der stärksten Industriemächte der Welt, von einer Diktatur zu einer lebendigen und erfolgreichen Demokratie. Korea ist heute auf der Suche nach einer seiner Größe und Stärke entsprechenden Rolle in der Außenpolitik. Die koreanische Außenpolitik hat die klassischen drei Säulen:

- die Diplomatie, mit der *Verbündete* gesucht und Allianzen geschmiedet werden;
- die Außenwirtschaftspolitik, mit der *Partner* gesucht werden und die führende Stellung koreanischer Produkte auf dem Weltmarkt unterstützt, der friedliche Austausch von Waren und Dienstleistungen gefördert und die Bereitschaft für Investitionen verstärkt wird;
- die Außenkulturpolitik, mit der *Freunde* gewonnen werden und alle Politikbereiche vom Reichtum der koreanischen wie auch der Kulturen anderer Länder profitieren sollen. Damit werden indirekt auch die Ziele der Diplomatie und der Außenwirtschaftspolitik unterstützt.

Korea ist über Jahrzehnte das Ziel internationaler Kulturprogramme zur Förderung der Demokratieentwicklung, des Pluralismus und der Menschenrechte gewesen. Viele ausländische Organisationen haben aktive Transforma-

tionsunterstützung geleistet, beispielsweise auch das Goethe-Institut und deutsche politische Stiftungen. Diese Phase ist beendet. Heute hat Korea selbst eine Botschaft für die Welt: seine positive Entwicklung, seine erfolgreiche Globalisierung, sein Umgang mit der jüngeren Geschichte, seine Bereitschaft und Fähigkeit zum Ausgleich, zum Verzeihen und zur Verständigung mit seinen großen Nachbarn, vor allem mit Japan, sein Beitrag zur Friedenspolitik. Natürlich ist das Verhältnis zu Nordkorea nach wie vor ungelöst, ist eine koreanische Wiedervereinigung in weiter Ferne. Aber Südkorea hat der Welt erfolgreich vermittelt, dass dies nicht am Süden liegt, sondern am Steinzeitkommunismus der nordkoreanischen Regierung.

Korea hat auch erkannt, dass seine wirtschaftliche Stellung und sein Zukunftsehrgeiz es erforderlich gemacht haben, eine völlig andere Außenkulturpolitik als vor 20 oder 30 Jahren zu erarbeiten, eine Außenkulturpolitik, die für Korea wirbt, die seine Positionen international verständlich macht, die Vertrauen aufbaut und Zusammenarbeit unter gleichberechtigten Partnern anbietet. Was in der koreanischen Außenpolitik in den letzten zehn Jahren angedacht, ausprobiert oder geplant worden ist, ist von außen zum Teil schwer zu sehen, erst recht nicht zu analysieren. Aus einer Reihe von Publikationen koreanischer Wissenschaftler habe ich entnommen, dass Korea auf vier Ebenen sehr viel aktiver als bisher geworden ist:

- in der *Kulturdiplomatie*, beispielsweise durch den Plan, in vierzehn großen Kunstmuseen der Welt jeweils die Einrichtung einer „koreanischen Galerie“ zu verwirklichen (Yoon 2004), oder durch die Absicht, in den nächsten Jahren weltweit 30 koreanische Kulturinstitute zu errichten (Schmelter 2005).
- in der *Sprachförderungsdiplomatie* durch neue Initiativen, im Ausland das Erlernen der koreanischen Sprache zu ermöglichen und zu fördern und die Koreanistik zu stärken. 700.000 Menschen haben – so habe ich gerade aus

der koreanischen Presse erfahren – bereits den neuen Test of Proficiency in Korean (TOPIK) gemacht (The Korea Herald 24. September 2010, S. 1 und 3).

- in der *Wissenschaftsdiplomatie*, vor allem durch die Erhöhung der Zahl ausländischer Studenten in Korea auf 100 000. 70 Prozent der Gaststudenten kommen aus China, ein besonderer Erfolg der koreanischen Bemühungen (The Korea Herald 24. September 2010 S. 4). Auch die Forschungskooperation mit führenden anderen Wissenschaftsländern ist intensiviert worden. Hierzu gehört das Projekt Korean-German Institute of Technology in Seoul (Neumann 2005).

- in der sog. *Public Diplomacy* durch eine Beeinflussung des Korea-Bildes im Ausland und die Vermittlung spezieller Informationen, die ein besseres Verstehen koreanischer außenpolitischer oder internationaler Positionen fördern (Janelli / Yim 2007, Shin 2008, Dinnie 2009, Powney 2009).

Mit diesen wenigen Ausführungen will ich nur andeuten, dass Korea sich in einer Phase der Reflexion und der Adaptation an neue Herausforderungen für seine Außenkulturpolitik befindet, die noch lange nicht abgeschlossen ist, aber natürlich schon jetzt auch Auswirkungen auf die Kulturbeziehungen zu führenden Partnern wie beispielsweise Deutschland hat.

II. Deutschlands erweiterte Ziele in der Außenkulturpolitik

Deutschland – und damit komme ich zu meinem eigenen Land, dessen Außenkulturpolitik mir natürlich viel besser bekannt ist – befindet sich seit nunmehr zehn Jahren ebenfalls in einem intensiven Veränderungsprozess. Auswärtige Kulturpolitik hat sich in den vergangenen Jahren – unabhängig von der politischen Ausrichtung der Regierung – zu einem Schwerpunkt der deutschen Außenpolitik entwickelt (Maaß 2010). Auswärtige Kulturpolitik ist dadurch weit mehr als eine „dritte Säule“ der Außenpolitik (Willy Brandt),

sie gehört zum Fundament. Gleichzeitig hat sich die wissenschaftliche Forschung zu Themen der Außenkulturpolitik spürbar intensiviert. Dies hängt damit zusammen, dass nach dem Wegfall des bipolaren Systems 1989 / 90 ganz neue Wettbewerbs Elemente in die Außenpolitik gekommen sind, in deren Rahmen die Außenkulturpolitik interessanter für die wissenschaftliche Praxisbegleitung geworden ist. Beispiele hierfür sind der sogenannte „Kampf der Kulturen“, der Wettstreit um kluge Köpfe und die Systemhilfe bei der Transformation ganzer Länder.

Die Praxis der Auswärtigen Kulturpolitik ist vielfältiger denn je. Von Außenminister Joschka Fischer wurde mit der Verabschiedung der Konzeption 2000 der Handlungsspielraum der Außenkulturpolitik nochmals erweitert. Sie erhielt die Aufgabe, einen Beitrag zur Bewältigung der Globalisierung zu leisten, und wird zusätzlich in der Verantwortung gesehen, Rechtsstaatlichkeit, Demokratie und Menschenrechte zu fördern und Krisenprävention und Konfliktbearbeitung zu unterstützen. Der 11. September 2001 war Auslöser für ein Sonderprogramm zur Förderung des Euro-islamischen Dialogs. Tatsächlich ist dieser Dialog ein Schwerpunktthema geworden.

Im folgenden sollen fünf exemplarische gegenwärtige Schwerpunkte der deutschen Außenkulturpolitik dargestellt werden.

II.1. Transformationsunterstützung

Zwanzig Jahre alt ist mittlerweile die Transformationsunterstützung, die viele Staaten des Westens – darunter auch Deutschland – für die ehemals sozialistischen Ländern Mittel-, Mittelost- und Südosteuropas beim Übergang zu einer Demokratie geleistet haben. Hieran haben sich viele Institutionen, Organisationen und Stiftungen auf dem Feld der Außenkulturpolitik beteiligt.

Sie haben die Länder beraten, einerseits in Fragen der Verfassungsgebung, Rechtsstaatlichkeit, Gewaltenteilung, Partizipation und Wahlen, des Pluralismus, des Aufbaus einer Zivilgesellschaft und eines neuen Mediensystems einschließlich einer neuen Journalistenausbildung. Sie haben sie andererseits aber auch bei der Einführung marktwirtschaftlicher Strukturen unterstützt. Den Universitäten und Hochschulen wurde geholfen sich zu internationalisieren, ihre Strukturen wettbewerbsfähiger zu machen, die Forschungslabors mit modernen Geräten auszustatten und die während der Periode des Sozialismus zum Teil verkümmerten geisteswissenschaftlichen Fächer wieder aufzubauen. Quantitativ umfangreiche Austauschprogramme unterstützten dieses Vorgehen auf der Studenten- wie auf der Wissenschaftlerebene.

Das geschichtlich einmalige Gelingen dieses Transferprozesses ist sicherlich auch auf die Arbeit der Konferenz für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa (KSZE) und auf die recht frühzeitige Inaussichtstellung eines Beitritts zur Europäischen Union zurückzuführen. Die Transformation hatte für die meisten Länder ein klares Ziel: Europa.

Vernachlässigt wurde dabei zunächst die Region des ehemaligen Jugoslawiens – mit fatalen Folgen, wie sich gezeigt hat. Hier hat man allerdings schwere Fehler festzustellen. Hätte man diese Fehler vorher schon in Mittel-, Mittelost- und Südosteuropa gemacht, wäre dort der Übergang nicht so friedlich verlaufen. Inzwischen sind alle Partner der Außenkulturpolitik auch in der Region Jugoslawiens tätig, mit dem ganzen bewährten Instrumentarium und darüber hinaus mit neuen Handlungsansätzen aus der Krisenprävention und Konfliktbearbeitung, die die Außenpolitik in den letzten fünfzehn Jahren entwickelt hat. Auch hier hat inzwischen die Aussicht auf eine EU-Mitgliedschaft ein Übriges getan, um die Transformation voranzubringen.

Die Erfahrungen der USA nach dem Zweiten Weltkrieg in der Transformationsunterstützung in Deutschland und Japan wie auch die jüngsten

Erfolge in Europa haben die internationale Gemeinschaft leider zu dem Trugschluss verführt, dies alles müsse auch in anderen Ländern genauso funktionieren, vor allem in Entwicklungsländern. Die bisherigen Ergebnisse von Transformation und Transition sind aber eher ernüchternd (Egger 2007, Schlumberger 2008). Eine klare Strategie für die Transformationsunterstützung gibt es bisher nicht. Von wissenschaftlicher und theoretischer Seite aus sind viele Fragen nur unzureichend behandelt, was dazu führt, dass eine außenpolitische Beratung nicht stattfindet.

II.2. Der Euro-islamische Dialog

Für den Umgang mit der islamisch geprägten Welt sind viele der traditionellen Instrumente der Außenkulturpolitik nicht oder in der bisherigen Form nicht geeignet. Wichtig ist dabei folgendes (vgl. auch ifa 2004):

- Einerseits wird der Dialog belastet durch das tausend Jahre alte Misstrauen des Westens gegen den Islam, den Mangel an Respekt vor der anderen Religion, die koloniale Vergangenheit, Stereotypen und Feindbilder, „doppelte Standards“ des Westens (Forderung nach Demokratisierung, trotzdem privilegierte Beziehungen zum tief autoritären Regime in Saudi-Arabien) und die einseitige Parteinahme für Israel.

- Andererseits ist das Interesse in islamisch geprägten Ländern an einem intensiveren Austausch mit dem Westen sehr groß. Deshalb möchten viele gern über die Hauptdefizite ihrer Länder sprechen: den Mangel an Freiheit, die nicht vorhandene Gleichberechtigung der Frau und den Mangel an Wissen. Gewünschte Themen für den Dialog sind ferner: mehr akademischer Austausch, mehr Forschungszusammenarbeit, eine Revision der Schul- und Lehrbücher im Hinblick auf das gegenseitige Bild, mehr interkulturelles Training

für die Multiplikatoren des Dialogs, mehr und besserer Medienaustausch, ein Ausbau der Multilateralisierung der islamischen Welt, der Abbau schlechter Regierungsführung, gemeinsame Anstrengungen zur Bekämpfung (auch der Wurzeln) von „Militanz und Terrorismus“, eine Lösung der Palästina-Frage, der Aufbau einer Zivilgesellschaft in islamisch geprägten Ländern.

Das Auswärtige Amt hat nach den Anschlägen des 11. September 2001 in der Kulturabteilung einen Sonderstab „Dialog mit der islamischen Welt“ mit einem Botschafter bzw. einer Botschafterin an der Spitze geschaffen und in zahlreichen deutschen Botschaften der islamischen Welt „Dialogreferenten“ eingesetzt, deren Hauptaufgabe die Beobachtung und Unterstützung des Euro-islamischen Dialogs ist. Der damalige Bundesaußenminister Steinmeier nannte den Dialog „das oberste Prinzip ... der Auswärtigen Kulturpolitik“, die sich geradezu von einer Art „ästhetischem Imperativ“ leiten lassen müsse, um allen Beteiligten „zusätzliche, eben kulturelle Erkenntnismöglichkeiten“ zu erschließen (Auswärtiges Amt 2007).

In der Zwischenzeit haben viele Partner des Auswärtigen Amtes in der Außenkulturpolitik ihr Engagement auf diesem Gebiet verstärkt. Dabei sind auch neue Ideen und Ansätze verwirklicht worden, die ein hohes Innovationspotential haben, zum Beispiel deutsch-arabische Hochschulprojekte in Jordanien, Ägypten und den Golfstaaten oder gemeinsame Hochschulprojekte mit der Türkei (Istanbul, Izmir), aber auch binationale Studiengänge oder die Errichtung eines Auslandscampus einer deutschen Universität im Ausland, bisher in der islamisch geprägten Welt vorrangig in den Golfstaaten anzutreffen (vgl. Bode 2008, Maaß / Thum 2009).

Der Euro-islamische Dialog kann nicht mit kurzfristigen Erfolgen aufwarten, sondern nur funktionieren, wenn er langfristig angelegt ist. In der oft recht kurzlebigen Welt der Außenpolitikdebatten ist es nicht immer einfach, dies in der Politik und in den Bundestag zu vermitteln.

II.3. Werbung für Studium und Forschung in Deutschland

Ein zentrales Thema der deutschen Außenkulturpolitik sind der akademische Austausch und die Werbung um ausländische Studenten und Wissenschaftler, die Förderung internationaler Kooperationsprojekte und die Erhöhung der Bereitschaft deutscher Studierender, einen Teil ihres Studiums im Ausland zu absolvieren. Dabei geht es um eine Mischung aus innenpolitischen und außenpolitischen Zielsetzungen und Überlegungen:

- *Innenpolitisch* soll das deutsche Hochschul- und Forschungssystem stärker internationalisiert und damit besser auf den wachsenden internationalen Wettbewerb vorbereitet werden. Außerdem soll auch um „kluge Köpfe“ geworben werden, da seit langem feststeht, dass schon in absehbarer Zeit aus dem deutschen Ausbildungssystem allein nicht genügend Absolventen kommen werden, um die Nachfrage des deutschen Arbeitsmarktes zu befriedigen. Dies kann nur gelingen, wenn das deutsche Universitäts- und Forschungssystem sich konsequent internationalisiert. Deutsche Studierende müssen internationale Erfahrungen sammeln und interkulturelle Kompetenz erwerben, ihr Wissen und Können muss internationalen Standards entsprechen. Deutsche Wissenschaftler, die ins Ausland gehen und dort in den besten Forschungszentren mit erstklassigen ausländischen Kollegen zusammenarbeiten, können besser einschätzen, wo die deutschen Heimatinstitute im internationalen Vergleich stehen, und sie können einen wissenschaftlichen Fortschritt anderer Systeme abgreifen.

- *Außenpolitisch* geht es vor allem darum, den akademischen Austausch für die wichtigsten Ziele der Außenpolitik einzusetzen, also für das Deutschlandbild im Ausland, einen internationalen Wertediskurs und den Dialog der Kulturen, das bessere Verständnis im Ausland für deutsche Positionen und die Förderung der Fähigkeiten zum Umgang mit und zur Lösung von Kon-

flikten. Studenten und Wissenschaftler sind wie kaum eine andere Gruppe ideal als Multiplikatoren in der internationalen Verständigung und im Kulturaustausch geeignet. Sie bilden ein „einzigartiges Vertrauens- und Verständigungspotential für die deutsche Außenpolitik“ (Schütte 2008: 16).

Sichtbarer Erfolg der bisherigen deutschen Werbebemühungen ist die Steigerung der Zahl ausländischer Studierender in Deutschland von 175 000 im Jahr 2000 auf 233 000 im Jahr 2008. Im Jahr 2007 kamen mehr als 25 000 ausländische Wissenschaftler nach Deutschland, rund 5 500 deutsche Wissenschaftler gingen ins Ausland (DAAD 2010). Das Jahr 2009 wurde zum „Jahr der Außenwissenschaftspolitik“ ernannt. Inzwischen hat die Wissenschaftsinitiative – unabhängig vom Wechsel der Regierung – viele weitere Ergebnisse vorzuweisen, vor allem durch die Eröffnung deutscher Wissenschaftshäuser in zahlreichen Ländern und Regionen.

II.4. Das Deutschlandbild im Ausland

Ein zentrales Anliegen der Außenkulturpolitik war und ist die Unterstützung und Formung eines positiven und realistischen Deutschlandbildes im Ausland. Die deutsche Regierung hat als Ziel formuliert, „Deutschland als weltoffenes, sympathisches und zukunftsfähiges Land zu zeigen und die Wettbewerbs- und Leistungsfähigkeit des Wirtschaftsstandortes zu vermitteln“ (Körber 2009: 186). Die Umsetzung dieser Vorgabe orientierte sich unter anderem am *Nation Branding*-Konzept von Simon Anholt, der 2005 sechs Bereiche definiert hatte, aus denen sich das Außenbild einer Nation im Ausland zusammensetzt: Innen- und Außenpolitik, Investitionen und Immigration, kulturelles Erbe, das Ansehen der Bevölkerung, Tourismus und Exportwirtschaft. Anholt empfahl der Bundesregierung eine langfristige Strategie mit

einem koordinierten Ineinandergreifen aller beteiligten Aktionsfelder. Dies wurde umgesetzt mit der Folge, dass Deutschland im *Nation Branding-Index* im Jahr nach der Fußballweltmeisterschaft von 2006 auf Platz 1 vorrückte und diesen Platz bis heute halten konnte (Körber 2009).

Das Auswärtige Amt hat als Folge dieser Erkenntnis die sogenannte „Public Diplomacy“ viel stärker als bisher in den Fokus seiner Arbeit gestellt und sieht die Werbearbeit „Government to people“ inzwischen als „wichtigen Schritt, um das inhaltliche Profil der Auswärtigen Kulturpolitik zu schärfen und zu modernisieren“ (Kettner 2009: 244).

II.5. Die Förderung der deutschen Sprache

Bundesaußenminister Guido Westerwelle hat 2010 als „Jahr der deutschen Sprache“ eingeläutet. Schon sein Vorgänger hatte versucht, der deutschen Sprache als zweiter Fremdsprache neues Leben einzuhauchen. Dieses Problem hat eine lange Vorgeschichte und gehört zu den Außenkulturpolitikthemen, die immer mal wieder bedeutungslos erscheinen und aus der öffentlichen Diskussion verschwinden und dann plötzlich mit neuer Aktualität auftauchen und sich immer sicher sein können, eine Resonanz in den deutschen Medien zu finden.

Deutsch als Fremdsprache – das ist die Geschichte des Kampfes des Auswärtigen Amtes um die Sicherung und Ausweitung der Bedeutung der deutschen Sprache im Ausland. Deutsch wurde nach dem Zweiten Weltkrieg durch den Siegeszug der englischen Sprache auf den zweiten Platz verdrängt. Inzwischen hat sich die Konkurrenzsituation verschärft, so dass Deutsch nicht mehr „nur“ gegen Französisch bestehen muss, sondern vor allem gegen Spanisch und in Zukunft unter Umständen auch gegen Chinesisch. Von

Außenminister Steinmeier wurde 2008 eine Partnerschulinitiative gestartet, die Schulen im Ausland unterstützt, welche Deutsch als erste Fremdsprache anbieten. Das Programm hatte einen überraschend großen Erfolg: bis zum Frühjahr 2009 konnten bereits 1200 ausländische Schulen in das Programm aufgenommen und damit 150 000 junge Menschen erreicht werden. Das ist ein beachtlicher Erfolg.

Sie sehen aus diesen fünf Beispielen, dass Deutschlands Außenkulturpolitik eine Phase großer Veränderungen durchlaufen hat. Ich wage heute zu behaupten, dass dieser Veränderungsprozess noch lange nicht abgeschlossen ist. Das liegt vor allem an der inzwischen immer mächtiger gewordenen internationalen Konkurrenz. Darauf komme ich im nächsten Teil meines Vortrages zu sprechen.

III. Die Entwicklung der internationalen Konkurrenz

War es bis zum Ende der Ost-West-Bipolarität nur eine kleine Anzahl von Ländern, die eine ernstzunehmende und konsequente Außenkulturpolitik als Teil ihrer Außenpolitik pflegten, so hat sich die Konkurrenzlage seither stark verändert. Dies gilt ganz besonders für die letzten fünf Jahre. In einigen Ländern wird heftig über notwendige Veränderungen diskutiert, andere haben begonnen, eine Außenkulturpolitik überhaupt erst aufzubauen. Der Druck auf die deutsche Außenkulturpolitik, die internationalen Veränderungen zu beobachten und daraus auch Konsequenzen für die eigene Arbeit zu ziehen, hat sich deutlich erhöht.

Als krassestes Beispiel will ich hier vor allem *China* nennen (vgl. Hartig 2009): China hat in den letzten fünf Jahren alle sechs Tage irgendwo in der Welt ein Konfuzius-Institut eröffnet. Bis Ende 2010 sollen es 500 sein

(davon über 60 allein in den USA), die Zahl der Chinesisch Lernenden soll bis dahin auf 100 Millionen angestiegen sei. Die Konfuzius-Institute sollen Sprachkurse anbieten, lokale Sprachlehrer ausbilden und Informationen über chinesische Ausbildung, Kultur, Wirtschaft und Gesellschaft vermitteln. Mit dem zunehmenden wirtschaftlichen und politischen Gewicht ergab sich für China geradezu zwangsläufig die Frage nach der Unterstützung seiner Außenpolitik durch Kultur und nach einer Verbesserung des Chinabildes im Ausland, auch um außerhalb Chinas bestehende Ängste gegenüber der rasanten Entwicklung dieses Landes abzubauen. China propagierte hierfür ab 2005 die „Friedliche Entwicklung“ mit dem Ziel einer „Harmonischen Welt“. In einem Weißbuch des chinesischen Staatsrates von Ende 2005 wurde angekündigt, dass China den Austausch und Dialog mit anderen Kulturen und Zivilisationen ausbauen werde. In der Folge fand über mehrere Jahre hinweg eine intensive Auseinandersetzung mit Konzepten wie Public Diplomacy, Soft Power und Cultural Diplomacy statt. Kultur, so war das Verständnis, sollte das Image Chinas in der Welt verbessern, die friedliche Entwicklung des Landes verdeutlichen und die chinesische Kulturindustrie entwickeln. Deutlichster Ausdruck dieser neuen, offensiven chinesischen Außenkulturpolitik ist die Gründung von Konfuzius-Instituten in allen Teilen der Welt. In Deutschland gibt es bereits zehn, die letzten beiden wurden in diesem Jahr in Mannheim und Freiburg gegründet.

Intensiv waren die internen Auseinandersetzungen um die künftige Außenkulturpolitik in den letzten Jahren auch in den USA. Die USA hatten ihre in den ersten fünfzig Jahren nach Ende des Zweiten Weltkrieges erkämpfte Hegemoniestellung ganz wesentlich der Sogwirkung ihrer Kultur zu verdanken (Metzinger 2005). Die Entscheidung der USA nach Ende des Ost-West-Konfliktes, die Außenkulturpolitikstrukturen im Ausland abzubauen und die Programmarbeit einzustellen, erwies sich als ein großer außenpolitischer

Fehler. Das Land wurde von der Welle des Hasses und der Ablehnung aus der islamisch geprägten Welt, insbesondere als Folge des Irakkrieges, komplett überrascht. Die Debatte fokussierte sich dann immer mehr auf das Stichwort „Public Diplomacy“, in den USA kurz definiert als „reaching out directly to foreign publics rather than foreign governments“. Die amerikanische politische Diskussion während der gesamten zwei Amtszeiten von Präsident George W. Bush ging dahin, dass die USA nur ihre Intentionen in der Außenpolitik im Ausland besser erklären und darlegen müssten, dann würden die Menschen auch in den Ländern der islamisch geprägten Welt die (guten) Absichten besser verstehen, und das USA-Bild würde sich wieder zum Positiven wenden. Das war ein großer Irrtum und ein kompletter Fehlschlag. Amerikanische Wissenschaftler nannten die Bemühungen der letzten Jahre naiv, archaisch und weitgehend nutzlos, das arabischsprachige Auslandsfernsehen Al Hurrah einen kompletter Fehlschlag (Seib 2009). Wer die USA kennt, weiß, dass das Land eine ungewöhnliche Fähigkeit hat, aus Fehlern und Fehlschlägen zu lernen. So kann man für die Zukunft erwarten, dass Public Diplomacy und Cultural Diplomacy auf eine neue Grundlage gestellt werden. Der Erneuerungsprozess ist aber noch nicht abgeschlossen.

Mühsamer verläuft die Debatte in *Frankreich*. Seit mehr als zehn Jahren geht weltweit die Zahl der Menschen, die Französisch lernen, zurück. Auch intensiv begleitende kulturelle Angebote haben diesen Trend nicht stoppen können. Der politische Grundsatz französischer Außenkulturpolitik („Faites aimer la France!“) ist ohne eine starke Stellung der französischen Sprache nicht umsetzbar. Deshalb bemühen sich Reformer zurzeit, neue Ansätze für eine weltweite französische Kultur- und Sprachinitiative zu finden. Frankreich hat mit seinen *Instituts Français* und den Standorten der *Alliance Française* das international dichteste Netz von Kulturvertretungen. Wenn die Reformbestrebungen erfolgreich sind, werden sie die Konkurrenz für Deutsch als

zweite Fremdsprache und für das deutsche Außenkulturprogramm im Ausland möglicherweise wieder verschärfen.

Über die Rolle der Außenkulturpolitik wurde in den vergangenen Jahren auch in *Großbritannien* intensiv diskutiert. Dies hat dazu geführt, dass Großbritannien seine Strukturen im Ausland erheblich verändert hat. So wurden beispielsweise alle deutschen Institute des *British Council* geschlossen. Die außerkulturelle Vertretung in Deutschland besteht inzwischen nur noch aus einem Büro in Berlin. Der Schwerpunkt der britischen Außenkulturpolitik verlagerte sich auf inhaltliche Themen, die mit Partnern und Partnerorganisationen („strategische Partnerschaften“) in den Gastländern gemeinsam behandelt werden sollen. Seit 2008 gibt es nur noch drei Programmbereiche: den interkulturellen Dialog, den Klimawandel und die Kreativindustrie. Großbritannien hofft, mit seiner Neuorientierung pro Jahr 50 Millionen Menschen im Ausland zu erreichen: ein kühnes Ziel! Von allen vergleichbaren Ländern hat Großbritannien damit die modernste Strategie entwickelt und ist nach Ansicht von Fachleuten anderen weit voraus.

Ein weiterer Konkurrent Deutschlands in der Außenkulturpolitik ist *Spanien*, dessen noch junges, erst 1991 gegründetes Kulturinstitut *Instituto Cervantes* just rechtzeitig den Boom internationaler Nachfrage nach Spanisch als Fremdsprache begleiten konnte. Das spanische Außenministerium stellte ausreichende Mittel zur Verfügung, um weltweit innerhalb von knapp 20 Jahren mehr als 70 spanische Kulturinstitute zu eröffnen. Ein Glücksfall für Spanien war dabei auch der – unter anderem von der US-amerikanischen Kulturindustrie geförderte – weltweite Latino-Boom in der Musik- wie in der Filmbranche. Für die deutsche Außenkulturpolitik bedeutete dies eine Ausweitung der Konkurrenz um die zweite Fremdsprache, vor allem in Ostasien und Südostasien (vgl. zu Großbritannien, Frankreich und Spanien: Lutzmann / Schneider 2009).

IV. Schlussfolgerungen für das koreanisch-deutsche Verhältnis

Welche Schlussfolgerungen ergeben sich nun aus diesen Entwicklungen der letzten Jahre für die koreanisch-deutschen Kulturbeziehungen?

Korea ist ein anderes Land geworden mit einer international veränderten Stellung und Aufgabe. Es ist inzwischen ein Partnerland der deutschen Außenkulturpolitik. Das bedeutet, dass Deutschland und Korea mit vergleichbaren Zielen in der Außenkulturpolitik zusammenarbeiten können – und es auch tun sollten.

- Krisenprävention und Transformationsunterstützung sind auch für Südostasien wichtige Aufgaben, die Europa niemals allein, sondern nur in Partnerschaft mit ostasiatischen Partnern unterstützen kann.

- Der Dialog mit der islamisch geprägten Welt ist für Korea vielleicht aktuell kein besonders wichtiges Thema – für den Weltfrieden aber von zentraler Bedeutung. Auch Korea könnte mit dazu beitragen, dass islamisch geprägte Länder viel stärker als bisher in die internationale Verantwortung gezogen werden, sich ihrer eigenen internationalen Verpflichtungen und ihres Anteils an einem gedeihlichen Zusammenleben aller Völker bewusster werden.

- Im akademischen Bereich hat Korea seine Hausaufgaben seit langem gemacht, steht auf gleicher Augenhöhe mit vielen anderen Industrieländern, auch mit Deutschland (vgl. z.B. BMBF 2009). Hier wäre wünschenswert, dass mehr deutsche Studenten den Weg nach Korea finden würden, einen Teil ihres Studiums an einer der exzellenten koreanischen Universitäten verbringen würden. Damit würde automatisch auch ein mächtiger Impuls gegeben, die koreanische Sprache zu lernen und später nach Rückkehr in Deutschland kulturelle und sprachliche „Botschafter“ von Korea zu sein. Vielleicht sollten mehr koreanische Universitäten kleine Außenstellen in Deutschland einrichten?

Offen ist für mich die Frage, wie Korea mit seiner Außenkulturpolitik und einer damit verbundenen Public Diplomacy sein Bild im Ausland verbessern kann. Vieles ist versucht worden. Die Klischees – geteiltes Land, unruhige Politik, Billigprodukte – sind mächtig und schwer aufzubrechen (Schmelter 2005: 303 und 305).

- Korea ist ein erfolgreiches Entwicklungsmodell, könnte das vielleicht stärker vermitteln: mit welchen Zielen hat Korea diesen Erfolg erreicht? Mit welchen Ideen? Mit welchen Wertvorstellungen?

- Korea ist weltführend im Internet: wie könnte man daraus mehr kulturpolitisches Kapital schlagen?

- Korea hat eine äußerst lebendige Film- und Popmusikultur (Stern 2005, Shin 2008: 10, The Korea Herald 24. September 2010, S. 4): wie könnte man das z.B. in Europa überhaupt erst einmal richtig bekannt machen?

- Korea ist attraktiv für Tourismus – aber wer weiß das in Deutschland?

- Korea hat eigene Positionen und klare Meinungen zu international diskutierten Themen, wie beispielsweise Klimawandel, Globalisierung, Multilateralismus, Entwicklungspolitik. Wie könnte Korea sich damit stärker in den internationalen Diskurs einbringen?

- Korea hat ein lebendiges Fernsehen. Nichts transportiert so wirkungsmächtig wie Bilder! Wo gäbe es mögliche Schnittstellen und Kooperationschancen z.B. mit dem deutschen Fernsehen?

Sie sehen, es gibt doch viele mögliche Felder, auf denen Deutschland und Korea einander noch näher rücken und gemeinsam etwas anpacken und auch bewirken könnten. Ich sehe viele mögliche neue Ansätze für deutsche und koreanische Außenkulturpolitik der Zukunft. Ich wünsche Ihnen, dass Sie diese neuen Wege mit unterstützen können.

■ Bibliographie

- Auswärtiges Amt (2007): Menschen bewegen – Kultur und Bildung in der deutschen Außenpolitik. Berlin, Auswärtiges Amt, 25.-26. Oktober 2006. Konferenzdokumentation, http://www.auswaertiges-amt.de/diplo/de/Infoservice/Broschueren/AKBP_Menschen_Bewegen.pdf (Zugriff 20.5.2010).
- BMBF (Bundesministerium für Bildung und Forschung) (2009): Korea und Deutschland – Partner in Forschung und Entwicklung, Berlin 2009, http://www.research-in-germany.de/coremedia/generator/dachportal/en/09__Downloads/Download_20Files/Korea_20Erfolgsbericht_20auf_20deutsch.pdf
- Bode, Christian (2008): „Exportschlager Hochschulen? Deutsche Studienangebote im Ausland als Instrumente der Außenwissenschaftspolitik“, in: Georg Schütte (Hg.): Wettlauf ums Wissen: Außenwissenschaftspolitik im Zeitalter der Wissensrevolution, Berlin: Berlin Univ. Press, S. 221-230.
- DAAD (Deutscher Akademischer Austauschdienst) (2010): Wissenschaft weltweit 2009, <http://www.wissenschaft-weltoffen.de/daten> (Zugriff 20.05.2010).
- Dinnie, Keith (2009): Repositioning the Korea Brand to a Global Audience: Challenges, Pitfalls, and Current Strategy, in: Korea Economic Institute, Academic Paper Series Vol. 4 no. 9, December 2009.
- Egger, Miriam (2007): Die Auslandsarbeit der politischen Stiftungen: Zwischen Entwicklungshilfe und Transformationskontext, Saarbrücken: VDM-Verlag Müller (Diss., Berlin 2007).
- Hartig, Falk (2009): „Mit Konfuzius ins 21. Jahrhundert – Chinas Auswärtige Kulturpolitik“, in: Kurt-Jürgen Maaß (Hg.): Kultur und Außenpolitik: Handbuch für Studium und Praxis, Baden-Baden: Nomos, S. 401-410.

- Ifa (Institut für Auslandsbeziehungen) (2004): *Der Westen und die islamische Welt – eine muslimische Position*, Stuttgart, Deutsch-Englisch-Arabisch, ifa 2004.
- Janelli, Roger L. / Yim, Dawnhee (2007): *Soft power, Korea and the Politics of Culture*, Konferenzpapier, University of Berkeley.
- Kettner, Peter (2009): „Menschen bewegen – Das Auswärtige Amt in der Außenkulturpolitik“, in: Kurt-Jürgen Maaß (Hg.): *Kultur und Außenpolitik: Handbuch für Studium und Praxis*, Baden-Baden: Nomos, S. 239-247.
- Körber, Sebastian (2009): „Image, Marke, Branding – Die veränderte Arbeit am Deutschlandbild“, in: Kurt-Jürgen Maaß (Hg.): *Kultur und Außenpolitik: Handbuch für Studium und Praxis*, Baden-Baden: Nomos, S. 185-193.
- Lutzmann, Eva / Schneider, Gerald (2009): „Global Players – Die Auswärtige Kulturpolitik Frankreichs, Großbritanniens, Italiens, Portugals und Spaniens“, in: Kurt-Jürgen Maaß (Hg.): *Kultur und Außenpolitik: Handbuch für Studium und Praxis*, Baden-Baden: Nomos, S. 369-378.
- Maaß, Kurt-Jürgen (Hg.) (2009): *Kultur und Außenpolitik: Handbuch für Studium und Praxis*, Baden-Baden: Nomos, 2. Auflage 2009.
- Maaß, Kurt-Jürgen / Thum, Bernd (Hg.) (2009): *Deutsche Hochschulen im Dialog mit der Arabischen Welt*, Karlsruhe: Universitätsverlag 2009.
- Maaß, Kurt-Jürgen (2010): *Aktuelle Herausforderungen der Auswärtigen Kulturpolitik*, in: Thomas Jäger / Alexander Höse / Kai Oppermann (Hg.): *Deutsche Außenpolitik. Sicherheit, Wohlfahrt, Institutionen und Normen*, 2. Auflage 2010, S. 584-602.
- Metzinger, Udo M. (2005): *Hegemonie und Kultur: Die Rolle kultureller „soft-power“ in der US-Außenpolitik*, Frankfurt a. M. u.a.: Lang 2005 (Diss., Köln 2004).
- Neumann, Georg (2005): *Aufbau eines Korean-German Institute of Technology (KGIT) in Seoul, Korea*, in: Alexander von Humboldt-Stiftung

(Hg.), Korea – wissenschaftlicher Aufbruch und soziale Umbrüche, Arbeits- und Diskussionspapier Nr. 1 / 2005, S. 35-37.

Powney, Sam (2009): A Glance at the Background and Current Directions of Cultural Diplomacy in Eastern Asia,

<http://www.culturaldiplomacy.org/pdf/case-studies/a-glance.pdf>

Schlumberger, Oliver (2008): Autoritarismus in der arabischen Welt: Ursachen, Trends und internationale Demokratieförderung, Baden-Baden: Nomos 2008.

Schmelter, Uwe (2005): Ist die deutsch-koreanische kulturelle Zusammenarbeit eine „Einbahnstraße“? in: Hartmut Koschyk (Hg.), Deutschland, Korea – geteilt, vereint, München: Olzog 2005, S. 301-312.

Schütte, Georg (2008): „Wettlauf um Wissen. Außenwissenschaftspolitik als Herausforderung moderner Wissensgesellschaften“, in: ders. (Hg.): Wettlauf ums Wissen: Außenwissenschaftspolitik im Zeitalter der Wissensrevolution, Berlin: Berlin Univ. Press 2008, S. 12-26.

Shin, Seung Jin (2008): Strategic Directions for the Activities of Cultural Diplomacy to enhance the Country Image of the Republic of Korea (ROK), Paper der Harvard University,

http://www.wcfia.harvard.edu/fellows/papers/2007-08/paper_Shin.pdf

Seib, Philip (2009): „Preface“, in: ders. (Hg.): Toward a New Public Diplomacy: Redirecting U.S. Foreign Policy, New York: Palgrave Macmillan 2009, S. vii-xi.

Stern, Tobias (2005): Deutsch-südkoreanische Beziehungen – auch ein Thema für die jüngeren Generationen beider Länder, in: Hartmut Koschyk (Hg.), Deutschland, Korea – geteilt, vereint, München: Olzog 2005, S. 175-188.

Yoon, Keum-jin (2004): Bridging the World's Cultures, in: Newsletter Korea Foundation, Mai 2004, S. 1-6.

국문초록

독일 대외문화정책의 새로운 지평에서 본 한국

쿠르트 - 위르겐 마스 (튀빙엔대)

한국은 불과 몇 십 년 만에 선진산업국, 역동적인 민주체제로의 성공적 전환을 달성한 나라이고, 외교정책에서도 그 위상에 맞는 역할을 모색하고 있다. 한국은 수십 년 동안 민주화 촉진, 다원화 및 인권 촉진을 위한 국제 문화프로그램의 대상국이었고 체제전환 과정에서 여러 외국 기구의 적극적인 지원을 받았으나, 이제는 이러한 단계를 벗어나 자국의 긍정적인 발전상, 성공적인 세계화, 현대사에 대한 처리, 일본 등 주변 강대국과의 화해, 평화정책에의 기여 등 세계를 위한 메시지를 갖고 있다. 한국은 또한 경제적 위상이나 미래의 전망에 맞게 20년, 30년 전과는 완전히 다른 외교, 즉 한국을 홍보하고 국제사회에서 한국의 위상을 이해시키며 신뢰를 구축하고 동등한 파트너로서의 협력을 제공하는 대외문화정책을 입안해야 함도 인식하였다. 다시 말해 한국은 대외문화정책에서 성찰과 새로운 도전에 대한 적응 단계에 돌입했으며 벌써 독일과 같은 주요 파트너 국가와의 문화관계에 영향을 끼치고 있다는 것이다.

독일의 대외문화정책도 10여 년 전부터 집중적인 변화를 겪고 있는데, 독일의 전통적 외교정책에서 세 번째 기둥(Willy Brandt) 이상을 의미하는 역점 분야가 되어 있을 뿐 아니라 새로운 과제도 부여 받고 있다. 현재 독일 대외 문화정책에서의 5가지 역점 사안은 다음이다.

1. 체제전환(Transformation) 지원
2. <유로-이슬람>(Euro-Islam) 대화
3. 독일의 학문 및 연구입지 홍보

4. 독일의 긍정적인 국가이미지 구축

5. 독일어 장려

이러한 다섯 분야 사례는 독일의 대외문화정책이 상당한 변화를 겪고 있음을 보여주는데, 이러한 변화는 특히 더욱 심화되는 국제사회에서의 경쟁에서도 기인한다.

동서 냉전체제의 종식 이전에는 외교정책의 일환으로 일관성 있는 대외문화정책을 추진한 국가가 소수였으나, 이후 경쟁상황은 크게 변했다. 특히 최근 5년간에는 필요한 변화에 대해 격론을 벌인 국가도 있고, 대외문화정책을 비로소 구축하는 작업에 나선 국가도 있다. 중국, 미국, 프랑스, 영국, 스페인 등의 나라를 그 사례로 들 수 있다.

이러한 발전 추세에서 한독 문화관계를 위해 내릴 수 있는 결론은 무엇인가? 한국은 국제사회에서 새로운 위상과 과제를 부여 받고 있고 이제는 독일 대외문화정책의 파트너 국가가 되어 있는 상황이며, 이것은 양국이 대외 문화정책에서 유사한 목표들을 갖고 협력하는 것이 가능하고 또 협력해야 함을 의미한다. 한독 양국이 더욱 상호 접근하여 공동으로 무엇인가를 시도할 수 있는 가능한 분야, 향후 양국의 대외문화정책을 위해 가능한 새로운 단초가 많이 있다고 생각하며, 이러한 새로운 길들이 닦이는 데 함께 기여할 수 있기를 희망한다.

주제어: 대외문화정책, 대중 외교, 한독 관계, 협력

Schlüsselbegriffe: Außenkulturpolitik, Public Diplomacy, das koreanisch-deutsche Verhältnis, Kooperation

필자 E-Mail: maass@ifp.uni-tuebingen.de

논문투고일: 2010. 9. 10, 논문심사일: 2010. 10. 10, 게재확정일: 2010. 10. 30.