

L'avvento del processo di digitalizzazione in Corea del Sud, una nuova era per la public diplomacy

Professor Raffaele Marchetti

RELATORE

Giulia Buldrini - Matr. 094292

CANDIDATO

Introduzione	2
Capitolo 1 - Evoluzione storica della <i>public diplomacy</i>	5
1.1 Cos'è la <i>public diplomacy</i> – Definizione	6
1.2 Nascita della <i>public diplomacy</i> e il suo utilizzo fino alla Prima guerra mondiale	7
1.3 <i>Public diplomacy</i> durante e dopo la Prima guerra mondiale	8
1.4 <i>Public diplomacy</i> dal secondo dopoguerra agli anni 80	9
1.5 Espansione del nuovo utilizzo	11
1.6 <i>Public diplomacy</i> dagli anni 90 ad oggi	12
1.7 <i>Soft power</i> e <i>public diplomacy</i> nell'Asia dell'est	14
Capitolo 2 - Nuovi approcci alla diplomazia, i casi dei singoli Stati	18
2.1 Introduzione alla <i>digital diplomacy</i>	18
2.2 Repubblica di Corea: <i>Public diplomacy</i>	23
2.3 Digitalizzazione della <i>public diplomacy</i> coreana	27
Capitolo 3 - Cittadini e Stato, la nascita di un nuovo rapporto	33
3.1 Modifica del rapporto cittadini-stato	34
3.2 Patriottismo coreano	36
3.3 Variazione delle politiche di <i>public diplomacy</i> dall'avvento dell'era digitale	37
3.4 Cambiamento efficace?	38
3.5 Le politiche possono essere migliorate o sono già al loro massimo delle prestazioni?	40
3.6 Il risvolto della partecipazione cittadina	42
Conclusione	45
Bibliografia	48
Abstract - The advent of the digitization process in South Korea, a new era for public diplomacy	51

Introduzione

Fino all'ultimo decennio del ventesimo secolo, lo strumento principale delle politiche internazionali degli Stati era l'*hard power*, rappresentato simbolicamente dall'egemonia americana con la sua economia e il suo esercito. Solo dopo gli attentati dell'11 settembre, le guerre in Afghanistan ed Iraq e la crisi finanziaria mondiale del 2008, le nazioni si sono rese conto di quanto questo sistema fosse fallace e divenne quindi necessario trovare un sostituto che i paesi potessero utilizzare in questo ambito. Proprio in queste circostanze il *soft power* e la sua importanza vengono riscoperte.

Sono vari gli elementi che lo compongono, prima fra tutte la diplomazia, ovvero quei procedimenti attraverso i quali gli Stati mantengono le proprie relazioni; ma sono presenti anche altre modalità che le nazioni possono sfruttare per favorirsi all'estero e la *public diplomacy* è una di queste. Essa si riferisce a quella serie di politiche volte ad influenzare in maniera positiva l'opinione pubblica straniera nei confronti di una determinata nazione. Un esempio possono essere gli istituti di cultura o l'insegnamento della lingua.

Gli studiosi e gli accademici che si sono occupati della diplomazia pubblica si sono sempre focalizzati, almeno fino al secolo scorso, esclusivamente su una prospettiva americana, vedendo gli Stati Uniti d'America come interprete principale. Solo in tempi più recenti si è potuta osservare un'apertura verso gli altri attori della sfera internazionale in questo campo, incominciando quindi un processo che avrebbe portato ai primi testi con una visione differente dalle precedenti.

Un altro elemento importante da sottolineare in questo campo è come la *public diplomacy* non sia rimasta immutata dalla sua nascita nel 1856 ad oggi; infatti, ha subito numerose modifiche con il passare dei decenni ed è stata anche costretta a definirsi, come osserveremo più avanti, per differenziarsi dalla propaganda, la quale aveva iniziato ad essere considerata erroneamente come un sinonimo. Naturalmente la sua evoluzione ha suscitato un impatto sugli Stati stessi, i quali, adeguandosi alla sua modernizzazione, hanno dovuto generare nuove politiche in linea con le nuove possibilità che si sono presentate.

All'interno di questo processo di cambiamento, un ruolo cardine è stato giocato dalla digitalizzazione, partita negli anni 90 con l'avvento del primo *World Wide Web* e che nei giorni nostri è in continuo progresso. L'avvento di Internet e dei social media ha aperto la strada ad un nuovo mondo fatto di possibilità e di connessioni in tempo reale con milioni di utenti provenienti da ogni parte del globo. Proprio per queste ragioni era praticamente impossibile che non potesse contaminare e venire integrato in una materia come la *public diplomacy* che sfrutta l'opinione pubblica. I nuovi mezzi di comunicazione le hanno aperto una serie di possibilità che fino a pochi anni prima sembravano irrealizzabili, quasi utopistiche, che i *policy makers* hanno prontamente saputo sfruttare ed integrare con le proprie strategie riguardanti la politica estera.

Per queste ragioni ho scelto di esaminare la seguente domanda di ricerca: “Come il processo di digitalizzazione ha modificato la *Public Diplomacy*?”

Nei prossimi capitoli andremo ad analizzare nello specifico le due variabili, soggetti focali di questa tesi, la *public diplomacy* e il processo di digitalizzazione, osservando poi nello specifico come questo cambiamento tecnologico abbia influenzato la diplomazia pubblica nell’ottica delle politiche nazionali. Al fine di verificare l’ipotesi formulata, ovvero che il processo di digitalizzazione ha reso la diplomazia pubblica un dialogo tra soggetti, espandendola ai cittadini, che sono divenuti anche suoi creatori e attuatori nel bene e nel male, si è deciso di procedere metodologicamente con un caso studio sulla Repubblica di Corea. Essa è un gigante del settore digitale e media potenza della sfera asiatica, la quale negli ultimi anni ha avuto una crescita economica esponenziale, il cosiddetto “miracolo sul fiume Han”¹ (Corea del Sud, 2010).

Il primo obiettivo sarà quello di definire la *public diplomacy* all’interno dell’ambiente accademico, così da darne una definizione più specifica per poterne poi spiegare successivamente l’utilizzo. A questo fine verrà trattata un’evoluzione storica della diplomazia pubblica, dai suoi albori nell’Ottocento fino ad oggi. Lo scopo sarà quello di contestualizzarla all’interno delle relazioni internazionali, mostrando come si sia adattata ai nuovi contesti geopolitici e le modalità in cui è stata sfruttata dai singoli paesi, inizialmente tramite una prospettiva prettamente occidentale per andarsi poi a spostare verso quella dell’Asia dell’est.

La decisione di dedicarsi a questo focus specifico è, come già citato in precedenza e approfondiremo poi all’interno dei capitoli, dovuta all’idea di strutturare un’analisi diversa rispetto alle precedenti, evitando quindi una visione puramente statunitense, e prendendo in esame un’area geografica di crescente importanza nella *public diplomacy*. Il materiale raccolto permetterà quindi di formulare la domanda di ricerca sulla quale verterà il lavoro.

Il processo di digitalizzazione verrà analizzato dai suoi arbori fino ai tempi più recenti all’interno del secondo capitolo, salvo una piccola introduzione nel primo, con una parentesi dettagliata sulle prospettive positive e negative dei suoi studiosi. Questa indagine sarà necessaria al fine di effettuare il passaggio decisivo verso la *digital diplomacy*, elemento essenziale per poter eseguire l’analisi e stabilire l’ipotesi selezionata.

Il caso studio sarà poi sostanziale per poter giungere alla comprovazione della tesi proposta, ovvero che la diplomazia pubblica sia diventata un dialogo tra soggetti, in cui i cittadini sono sia ricevitori che attuatori delle politiche in un mondo dove, grazie ad Internet, esse si possono propagare molto più rapidamente. Si

¹ “Corea del Sud”, Il Foglio, 21 giugno 2010. <https://www.ilfoglio.it/articoli/2010/06/21/news/corea-del-sud-68285/>

partirà con un'indagine relativa alla diplomazia pubblica in Corea del Sud dall'indipendenza dello Stato nell'ottobre del 1949 ai giorni a noi più prossimi. Questo permetterà di evidenziare come essa sia mutata nel corso dei decenni fino ad arrivare all'avvio della digitalizzazione del paese. Proprio in questo senso avverrà in seguito uno spazio totalmente dedicato alle politiche nate e sviluppate con l'avvento tecnologico, con l'identificazione di quella più adatta per l'ipotesi stilata.

Infine, si raggiungerà un riscontro pratico del lavoro proposto. Le visioni che verranno presentate all'interno delle tre diverse interviste, effettuate alla professoressa Youngah Guahk, alla studentessa Benedetta Rocchi e all'ambasciata italiana in Corea, garantiranno la possibilità di ottenere un'idea completa della nuova *public diplomacy*, sia nelle politiche proposte che nel modo in cui vengono recepite all'estero, e del rapporto andato a generarsi nel corso degli ultimi decenni tra Stato e cittadini, soprattutto nell'ottica del ruolo sempre più da attori principali che i coreani stanno assumendo. La *Korean Wave* ha dato la spinta alla nascita di nuove manovre, la cui maggioranza sfrutta il mondo interconnesso, reverse su più ambiti. I più giovani, esperti delle possibilità che Internet ha da offrire, spronati dall'idea che ogni coreano deve fare il suo massimo per la nazione, si sono resi creatori di numerosi contenuti differenti, capaci di raggiungere anche la loro stessa generazione.

Si cercherà infine di analizzare le opportunità che la Repubblica di Corea non ha ancora sfruttato, sia come opere di governo che come quelle cittadine. Allo scopo di evidenziare anche gli ulteriori passaggi in avanti, legati alla digitalizzazione, che potrebbero essere fatti e che potrebbero rendere la diplomazia pubblica persino più efficace, attraverso un ulteriore step.

1. Evoluzione storica della *public diplomacy*

Il concetto di diplomazia pubblica non è statico, anzi ha subito diverse mutazioni nel corso del tempo, sia per gli eventi storici che si sono susseguiti che per le innovazioni tecnologiche; variando, inoltre, rispetto allo Stato che decide di utilizzarlo.

Se il *balance of power* che regola il sistema internazionale si modifica, come accaduto dall'Ottocento, periodo in cui comparve per la prima volta il termine preso in esame, ad oggi, questo comporterà la necessità da parte delle nazioni di adattare a questo fenomeno la propria strategia. È importante notare poi che, se in precedenza si tendeva a prediligere l'utilizzo dell'*hard power* nella sfera globale, più ci si avvicina ai giorni nostri e più possiamo osservare come ora il *soft power* sia divenuto lo strumento principale delle politiche estere dei paesi. L'*hard power* rappresenta: “un approccio coercitivo alle relazioni politiche internazionali, in particolare quello che prevede l'uso del potere militare”², mentre il *soft power* è: “un approccio persuasivo alle relazioni internazionali, che in genere prevede l'uso dell'influenza economica o culturale”³ (Oxford Languages, s.d.).

Lo sviluppo tecnologico ha certamente rappresentato un elemento focale per la variazione dell'ottica in cui i *policy maker* si sono trovati ad operare. Nuovi dispositivi sono stati sviluppati con il progredire dei secoli, fornendo dunque diverse modalità ai governanti sia per agire nella loro amministrazione sul piano interno che estero. Gli innovativi mezzi a disposizione erano sempre più efficienti e con nuove funzionalità che potevano infine portarli a raggiungere milioni di persone in pochi istanti.

Ogni paese non solo attua manovre di *public diplomacy* differenti rispetto alle proprie necessità e strategie, ma ha anche un rapporto diverso con essa a seconda sia della propria posizione geografica nel globo che del modo e il tempo in cui essa si è sviluppata al suo interno. Se da una parte c'è un occidente che ha già circa duecento anni di storia nell'utilizzo della diplomazia pubblica, dall'altro c'è un oriente in cui i suoi semi sono da poco germogliati e stanno ancora crescendo.

All'interno di questo capitolo si cercherà di disquisire al meglio lo sviluppo della *public diplomacy* dalla sua nascita fino all'epoca moderna, affrontando, inoltre, i nuovi strumenti a sua disposizione e le sue differenze tra l'ovest del mondo e l'est.

² *Oxford Languages*. Traduzione da me effettuata.

³ *Ibidem*. Traduzione da me effettuata.

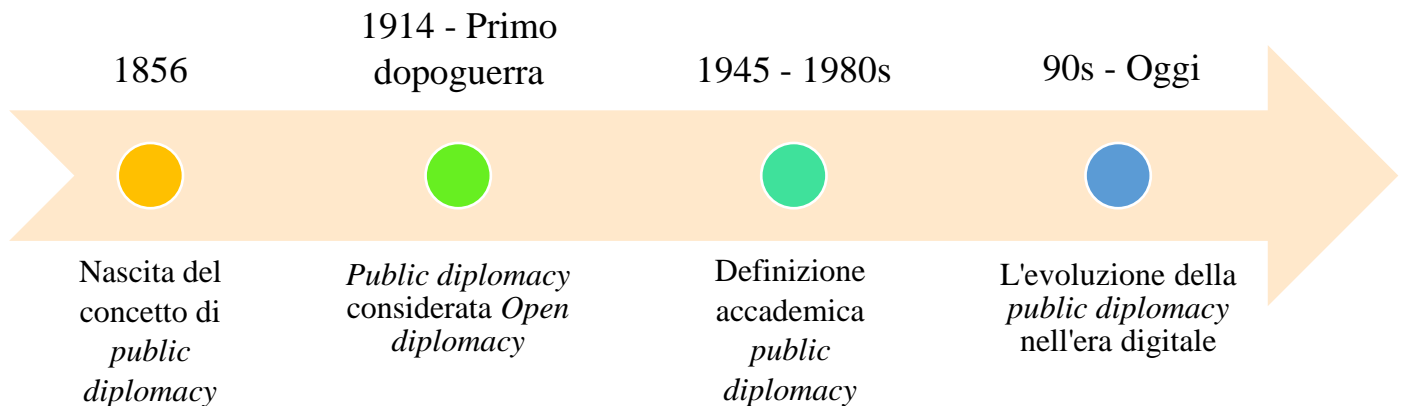
1.1 Cos'è la *public diplomacy* – Definizione

Edmund Gullion (1913-1998), diplomatico americano, ambasciatore presso la Repubblica Democratica del Congo e rettore della Fletcher School of Law and Diplomacy alla Tufts University, conìò il termine "*public diplomacy*" nel 1965, andando a definirlo come: "La diplomazia pubblica ... si occupa dell'influenza degli atteggiamenti dell'opinione pubblica sulla formazione e l'esecuzione delle politiche estere"⁴, ovvero si occupa dell'influenza degli atteggiamenti dell'opinione pubblica sulla formazione e l'esecuzione delle politiche estere (Edward R. Murrow Center for Public Diplomacy, 1965). Questa è la sua prima definizione accademica fornita, la quale subirà modifiche e precisazioni nel corso del tempo. L'intento di Gullion, generando questo nuovo vocabolo, era in parte quello di distanziare l'attività dei governi d'oltremare dal concetto di propaganda, che stava acquisendo una connotazione negativa in quegli anni.

Attraverso il processo e mutamento svolto dalla diplomazia pubblica nel corso della storia, con tanto di denominazione: "Diplomazia pubblica secondo Gilboa", il direttore e professore presso il centro per la Comunicazione Internazionale alla Bar-Ilan University e uno dei maggiori docenti relativi alla diplomazia nell'era dei media, è possibile definirla, in termini generali, come un esempio di comunicazione unilaterale, presente in particolare nei dialoghi globali. Il suo elemento cardine è il contatto diretto con i cittadini delle altre nazioni al fine di condizionarli e raggiungere i loro *policy maker*. Più nel pratico si potrebbe dire che si occupa delle attività culturali e didattiche volte a paesi stranieri, per persuadere le amministrazioni locali ad agire nell'interesse del proprio Stato. Tutto questo avviene attraverso la popolazione stessa, la quale riceve le informazioni prodotte dalla *public diplomacy*.

⁴ *Edward R. Murrow Center for Public Diplomacy*, c. 1965; citato in Waller 2007, p. 23. Traduzione da me effettuata.

1.2 Nascita della *public diplomacy* e il suo utilizzo fino alla Prima guerra mondiale



Nel 1856 comparve per la prima volta il termine *public diplomacy*, molto prima dunque della definizione accademica introdotta da Gullion. Avvenne all'interno di un articolo del London Times, il quale era volto a criticare l'atteggiamento dell'allora presidente americano Franklin Pierce (1804-1869). L'espressione era adoperata come sinonimo di "*civility*", che in italiano potremmo tradurre come cortesia o commento educato. "Gli statisti americani devono ricordare che, se devono fare come pensano una certa impressione su di noi, devono anche dare l'esempio al loro popolo e ci sono pochi esempi così catalizzanti come quelli della diplomazia pubblica"⁵ (The American President with a Laudable Desire, 1856).

Sul New York Times venne impiegato quasi due decenni dopo nel gennaio del 1871, riportando un dibattito del Congresso. Durante un intervento il deputato Samuel S. Cox (1824-1889), rappresentante dello Stato di New York e dell'Ohio, democratico ed ex giornalista, si espresse contrariato rispetto agli intrighi segreti svolti per annettere la Repubblica Dominicana. Affermando, inoltre, che lui pensava che la diplomazia fosse pubblica e aperta. Proprio attraverso quest'ultimo passaggio, la *public diplomacy* entrò nuovamente a far parte di quei vocaboli legati alla politica estera, in questo caso, però, con un significato che anticipava quella che sarebbe stata la sua articolazione durante la Grande Guerra.

Tra i paesi europei la Francia rappresentava uno stato all'avanguardia per la diplomazia pubblica e culturale. Molti erano stati i suoi investimenti in questo campo, primo fra tutti la costituzione, nel 1883, dell'Association nationale pour la propagation de la langue française dans les colonies set à l'étranger, voluto dai diplomatici Paul Cambon (1843-1924) e Pierre Foncin (1841-1916).

⁵ "*The American President with a Laudable Desire*", London Times, 15 gennaio, 1856. Traduzione da me effettuata.

1.3 *Public diplomacy* durante e dopo la Prima guerra mondiale

Dalla Prima guerra mondiale in poi il termine *public diplomacy* assunse una nuova connotazione, andava a descrivere una serie di nuove pratiche diplomatiche, per le quali veniva preferita, però, l'espressione "*Open diplomacy*"⁶ (Nacy Snow, 2020). Alcuni esempi in cui il vocabolo era stato adottato, erano le dichiarazioni tedesche sulla politica di guerra sottomarina e la visione idealistica di Wilson, sviluppata all'interno del discorso dei "*fourteen points*" dell'8 gennaio 1918, che descriveva un intero sistema internazionale fondato su "Patti di pace aperti, apertamente raggiunti"⁷ (Nacy Snow, 2020).

Il 9 maggio 1916 il New York Times riprese la diplomazia pubblica sulla copertina del Sussex Pledge, all'interno di una dichiarazione da parte del governo tedesco per limitare la guerra sottomarina, avvenuta il 4 maggio dello stesso anno. Nel medesimo numero venne, inoltre, riportata la reazione statunitense all'affermazione della Germania, contenuta nell'editoriale del Boston Herald: "Uno dei mali della diplomazia pubblica è la necessità di scrivere continuamente lettere, in cui il capo responsabile di ogni nazione deve salvare la faccia con il proprio popolo e comunicare i propri scopi all'altra parte"⁸ (An Understanding of the German Note, 1916). In tale asserzione gli Stati Uniti esposero uno dei caratteri negativi della *public diplomacy*, ossia il portare i responsabili delle nazioni ad agire principalmente nell'intento di salvaguardarsi e non in quello di fare il bene del paese. Attraverso la pubblicazione degli scritti si favoriva per giunta il nemico, rendendo più difficile la protezione del proprio Stato.

A più di un anno di distanza, il 28 dicembre del 1917, il termine riapparve sia nuovamente sul New York Times, che per la prima volta sul Washington Post. Questo avvenne attraverso la ripresa del Berliner Tageblatt, il quale postillava i negoziati di pace russo-tedeschi di Brest-Litovsk: "Nulla può scuotere il muro delle armi quanto la nuova diplomazia pubblica"⁹ (Forms Outline of Future Peace, 1917).

Il presidente Thomas Woodrow Wilson (1856-1924) lo utilizzò l'11 febbraio 1918, facendolo entrare nel linguaggio presidenziale; questo ebbe luogo nel discorso dei "*Four Principles*": "Accetta... il principio della diplomazia pubblica"¹⁰ (President's Address to Congress a Reply to Hertling's and Czernin's Peace Terms, 1918). Wilson citava a sua volta le parole del cancelliere tedesco Georg von Hertling (1843-1919)

⁶ Nancy Snow, Nicholas J. Cull, Routledge Handbook of Public Diplomacy, Routledge, 2020, p. 10. Traduzione da me effettuata.

⁷ Ibidem. Traduzione da me effettuata.

⁸ "*An Understanding of the German Note*", Boston Herald, 9 maggio, 1916, citato a p. 2. Traduzione da me effettuata.

⁹ "*Forms Outline of Future Peace*", New York Times, 28 dicembre, 1917. Questa stessa citazione è stata la prima a essere utilizzata nel Washington Post. ("*Berlin Socialist Organ Calls Program Too Vague*", Washington Post, 28 dicembre, 1917). Traduzione da me effettuata.

¹⁰ "*President's Address to Congress a Reply to Hertling's and Czernin's Peace Terms*", Washington Post, 12 febbraio, 1918. Traduzione da me effettuata.

durante l'orazione del 24 gennaio al Reichstag, in risposta ai 14 punti, in quella che lui chiamava: "*Publizität der diplomatischen Abmachungen*"¹¹ (Nacy Snow, 2020). La scelta del presidente americano di adoperare l'espressione provocò a sua volta la sua comparsa sia nel Christian Science Monitor che nel Los Angeles Times. Nel luglio venne, inoltre, discussa al Senato la proposta del senatore William E. Borah (1865-1940) di rendere pubblici i suoi dibattiti sui trattati da quel momento in poi, la quale però non passò.

L'"*Open covenants*"¹² era l'accezione wilsoniana idealistica per mezzo della quale la *public diplomacy* sopravvisse nel periodo tra le due guerre mondiali, che era ad ogni modo sempre più distante dal suo significato reale (Nacy Snow, 2020). Ad esempio, poteva essere trovata nei lavori di due internazionalisti: James T. Shotwell (1874-1965) e Clarence Streit (1896-1986). Sul Christian Science Monitor J. Roscoe Drummond proclamò una cosiddetta "*era of public diplomacy*", all'interno del saggio "*The Press and Public Diplomacy*"¹³ (Drummond, 1928). Nello scritto si faceva riferimento al ruolo dei mezzi di informazione, i quali per l'autore avevano il dovere di riportare accuratamente gli affari internazionali alle popolazioni, in modo da ridurre anche le tensioni.

La BBC incominciò a fare trasmissioni radio anche in lingue diverse dall'inglese attraverso il World Service nel 1938. Questo era dovuto alla scelta della creazione nel 1934 di un primo nucleo nel Regno Unito per l'utilizzo della *public diplomacy*; a tale scopo venne fondato il British Council, che in un'epoca di totalitarismi ne rappresentava un'alternativa.

1.4 *Public diplomacy* dal secondo dopoguerra agli anni 80

Dopo il secondo conflitto mondiale avvenne una rivalutazione di Wilson e riaffiorò il concetto di *public diplomacy*. Il ministro degli esteri belga Paul-Henri Spaak (1899-1972) si esprime con entusiasmo nei confronti di "quest'era di diplomazia pubblica" nel mentre della sessione inaugurale dell'assemblea generale delle Nazioni Unite nell'ottobre del 1946¹⁴ (Altschul, 1946). Nello stesso anno il London Times fece riferimento all'espressione come: "Frase e slogan mascherati da principi di politica estera,"¹⁵ e chiese nel medesimo tempo ad Harold Nicolson (1886-1968), politico, diplomatico e scrittore britannico, un

¹¹ Nancy Snow, Nicholas J. Cull, Routledge Handbook of Public Diplomacy, p. 10. Traduzione da me effettuata.

¹² Ibidem. Traduzione da me effettuata.

¹³ J. Roscoe Drummond, "*The Press and Public Diplomacy*", Christian Science Monitor, 18 settembre, 1928. Traduzione da me effettuata.

¹⁴ Arthur G. Altschul, "*Addresses by Truman, Impellitteri and Spaak at Opening of the UN Assembly*", 24 ottobre, 1946. Traduzione da me effettuata.

¹⁵ Leader, "*Diplomacy, Public and Private*", Times (Londra), 14 marzo, 1946. Traduzione da me effettuata.

ritorno a quella privata (Leader, 1946). La Seconda guerra mondiale, mettendo fine all'isolazionismo americano, aveva reso l'idea dell'esportazione della democrazia e della libertà un punto focale della politica estera statunitense. Con queste premesse, venne trasmesso in Europa per la prima volta il 24 febbraio 1942 il programma *The Voice of America*, il quale era riprodotto in ben tre lingue: italiano, inglese e francese. Venne inoltre istituito nel giugno dal presidente Franklin Delano Roosevelt (1882-1945) l'Ufficio dell'informazione di Guerra. Sempre negli Stati Uniti vennero creati due atti, i quali risultarono estremamente importanti per la diplomazia pubblica nel corso del tempo. Il primo era il *Fullbright Act* del 1946, che definì l'ideazione di un programma di scambio didattico internazionale, il quale divenne il manifesto degli scambi del governo statunitense. Esso venne ripreso nel 1961 con il *Fullbright-Hays Act*, che andò a consolidare gli scambi prima citati, includendo inoltre la traduzione di testi e la realizzazione di istituti culturali in paesi stranieri. Il secondo atto era invece il *Smith-Mundt Act* del 1948. Quest'ultimo designava un incarico programmatico, che tutt'oggi serve come il documento per i progetti culturali e di comunicazione *US Overseas*. Introdusse poi l'idea che questo processo potesse essere efficace esclusivamente all'estero e non per gli americani. Un altro effetto creato dal *Smith-Mundts Act* era stato la formazione da parte del presidente Dwight D. Eisenhower (1890-1969) nel 1953 di un dipartimento indipendente rispetto a quello di Stato, ovvero della *US Information Agency (USIA)*.

Nel corso degli anni 50 l'utilizzo del termine si mosse verso l'informazione e la propaganda internazionale. In questo senso la diplomazia assunse un nuovo modo di esistere, con i suoi eventi chiave oramai intesi come *public diplomacy*. Questo portò l'opinione pubblica e politica dell'epoca a dividersi in due schieramenti, rispetto all'opinione che avevano di essa. In negativo si espresse nel 1953 Walter Lippman (1889-1974), il quale dichiarò apertamente che: "Si potrebbe sostenere che la pratica della diplomazia pubblica, della propaganda e della guerra psicologica sia diventata una tale piaga"¹⁶ e che i colloqui chiave tra USA ed URSS andassero tenuti privati (Lippmann, 1953). Al contrario ne parlò in maniera più positiva il segretario generale delle Nazioni Unite Dag Hammarskjöld (1905-1961): "Il valore della diplomazia pubblica delle Nazioni Unite dipenderà in maniera decisiva dalla misura in cui i portavoce responsabili troveranno la possibilità di elevarsi al di sopra di un ristretto approccio tattico alla politica della vita internazionale, e di parlare come uomini per aspirazioni e speranze che sono quelle di tutta l'umanità"¹⁷ (Hammarskjöld, 1958). Durante il decennio molti studiosi, come Louis J. Halle (1910-1998), Lord William Strang (1893-1978) e James Reston (1909-95) del *New York Times*, si riferirono al vocabolo con l'accezione di un elemento di spettacolo nella diplomazia di personaggi come Nikita Krusciov (1894-1971),

¹⁶ Walter Lippmann, "*Today and Tomorrow: Talking About Talking*", *Washington Post*, 19 novembre, 1953. Traduzione da me effettuata.

¹⁷ Dag Hammarskjöld, "*The UN and the Major Challenges Which Face the World Community*", *UN Review*, 4 giugno 1958, citato in Richard Hoggart, "*An Idea and Its Servants: UNESCO from Within*" (London: Oxford University Press, 1978). Traduzione da me effettuata.

John Fitzgerald Kennedy (1917-1963) e molti altri. Proprio perché stava divenendo sempre più un sinonimo di propaganda, Edmund Gullion (1913-1998) ne definì per la prima volta il significato a livello accademico, fornendone una definizione: "La diplomazia pubblica ... si occupa dell'influenza degli atteggiamenti pubblici sulla formazione e l'esecuzione delle politiche estere"¹⁸ (Edward R. Murrow Center for Public Diplomacy, 1965). Nonostante questo, inizialmente il vecchio significato di "*open diplomacy*" rimase nel lavoro di alcuni autori, ad esempio in quelli di Murrey Marder (1919-2013), corrispondente diplomatico del Washington Post. Il concetto di *public diplomacy* inoltre non comparve nel titolo di un testo accademico fino al 1972.

1.5 Espansione del nuovo utilizzo

Viste le precedenti considerazioni, allora perché il nuovo utilizzo decollò? Nel 1965 a Washington D.C. l'agenzia dell'informazione americana (USIA) aveva la necessità di un'alternativa all'informazione anonima e alla propaganda; perciò, decise di adottare la definizione proposta da Gullion. Il nuovo significato copriva ogni aspetto dell'attività dell'USIA e delle funzioni culturali e di scambio appartenenti al Dipartimento di Stato. Più tardi, con l'amministrazione Carter (1977-1981), si decise di dare uno stimolo di apertura all'USIA, sostenendo che per il suo ruolo non avrebbe mai dovuto svolgere un incarico relativo alla propaganda o alla manipolazione. Per questo nel '78 essa venne rimodellata, prendendo anche il nome di USICA (US International Communication Agency), rispetto alla nuova terminologia, detenendo, quindi, a quel punto il potere sull'intera attività americana nel campo dell'informazione.

Nel 1983 avvenne un ritorno al precedente nome durante l'amministrazione Reagan (1981-1989). Si era infatti convinti che la politica estera americana avrebbe potuto avere un incremento notevole attraverso l'utilizzo della comunicazione internazionale. A questo proposito, per custodire la *public diplomacy* americana, venne ideato lo Special Planning Group sotto il National Security Council. Esso era articolato tramite: il segretario di Stato, il segretario alla Difesa, il direttore dell'USIA, il direttore dell'Agency of International Development ed il consulente alla comunicazione del presidente.

Durante la presidenza Reagan la diplomazia pubblica subì un'impennata nel suo utilizzo, sia per quanto riguardava le udienze al Congresso, che tra i professionisti, nel giornalismo e nelle borse di studio. A causa degli eventi relativi alla creazione, all'interno della Casa Bianca, dell'"Office of Public Diplomacy" con lo scopo di sovrintendere il mercanteggiare relativo al sostegno dei gruppi Contras, complessi armati

¹⁸ Edward R. Murrow Center for Public Diplomacy, c. 1965; citato in Waller, 2007, p. 23. Traduzione da me effettuata.

controrivoluzionari, in Nicaragua, la locuzione assunse un carattere negativo all'interno delle udienze del caso Iran-Contras.

Fino a quel punto nella geopolitica della Guerra Fredda l'USIA mantenne un ruolo fondamentale.

1.6 *Public diplomacy* dagli anni 90 ad oggi

Nel 1993 cominciò una nuova era per la diplomazia pubblica americana, in cui la *containment theory*¹⁹ dovette cedere quella che un tempo era la propria funzione alla teoria dell'allargamento. Sfortunatamente quello era stato anche il decennio del degrado della *public diplomacy* statunitense, in quanto la politica estera della presidenza Clinton (1993-2001) si basava sulla politica economica (Pamment, 2014). Questo portò allo scioglimento dell'USIA attraverso la *Presidential Decision Directive 68*²⁰ del 30 aprile 1999, mentre le sue funzioni vennero aggiunte ad un sottosegretariato alla *public diplomacy*, all'interno del Dipartimento di Stato (Clinton, 1999). Con il medesimo documento il *Broadcasting Board of Governors*, creato nel 1994, divenne autonomo. Esso era un'organizzazione complessa, che controllava o sovrintendeva: Radio Free Europe/Radio Liberty, Radio Free Asia, Radio Sawa, Al Hurra TV, Radio Free Afghanistan, Radio Free Iraq e Radio Farda. Individuando così l'incontro tra politica e mercato raccogliendo tutti i broadcasting americani. Nel modello tradizionale veniva data un'immagine positiva delle proprie politiche e del proprio sistema economico all'estero, il che aveva comportato una visione di Stato contro Stato. Nel suddetto sistema, la popolazione che riceveva il messaggio, avendo un buon riscontro dell'altro paese, sarebbe stata propensa a richiedere al proprio governo una politica favorevole nei suoi confronti. Durante la Guerra Fredda avvenne proprio attraverso l'utilizzo di radio internazionali: per gli americani Voice of America, Radio Liberty e Radio Free Europe, mentre per i sovietici Radio Moscow. Era possibile, inoltre, che lo Stato decidesse di concentrarsi solo su determinate compagnie o lobby in un paese. Un esempio era certamente nella Guerra del Golfo del 1991, la scelta da parte degli Stati Uniti e del Kuwait di adoperare la Hill & Knowlton al suddetto fine. Il modello tradizionale nei tempi odierni è stato ampliato al fine di considerare sia gli attori non-statali che il nuovo ruolo dei protagonisti della scena internazionale.

Nel corso del 1999 il Murrow Center di Tufts si trasformò nel Murrow Center for International Information and Communications, suggerendo l'indipendenza del concetto di *public diplomacy* e quello dell'USIA, il quale avrebbe cessato la propria attività il 1° ottobre 1999. Per molti nemmeno l'USIA, però, sarebbe stata in grado di evitare l'11 settembre, ma avrebbe potuto contribuire ad un avvicinamento

¹⁹ James Pamment, “*Strategic Narratives in US Public Diplomacy: A Critical Geopolitics*”, 11 febbraio, 2014, pp. 48-64. Traduzione da me effettuata.

²⁰ William Jefferson Clinton, “*Presidential Decision Directive PDD 68*”, 30 aprile, 1999. Traduzione da me effettuata.

culturale. Di fatti la lotta al terrorismo era stata combattuta con numerosi problemi, primo fra tutti una mal gestione della diplomazia pubblica americana. Non si era tenuto infatti conto minimamente degli elementi compositivi del mondo arabo descritto più volte da William A. Rugh (1939-)²¹ (Rugh, 1979).

Negli ambienti di politica estera al di fuori degli Stati Uniti, in quegli anni, l'espressione *public diplomacy* diventò di uso comune. Un esempio era stata la creazione del comitato strategico per la diplomazia pubblica da parte del governo Blair (2 maggio 1997-8 giugno 2001) nel Regno Unito. Dopo l'11 settembre, grazie agli attentati, il termine divenne parte della coscienza pubblica americana. Durante la presidenza di George W. Bush (2001-2009), in un'intervista all'ABC, il presidente utilizzò il vocabolo parlando degli aiuti americani in seguito allo tsunami asiatico del 2004: "I nostri sforzi di diplomazia pubblica non sono... non sono molto solidi e non sono molto buoni rispetto agli sforzi di diplomazia pubblica di coloro che vorrebbero diffondere l'odio e... diffamare gli Stati Uniti"²² (Bazinet, 2005).

Il nuovo concetto di *public diplomacy*, sviluppatosi nel periodo, delinè un arretramento nei colloqui tra le opinioni pubbliche straniere. Essa era divenuta quasi un marketing commerciale, con il fine ultimo di esportare la democrazia.

Negli USA, la diplomazia pubblica per la gestione dei conflitti passò sotto l'amministrazione del Pentagono con la dissoluzione dell'USIA. Essendo sotto il controllo di una struttura militare si spostò dalle relazioni internazionali all'unico scopo della vittoria. Venne data vita ad una cosiddetta *advertising war*²³, attraverso la cessione, decisa da Donald Rumsfeld (1932-2021) e Paul Wolfowitz (1943-), rispettivamente segretario e vicesegretario alla Difesa, del lavoro di *public diplomacy* nei conflitti a contractors privati, ad esempio il Rendon Group (Chakrabarti, 2011). Questo generò ad ogni modo alcuni problemi, limitava infatti la possibilità di utilizzare nuove strategie rispetto agli eventi più recenti che si verificavano sul campo. Le agenzie eseguivano il compito, ma erano prive di un coordinamento successivo.

L'ultimo elemento di novità nella diplomazia pubblica proveniente dai tempi più recenti è la *Digital diplomacy* e soprattutto il nuovo strumento rappresentato dai social media. Essi sono un servizio online che rende possibile la connessione tra individui in modo virtuale. Nei siti di questo tipo chi è in possesso di un account può pubblicare e rendere visibili agli altri una serie di diversi contenuti e di poter entrare in contatto tra loro. Questo ha portato ad un notevole mutamento nella *public diplomacy* attuale, principalmente per la

²¹ William A. Rugh, "The Arab Press: News Media and Political Process in the Arab World (Contemporary Issues in the Middle East)", 1979. Traduzione da me effettuata.

²² David Bazinet, "Bush: Victims Thank U.S." New York Daily News, 14 gennaio, 2005. Traduzione da me effettuata.

²³ Subhadip Chakrabarti, "An analysis of advertising wars", The Manchester school, 2011, Vol.79, pp.100-124. Traduzione da me effettuata.

possibilità di raggiungere milioni di persone in pochi istanti, come osserveremo nello specifico all'interno del prossimo capitolo con il caso che andremo ad analizzare.

1.7 *Soft power e public diplomacy* nell'Asia dell'est

Nei tempi moderni gli studiosi si sono resi conto che la *public diplomacy* e il *soft power* svolgono una funzione volta a favorire prevalentemente gli Stati Uniti. A causa di questo, gli esperti di questo ambito di ricerca si concentrano in occidente, come sostenuto anche da Eytan Gilboa, il quale si è espresso richiedendo: "Ricerca sui programmi e le attività di diplomazia pubblica di Paesi diversi dagli Stati Uniti"²⁴ (Gilboa, 2008). Per evitare la persistenza di questo fenomeno, sono state proposte delle modifiche ai termini da vari accademici, con lo scopo di favorire anche gli altri Stati. Una critica alla situazione precedente è giunta, ad esempio, da Geun Lee, che ha sostenuto che quelle espressioni erano di base difficili da applicare a potenze non egemoniche, come alla Corea del Sud.

In Cina e Russia vengono fatte manovre, attraverso tattiche di distrazione e manipolazione, per influenzare a loro favore l'opinione pubblica globale. Questo schema viene presentato all'interno del rapporto "*Sharp Power: Rising Authoritarian Influence*" del *National Endowment for Democracy*²⁵ del 2017 (Walker, 2017). Questo comportamento delle due potenze porta chi studia il *soft power* a chiamarlo "*sharp power*". Le autorità cinesi hanno risposto a suddetta relazione con una critica, sostenendo che: "Quando altri Paesi si impegnano in scambi culturali, stanno mostrando un *soft o smart power*, ma quando si tratta della Cina, si tratta di un *sharp power* con motivazioni [...] È naturale che vogliamo mostrare la nostra immagine. Purtroppo, alcuni occidentali possono essere entrati fisicamente nel XXI secolo, ma la loro mentalità rimane bloccata all'epoca della guerra fredda"²⁶ (Zheng, 2018).

In Cina l'espansione economica ha reso possibile la trasformazione del paese in una grande potenza, capace persino di essere percepita dagli Stati Uniti d'America come una minaccia. Essa è stata accompagnata sia dalla sua crescita industriale che militare, ma anche dal *soft power* e in particolare dalla *public diplomacy*. Questo nuovo tipo di iniziative, sempre più frequenti, ha permesso di dare vita nell'immaginario internazionale ad una nuova Cina. Il processo ha consentito quindi persino ad un notevole avvicinamento alla nazione da parte di cittadini stranieri. Alcuni Stati in via di sviluppo hanno persino incominciato a prendere il modello cinese come esempio per la loro formazione. La diplomazia pubblica

²⁴ Eytan Gilboa, "*Searching for a Theory of Public Diplomacy*", *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 2008, p. 57. Traduzione da me effettuata.

²⁵ Walker & Ludwig, "*Sharp Power: Rising Authoritarian Influence*", Washington D.C.: National Endowment for Democracy, 2017. Traduzione da me effettuata.

²⁶ Zheng, "*Beijing blasts Western critics who 'smear China' with the term sharp power*", *South China Morning Post*, 2 marzo, 2018. Traduzione da me effettuata.

ha quindi saputo essere d'aiuto al paese sia in termini economici che per partnership di tipo diplomatico. Sono presenti ad ogni modo alcune politiche che preoccupano in particolar modo le potenze occidentali. La nazione è sospettata di stare cercando di attuare una strategia legata al “*new imperialism*”, a causa delle proprie manovre nella sua area di interesse geopolitico che per gli investimenti in Africa²⁷ (Marks, 2006). Si è inoltre inquieti per i suoi investimenti dell'esercito e per la crescente economia, a voler aumentare l'*hard power* a disposizione del paese²⁸ (China's Charm Offensive, 2007). C'è infine una minaccia di tipo interno che la Cina potrebbe trovarsi ad affrontare, ovvero scontri nazionali con coloro che si oppongono al regime; infatti, se il potere si consolidasse ancora di più, sarebbe persino più probabile l'arrivo allo scontro armato. Potremmo quindi desumere che se la cultura cinese utilizzata nella *public diplomacy* e più in generale il *soft power* hanno avuto un notevole successo nella sfera internazionale, questo non si può affermare anche nella nazione stessa. In conclusione, si può constatare come le politiche di diplomazia applicate dalla Cina, nonostante il successo, siano viste da molti Stati come semplice propaganda. Essi vorrebbero, per considerarlo quel che dice di essere, che venisse riformato il sistema politico cinese stesso, proiettando la Repubblica popolare cinese in uno Stato di diritto e democratico²⁹ (Nye, 2008).

La diplomazia pubblica giapponese nel corso del doppio decennio degli anni 50 e 60 venne utilizzata per dimostrare al mondo che il paese fosse diventato democratico e soprattutto pacifista³⁰ (Cho, 2012). È importante sottolineare il lavoro che il Giappone ha fatto per ricostruire il proprio status a livello internazionale dopo la guerra. Voleva infatti a tutti i costi essere di nuovo considerato un partner appetibile, sinonimo di libertà ed affidabilità³¹ (Yoon, 2009). Il paese è in possesso di molte risorse per il *soft power*, alcune delle quali possono essere anche applicate alla *public diplomacy*. Due sono le tematiche che lo hanno reso un esempio in tutto il mondo, la sua economia e soprattutto il livello di istruzione che garantisce ai propri cittadini. Rappresenta persino la prima nazione fuori dal panorama occidentale che i giganti dell'informatica hanno preso in considerazione. Il suo piano di sviluppo è regolamentato dal governo tramite un'organizzazione economica precisa ed è stato un modello trascinante, nonostante la recessione affrontata negli anni 90, che però si trova minacciata da nuovi concorrenti, tra cui la Cina e la Corea del Sud, e da cui partire per gli altri paesi che operano nella stessa area geopolitica dopo il ventesimo secolo. Entrando anch'essi nel mercato, le figure politiche nipponiche si rendono conto dell'importanza della

²⁷ Stephen Marks, “*China in Africa: The New Imperialism?*”, 2 marzo 2006. Traduzione da me effettuata.

²⁸ “*China's Charm Offensive*”, Los Angeles Times, 23 giugno 2007. Traduzione da me effettuata.

²⁹ Joseph S. Nye, “*The Powers to Lead*”, Oxford and New York: Oxford University Press, 2008, pp. ix–xiii. Traduzione da me effettuata.

³⁰ Cho, “*Public diplomacy and South Korea's strategies*”, The Korean Journal of International Studies, 2012, pp. 275–296. Traduzione da me effettuata.

³¹ Jung e Yoon, “*The meaning of Japan's public diplomacy on South Korea: Focus on the Japan foundation and the Japan international cooperation agency*”, Study of International Issues, 2009, pp. 137–182. Traduzione da me effettuata.

cultura all'interno della diplomazia e quindi del *soft power*³² (Michal, 2009). Ci si riferisce a questo processo come "*Cool Japan*"³³ (McGray, 2009). La propria diplomazia pubblica ha diversi elementi distintivi a sua disposizione, che rendono la sua cultura estremamente riconoscibile tra tutte. Primi tra tutti la moda, il mondo dell'arte e soprattutto gli anime e i manga, i quali stanno diventando un vero e proprio fenomeno globale. Questi ultimi rientrano in quella categoria chiamata "*gross domestic cool*"³⁴ (Akaha, 2005). Attualmente ancora molti degli strumenti che vengono utilizzati per il *soft power* giapponese sono prettamente governativi, in quanto visti esclusivamente come un qualcosa dedito alla politica estera, che si tratti della propria sicurezza o dell'accrescere la posizione internazionale del Giappone. La diplomazia pubblica o più in generale il *soft power* vengono scelti come strumento a causa dell'impossibilità del paese, vista la costituzione del 1946, di ricorrere all'esercito³⁵ (David McConnell, 2008). Un esempio di una politica di questo tipo è l'assistenza ufficiale allo sviluppo (ODA), ma lo sono anche quelle ambientali o quelle al fine di preservare la sicurezza umana. La più grande contestazione ricevuta dal Giappone è relativa alla propria diplomazia e alle sue politiche, ovvero vengono ritenute poco trasparenti, a volte irresponsabili e non deliberate, questo le rende persino poco comprensibili alla popolazione stessa o a quella estera³⁶ (David McConnell, 2008). Il paese ha anche un secondo problema, che ne impedisce di usufruire del massimo delle proprie capacità in fatto di *public diplomacy*, il suo passato imperialista. Esso gli rende difficile il funzionamento delle sue manovre nel resto dei paesi della sfera asiatica. La nazione nipponica non ha infatti mai effettuato delle scuse formali per gli eventi trascorsi, al contrario Stati come la Germania lo hanno fatto, e questo per molti governi rappresenta ancora un elemento di astio nei suoi confronti³⁷ (Gilbert Rozman, 2006). Per riuscire ad allentare le tensioni venute a crearsi, le misure di cooperazione e diplomazia dell'ex Primo Ministro Yukio Hatoyama (1947-) hanno svolto un ruolo fondamentale. Attualmente le politiche della nazione si focalizzano su due aspetti: rendere partecipi gli altri Stati esteri della propria politica estera ed esportare la propria cultura nel mondo per permettere una maggior comprensione del paese³⁸ (Farina, 2018). Le organizzazioni che si occupano della *public diplomacy* sono varie. Inizialmente era l'Agenzia per gli Affari Culturali, creata nel 1968, che successivamente lasciò il posto al Ministero dell'Istruzione, della Cultura, dello Sport, della Scienza e della Tecnologia (MEXT)

³² Michal, "*Japan brand strategy: The taming of 'Cool Japan' and the challenges of cultural planning in a postmodern age*", *Social Science Japan Journal*, 2009, pp. 247–266. Traduzione da me effettuata.

³³ McGray, "*Japan's gross national cool*", *Foreign Policy*, 2009, p. 130. Traduzione da me effettuata.

³⁴ Tsuneo Akaha, "*Soft Power in Japan's Security Policy: Implications for Alliance with the US*", *Pacific Focus*, primavera 2005, pp. 59-91. Traduzione da me effettuata.

³⁵ David McConnell e Watanabe Yasushi, "*Soft Power Superpowers: Cultural and National Assets of Japan and the United States*", New York: M.E. Sharpe, 2008. Traduzione da me effettuata.

³⁶ Ibidem. Traduzione da me effettuata.

³⁷ Gilbert Rozman e Shin-wha Lee, "*Unravelling the Japan South Korea Virtual Alliance*", *Asian Survey*, XLVI, no. 5, settembre/ottobre 2006. Traduzione da me effettuata.

³⁸ Farina, "*Japan's gastrodiploamacy as soft power: Global washoku and national food security*", *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 2018, pp. 131–146. Traduzione da me effettuata.

all'inizio del nuovo millennio, questo avvenne per la scelta del primo ministro Junichiro Koizumi (1942-) di riordinare i dipartimenti³⁹ (Nakamura, 2013). Esiste però una sola struttura che si dedica ai programmi di scambio culturale in tutto il globo ed è la Federazione giapponese (Japan Foundation). Essa promuove il dialogo tra le culture e la possibilità di dare vita a rapporti tra queste.

In Corea del Sud il *soft power* e in particolare la diplomazia pubblica hanno accresciuto la loro importanza soprattutto negli ultimi decenni, quando gli Stati si sono resi conto che l'*hard power* non era più lo strumento migliore per regolare i rapporti internazionali, soprattutto dopo la perdita di efficacia delle misure americane. Nel medesimo periodo la Corea si è resa conto di quanto uno strumento come questo poteva essere importante, in particolare per chi è una media potenza all'interno del panorama globale, la quale non ha risorse sufficienti a condurre una politica esclusivamente di potenza. Un altro elemento che si è dimostrato molto utile per lo sviluppo più consistente della *public diplomacy* è che la nazione sia diventata un faro per la digitalizzazione, tanto da essere interpellata anche a livello internazionale. Il processo di esportazione della cultura coreana è anche noto come *Korean Wave*, che raccoglie dalla divulgazione della lingua alle serie Tv, i cosiddetti K-drama. Questi processi, combinati ai successi nel campo economico e alla democratizzazione dello Stato, hanno rappresentato il successo del progetto coreano nel campo internazionale. Si tornerà a parlare della Repubblica di Corea nel prossimo capitolo, andando ad analizzarla più nello specifico.

Dalle informazioni raccolte all'interno di questo capitolo, si è potuto comprendere come la *public diplomacy* si sia evoluta, adattandosi alla politica estera internazionale e alle innovazioni tecnologiche. Per di più, nei tempi recenti sono emersi nuovi attori nel panorama mondiale, primi tra tutti le potenze dell'Asia dell'est. Si è deciso di scegliere dunque di prendere in esame un fenomeno essenziale per l'evoluzione della diplomazia nel periodo contemporaneo, ossia il processo di digitalizzazione, e capire in che modo esso ha modificato quella che era la diplomazia pubblica negli anni precedenti. Per eseguire un'analisi più accurata si è inoltre scelto di prendere in esame come caso di studio uno Stato centrale in questo campo e che sta ricoprendo una posizione in ascesa nella sfera internazionale, la Repubblica di Corea. È per questo che è interessante rispondere alla seguente domanda di ricerca: "Come il processo di digitalizzazione ha modificato la *Public Diplomacy*?"

³⁹ Nakamura, "Japan's new public diplomacy: Coolness in foreign policy objectives", Media and Society, 2013, pp. 1–23. Traduzione da me effettuata.

2. Nuovi approcci alla diplomazia, i casi dei singoli Stati

L'ultimo step che il nuovo millennio ha portato alla *public diplomacy* è stato il passaggio che le ha fatto fare verso la *digital diplomacy*. La digitalizzazione del sistema era un processo che fino a pochi decenni prima era ancora impensabile, o per meglio dire era ancora nell'immaginario comune un'idea sfocata e probabilmente molto differente rispetto a quello che sarebbe stato il suo sviluppo. Il concetto infatti era già presente nei testi di alcuni studiosi dell'inizio del secolo scorso, ma solo negli anni 90 si poté arrivare al completamento del primo Internet, che prende il nome di *World Wild Web*. Attualmente, dopo circa trent'anni, secondo gli studiosi ci troviamo nell'era del *Web 2.0*.

Sono numerosi i cambiamenti che questo processo è stato in grado di creare, soprattutto nel campo delle comunicazioni. Improvvisamente persone distanti chilometri possono essere contattate in pochi istanti, persino se si trovano nelle aree più remote del mondo. Garantiscono inoltre la possibilità ai cittadini di intervenire direttamente nella diplomazia pubblica del proprio paese grazie ai social media o altre piattaforme di eguale funzione, trasformando una comunicazione unilaterale in un dialogo.

Ogni Stato all'interno del panorama internazionale ha affrontato un rapporto diverso con la diplomazia pubblica, sia a causa delle proprie necessità o risorse che per gli obiettivi che era intenzionato a conseguire. Studiando come si è sviluppata negli anni in Corea del Sud è possibile notare il cambiamento netto portato dall'evoluzione tecnologica, in particolare dall'avvento della *digital era*, e le nuove modalità attraverso le quali il paese ha deciso di sfruttare queste nuove risorse a sua disposizione.

Questo capitolo si pone l'obiettivo di spiegare la variabile indipendente della ricerca, il processo di digitalizzazione, che si intende portare avanti, confrontandola con gli elementi resi noti nel precedente sulla *public diplomacy* e applicandoli ad un caso specifico, al fine di convalidare l'ipotesi di ricerca formulata nei paragrafi successivi.

2.1 Introduzione alla *digital diplomacy*

Lo sviluppo della *digital diplomacy* è stato reso disponibile dall'avvento di Internet. Esso ha consentito sia la possibilità di un accesso immediato a nuove informazioni che quella di comunicare con persone lontane in pochi istanti. Negli studi di Turing (1912-1954) e von Neumann (1903-1957) degli anni Quaranta è possibile ritrovarne le origini. Solo più tardi negli anni Sessanta si darà però vita alla prima opera negli Stati Uniti per la creazione di una rete di trasmissione di dati a grandi distanze, il cosiddetto progetto Arpa (Advanced Research Projects Agency)⁴⁰, che si estenderà negli anni successivi persino agli altri paesi

⁴⁰ Emilia De Blasio, *E-Democracy*, Milano: Mondadori Education S.p.A., 2019, pp. 5-6.

alleati (De Blasio, 2019). Nel 1991 Tim Berners-Lee (1955-) creò il *World Wide Web*⁴¹ (De Blasio, 2019). Inizialmente questo nuovo strumento era a disposizione esclusiva del governo e solo successivamente si è espanso all'utilizzo da parte delle persone comuni, quando Berners-Lee rifiutò i diritti d'autore. Attualmente ci troviamo in quello che viene definito dagli accademici come *Web 2.0*, ovvero nella seconda rivoluzione di Internet. Questo sistema è caratterizzato dalla nuova tecnologia mobile, che consente alla gente di rimanere sempre connessa ovunque si trovi, non più solo in alcuni luoghi, persino a quella proveniente dalle zone più sottosviluppate o remote. Naturalmente questo processo ha provocato importanti modifiche al loro stile di vita.

I siti di social media, ad esempio Twitter, Instagram o LinkedIn, hanno giocato un ruolo cardine in questo passaggio. In media si stima che i loro utenti vi passino almeno 3,1 ore a settimana. L'idea di base delle persone è quella di scoprire cosa accade nel resto del pianeta, sia su fatti più seri e rilevanti che futili e di intrattenimento. Secondo uno studio il 70% degli adulti prende e recepisce le proprie informazioni attraverso i link di Facebook, il quale ha circa 845 milioni di utenti attivi mensili; mentre il 36% lo fa invece via Twitter, sulla cui piattaforma vengono scritti intorno ai 175 milioni di nuovi tweet al giorno. Tutto questo ha dunque generato l'utopia di un mondo sempre più piccolo, all'interno del quale si ha accesso ad ogni genere di notizia.

La diplomazia digitale è priva di una definizione specifica e questo consente ai suoi studiosi di fare ricerca su di essa in modi diversi, concentrandosi ognuno sull'ambito che ritengono più opportuno, come sulla sicurezza informatica, sui social media o sulla *governance* di internet. Esistono, inoltre, diversi appellativi per farvi riferimento, “*cyber-diplomacy*,” “*net-diplomacy*,” “*e-diplomacy*,” e “*Twiplomacy*”⁴² (DiploFoundation). Il prefisso che viene anteposto al termine diplomazia indica l'ambito che più precisamente va a studiare. In questo senso “*cyber*” denota che si sta affrontando problemi legati alla sicurezza, “*e*” tematiche del lavoro, mentre “*twi*” che si sta facendo riferimento a Twitter. All'interno dell'analisi contenuta in questa ricerca, si adopererà maggiormente la “*net-diplomacy*”, in quanto si occupa proprio dell'unire la diplomazia tradizionale e la *public diplomacy*. La presenza di questo numero considerevole di vocaboli può dare l'impressione di essere insignificante, ma in realtà genera invece parte del problema che ne impedisce la creazione di una definizione ufficiale. In questo senso un tentativo è stato effettuato dalla *DiploFoundation*, che si occupa proprio del nesso tra la diplomazia e la tecnologia digitale. Vi si riferisce come uno strumento che “descrive i nuovi metodi e modi di condurre la diplomazia con l'aiuto di Internet e delle TIC e ne descrive l'impatto sulle pratiche diplomatiche contemporanee”⁴³

⁴¹ De Blasio, *E-Democracy*, pp. 5-6.

⁴² DiploFoundation, “*Digital Diplomacy, E-diplomacy, Cyber diplomacy*” Traduzione da me effettuata.

⁴³ *Ibidem*. Traduzione da me effettuata.

(DiploFoundation). Molti leader politici e diplomatici stanno difatti sperimentando il suo utilizzo per promuovere sia il loro Stato che, più in generale, le sue relazioni internazionali.

In tutto questo, dove ha avuto origine? Gli accademici si trovano in sintonia sul riferirsi agli Stati Uniti come luogo della sua nascita. Il merito di questa innovazione è da attribuirsi al Hillary Clinton. L'ex Segretaria di Stato ha saputo sfruttare al meglio i nuovi strumenti all'interno della politica estera statunitense. Ha fatto diventare i social media parte di numerosi progetti del Dipartimento di Stato (DOS). L'obiettivo era quello di sfruttare in politica la grande diffusione che stava avendo questo mezzo. Voleva che la Statecraft Platform degli anni due mila: "andare oltre le tradizionali relazioni tra governi e impegnarsi direttamente con le persone in tutto il mondo"⁴⁴ (Cornelius Bjola, 2015). La decisione di rendere uno strumento principale la diplomazia digitale è visibile nei 25 snodi nella sede centrale del DOS, i quali si occupano proprio di questo ambito specifico. È importante notare poi che siano più di mille gli impiegati che lo sfruttano lavorando sia nel proprio paese che fuori. Nei tempi più recenti l'utilizzo che viene effettuato dei social è quello sia di controllare le notizie che sono pubblicate e i feed della piattaforma Twitter in molte lingue, che di rispondere ai cittadini.

La scelta da parte degli USA di passare alla *digital diplomacy* si è in breve tempo espansa nel resto del globo. Molti Stati hanno incominciato a sfruttare le nuove tecnologie: le ambasciate e i consolati si sono dotati di siti web, mentre su Twitter e Facebook sono stati aperti account per i dipartimenti statali. Nel Regno Unito si è aperta una sezione specifica nell'esecutivo che si dedichi a questo tema. Altre nazioni, tra cui la Svezia, la Francia e la Polonia, hanno provato ad introdurre i social media nelle loro politiche. In Asia è stata l'India la prima ad aprirsi in questa direzione; nel 2010 ha pubblicato il suo primo tweet attraverso il profilo ufficiale del Ministero degli Affari Esteri. Esistono inoltre alcune parti del mondo ancora troppo sottosviluppate per permettersi di effettuare questo nuovo step.

Ma questa digitalizzazione della *public diplomacy* l'ha davvero solo modernizzata, oppure la stravolge totalmente, trasformandola in una conversazione fatta di scambi e non più unilaterale? Questo è il quesito che si sono posti gli studiosi. La risposta fornita da molti è che questo contatto tra tecnologie e diplomazia pubblica sia stato essenziale per cancellare quelle barriere che si erano involontariamente andate a creare tra i diplomatici e i cittadini. La politica estera può quindi sfruttare questo dialogo tra soggetti. Internet permette poi di esporre più prospettive al posto di focalizzarsi solamente su una.

In generale gli studiosi di questo ambito possono essere identificati in due categorie: i tecno-entusiasti e i cyber-pessimisti. Al primo gruppo appartiene Howard Rheingold (1947-), a cui si deve la creazione del

⁴⁴ Corneliu Bjola e Marcus Holmes, *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, Routledge, 2015. Traduzione effettuata.

termine "comunità virtuali". Nelle sue opere insiste su come le reti rappresentino uno strumento di democrazia e possano dare vita a nuove comunità sociali. Il concetto è però ambiguo, in quanto lontano dalla tradizionale descrizione di comunità. Lui dà alla fluidità delle aggregazioni sociali online una connotazione positiva, alle quali è facile aderire, mentre i suoi critici si riferiscono ad essa come una limitazione per queste formazioni. Afferma, inoltre, che tramite i social media possano svilupparsi gli "*smart mobs*", che va a definire come: "Manifestazioni di protesta organizzate attraverso un coordinamento fulmineo"⁴⁵ (De Blasio, 2019, p. 7). Sempre tra gli ottimisti è presente Henry Jenkins (1958-), il quale si occupa della cultura partecipativa, che la rete ha facilitato, e dell'utilizzo del pubblico dei media digitali. Quest'ultimo diventa in questa situazione generatore di contenuti, i quali sono formati unendo le abilità dei vari utenti; processo chiamato "*user-generated content*". Inoltre, essi creano anche il "*citizen journalism*", tramite i blog e altre piattaforme. Ad occuparsi dello stesso argomento è altresì il sociologo Richard Sennett (1943-), che delinea la cooperazione come: "Uno scambio in cui i partecipanti traggono vantaggio dal mettere insieme specifiche abilità sociali"⁴⁶ (De Blasio, 2019, p. 8).

Lo stesso concetto viene invece criticato da Nick Couldry (1958-), che afferma che non può essere uno strumento utile alla democrazia in quanto è presente sul globo in maniera disomogenea. Questa mancata omogeneità nella facoltà di accesso alla rete è definita come "*digital divide*"⁴⁷ (De Blasio, 2019, p. 10). Secondo un altro positivista, Manuel Castells (1942-), i social media hanno provocato un mutamento in più ambiti, dalle relazioni sociali alle strutture di produzione. Riprendono quest'idea anche Lee Rainie e Barry Wellman (1942-), che descrivono il *networked individualism*⁴⁸ come un elemento abituale del mondo attuale (De Blasio, 2019, p. 11). I cyber-pessimisti della rete si dividono a loro volta in due schieramenti: quelli più radicali, che negano persino la funzione aggregativa e oppositiva, e i cyber-scettici, i quali ne sottolineano gli aspetti critici, però effettuano giudizi più cauti. Evgenij Morozov (1984-) si occupa del fenomeno della *net-delusion*⁴⁹, ovvero quello generato dal mancato mantenimento delle aspettative da parte della rete (De Blasio, 2019, p. 13). L'autore porta in risalto diversi esempi, tra cui il fatto che Internet non rappresenti solo un luogo positivo. Tra i realisti critici è infine presente Fausto Colombo (1955-), che dei social media compie un'analisi critica per quanto riguarda la loro evoluzione. Grazie a queste ricerche ha prodotto un'opera sui rapporti di potere al suo interno. Nella Tabella 1 è presente un riassunto delle posizioni generali dei tecno-entusiasti a confronto con quelle dei net-delusi.

⁴⁵ De Blasio, E-Democracy, p. 7.

⁴⁶ Ivi, p. 8.

⁴⁷ Ivi, p. 10.

⁴⁸ Ivi, p. 11.

⁴⁹ Ivi, p. 13.

	TECNO-ENTUSIASTI	NET-DELUSI
Accesso alle infrastrutture	Non problematico Visione occidentale	<i>Digital divide</i> <i>Skills divide</i>
Accesso alla sfera pubblica	Moltiplicato, diffuso Microsfere pubbliche Usi alternativi al mainstream	Illusione dell'accesso: parlano tutti ma pochi vengono ascoltati Cyber-ghetti
Relazioni sociali	Comunità virtuali <i>Networked individualism</i>	Legami deboli Reti ego-centrate
Partecipazione	Cultura partecipativa e collaborativa (wiki) Movimenti orizzontali (assenza di leadership autoritarie)	<i>Slacktivism</i> e illusione del controllo: le strutture di potere rimangono inalterate Coreografia dell'assemblea
Economia digitale	Democrazia <i>Open source, creative commons</i>	Oligopolista <i>Digital enclosures</i> <i>Digital slavery</i> <i>Big data</i>
Controllo	Non problematizzato	Sorveglianza laterale Grande fratello

Tabella 1 – Posizioni e opinioni Tecno-entusiasti contro Net-delusi⁵⁰

Il processo di digitalizzazione appena affrontato introduce la prima delle due variabili, quella indipendente, che attraverso una ricerca di tipo esplicativo ci permetterà di comprendere in che modo esso abbia causato una modifica nella diplomazia pubblica. Per facilitare l'analisi, la scelta è stata quella di applicare questi due elementi ad un caso concreto che potesse permettere di ottenere un riscontro con l'ipotesi formulata, ovvero che il processo di digitalizzazione ha reso la *public diplomacy* non più unilaterale ma un dialogo tra soggetti, espandendola quindi anche ai cittadini, che non sono più solo coloro che devono ricevere queste attività ma anche suoi creatori e attuatori nel bene e nel male. È divenuta, inoltre, più rapida ed efficace, proprio grazie all'avvento di Internet. Il paese che sembrava più affine, per le ragioni sopracitate, è stata la Corea del Sud, che sia per lo sviluppo tecnologico che per la sua posizione all'interno delle relazioni internazionali si presta perfettamente alla ricerca.

⁵⁰ De Blasio, E-Democracy.

2.2 Repubblica di Corea: *Public diplomacy*

Per uno Stato che è una media potenza all'interno della sfera globale, l'utilizzo della diplomazia pubblica, che rappresenta un elemento di *soft power*, diventa essenziale. Per la Repubblica di Corea la situazione non è diversa. Questo accade per tre motivi. Prima di tutto, questi paesi hanno una capacità di *hard power* limitata rispetto alle grandi potenze. Nel caso coreano, essa è certamente tra le dieci potenze per maggior capacità economiche e militari, però se messa in comparazione con la disponibilità di coloro che si trovano più in alto in tale classifica le circostanze sono chiare, la differenza è enorme. Per uscire dalla condizione di inferiorità, evitando di rimanere una potenza di minore entità, è necessario che sappiano combinare in modo efficace sia il *soft* che l'*hard power*; applicandoli nei loro interessi nella sfera asiatica e in quella globale. Sono molte le possibilità della Corea del Sud in questo nuovo campo, può infatti contare sia su una cultura ben distinta che su risorse conoscitive, le quali provengono dalla propria formazione. Il secondo motivo è che l'affidarsi alla *public diplomacy* può permettere allo Stato in questione di avere maggiore autonomia, evitando dunque di dover per forza contare sulle grandi potenze. Lo rende quindi autonomo rispetto alla precedente condizione di subordinato rispetto a soggetti terzi. All'interno del panorama mondiale la Corea, è importante precisare che in questo capitolo con questo termine si farà riferimento esclusivamente a quella del Sud, è schiacciata tra due potenze: la Cina e gli USA. Con la prima parliamo di un'alleanza, in parte dipendenza, relativa al piano economico, di fatti è il suo maggior partner nell'ambito del commercio. Con gli Stati Uniti, i rapporti sono stati resi molto più forti dall'ascesa della Repubblica Popolare di Corea, la quale è dotata di armi nucleari. L'obiettivo coreano in una situazione del genere dovrebbe quindi essere quello di creare una sorta di equilibrio, il che potrebbe essere possibile solamente rendendo più centrale la propria posizione in questioni che suscitano l'interesse internazionale e creando legami con i paesi con cui condivide una visione comune. L'ultima ragione è che la diplomazia pubblica sa assumendo sempre più un ruolo focale all'interno delle politiche estere dei vari Stati.

La *public diplomacy* è definita per la Repubblica di Corea in un documento chiamato "*Public Diplomacy Act*", risalente al 2016. Essa viene descritta come: "Attività diplomatiche attraverso le quali lo Stato migliora la comprensione e la fiducia dei cittadini stranieri nella Repubblica di Corea direttamente o in collaborazione con i governi locali o il settore privato attraverso la cultura, la conoscenza, le politiche, ecc"⁵¹ (Article 2, 2016). Nell'articolo subito successivo che lo compone, il terzo, sono poi presentati i principi alla sua base: "Deve essere perseguita riflettendo armoniosamente i valori universali dell'umanità e le caratteristiche intrinseche della Repubblica di Corea; si concentrerà sulla promozione di una cooperazione sostenibile e amichevole per relazioni amichevoli con la comunità internazionale; nessuna

⁵¹ "Article 2", *Public Diplomacy Act*, 2016. Traduzione da me effettuata.

attività di diplomazia pubblica deve essere concentrata in modo sproporzionato in una specifica regione o paese”⁵² (Article 3, 2016).

All’interno della Tabella 2, inserita a fine sottoparagrafo, è schematizzata l’evoluzione della diplomazia coreana dall’indipendenza del paese sino ad oggi. Il suo mutamento nel corso del tempo è dovuto sia ai cambiamenti nell’equilibrio e nella sfera internazionale che agli sviluppi interni al paese, partendo dalla sua politica stessa. In generale possiamo dire che essa si articola in quattro fasi distinte.

La prima va dal 1948 agli inizi del 1980. In quel periodo l’obiettivo intorno al quale verteva la diplomazia della Corea del Sud era la creazione di una struttura che si basasse su due pilastri, da una parte un sistema di sicurezza legato agli USA e al Giappone e dall’altra sul captare aiuti per lo sviluppo e investimenti stranieri. All’interno della politica internazionale lo Stato occupa un ruolo importante nella Guerra fredda, a causa della Nord Corea, che, a differenza della Repubblica di Corea, rappresentava una potenza comunista estremamente vicina all’URSS. Possiamo dire che in un certo qual modo si andava a replicare in una visione regionale quella che era la situazione del resto del pianeta. I regimi autoritari del Sud, infatti, guidati prima dal generale Park Chung-Hee (1917-1979) e successivamente dal generale Chun Doo-hwan (1931-2021), si occuparono di instaurare, come punti focali del proprio governo, una mentalità anticomunista del paese e di portare una crescita economica. All’epoca di tali fatti la *public diplomacy* era gestita esclusivamente da organizzazioni statali, tra i quali possiamo trovare il Bureau della Pubblica Informazione (1948), l’Ufficio della Pubblica Informazione (1956), il Ministero della Pubblica Informazione (1961) e il Ministero della Cultura e della Pubblica Informazione (1968). Questa scelta di gestirla internamente al regime, attraverso un rapporto unilaterale di informazione, è stata necessaria per la sua stessa stabilità. Solo proponendo al pubblico le informazioni di propaganda o di pubbliche relazioni che si ritenevano adatte potevano evitarne il crollo.

Il secondo periodo abbraccia invece gli ultimi due decenni del ventesimo secolo. Il mondo stava entrando in una stagione completamente nuova, con il crollo dell’Unione Sovietica si mette infatti fine al bipolarismo internazionale, volgendo invece verso l’unipolarismo americano. La sconfitta del comunismo permise dunque al “*neoliberal globalism*” di espandersi anche in nuove aree di interesse. Questo avvenne anche in Corea, che verso la fine degli anni 80 ricevette un enorme spinta democratizzatrice dal punto di vista politico e nel contempo la sua economia imparava a sfruttare questa nuova visione globale del pianeta. Il Ministero degli Affari Esteri durante il 1998 venne inoltre ribattezzato come Ministero degli Affari Esteri e del Commercio. Questo gli permise di avere funzioni giurisdizionali sull’ambito commerciale internazionale, che fino a quel momento era in possesso del Ministero del Commercio e dell’Industria. Il

⁵² Ivi, “*Article 3*”. Traduzione da me effettuata.

suo ministro venne inoltre ribattezzato come ministro del commercio. La nazione prima della fine del secolo aveva creato una “*politics-security*” e un’ “*economy-trade*”, i quali avrebbero assunto il ruolo di due pilastri per la sua diplomazia.

Grazie a questa serie di nuove politiche, già dalla metà dei primi anni del ventunesimo secolo, la Corea del Sud rappresentava una delle maggiori dodici nazioni commerciali ed economie del globo. La terza fase della *public diplomacy* coreana che percorre questi anni è stata operata sempre esclusivamente attraverso strutture statali, come il Bureau of Public Information (1990), l’Office of Public Information (1998) e la Government Information Agency (1999). Queste organizzazioni erano nate ed evolute da una matrice comune, il vecchio Ministero della Cultura e della Pubblica Informazione, dal 1989. Essendo quindi ancora interamente gestita da apparati governativi il paese si trovava nuovamente in una situazione di stallo, bloccata nella diplomazia pubblica dello scorso millennio. Sarebbero stati i delicati eventi degli anni successivi a costringerne un veloce mutamento e avanzamento. L’11 settembre e le successive guerre in Iraq e Afghanistan dimostrarono l’inizio di una perdita di egemonia americana e come la potenza militare non rappresentasse più l’opzione maggiormente utile nel campo internazionale. Con la successiva crisi finanziaria mondiale del 2008 cedette anche il secondo pilastro dell’*hard power* degli Stati Uniti d’America. In una situazione del genere gli Stati dovevano trovare un nuovo strumento su cui fare affidamento, la loro attenzione cadde quindi sul *soft power*.

Il mutamento della *public diplomacy* e la sua espansione a livello globale è stato consentito, oltre alle condizioni citate nel precedente sotto capitolo, anche dalle innovazioni tecnologiche nel campo dell’informazione e della comunicazione. Il fenomeno è stato inoltre amplificato dalla diffusione dei nuovi media, i quali sono stati resi disponibili persino alla popolazione e non solo riservati alla classe dirigente. In questo periodo di cambiamenti la Corea ha dato vita al Ministero della Cultura, dello Sport e del Turismo nel 2008 e rilanciato il KOCIS, ovvero i servizi d’informazione e della cultura del paese. Ha iniziato un processo di apertura verso gli scambi bilaterali. Proprio in questo frangente la cosiddetta *Korean Wave*, un neologismo che va ad indicare la diffusione della cultura coreana nel mondo, assume un ruolo decisivo all’interno della diplomazia pubblica coreana. La nazione deve però stare attenta al suo utilizzo, potrebbe infatti costringerla nella morsa della diplomazia culturale. La *Korean Wave*, rappresentando un enorme successo, ha creato rivalità tra le varie organizzazioni statali, in quanto non è presente un unico dipartimento in possesso della giurisdizione sulla *public diplomacy* e gli altri se la contendono. Proprio quest’assenza nel lungo periodo potrebbe causare una sua perdita di efficacia.

I ministeri che con le loro politiche svolgono funzioni essenziali per questo tipo di diplomazia sono quello degli Affari Esteri e del Commercio e quello della Cultura, dello Sport e del Turismo. Essi attuano progetti per l’interscambio culturale tramite precise strutture. Queste sono distribuite in 22 agenzie e centri

per l'informazione e la cultura e si trovano in 14 differenti stati, i quali sono sotto il controllo del KOCIS. A questi si aggiungono le 172 missioni attuate dal Ministero degli Affari Esteri e del Commercio. Anche la diffusione della lingua coreana all'estero è uno strumento importante della diplomazia pubblica e la sua promozione avviene tramite un'azione congiunta di tre ministeri. Quello della Cultura, dello Sport e del Turismo ha questo fine ha prodotto il King Sejong Institute e nel 2012 aveva già aperto più di 90 strutture nel pianeta. Il Korea Education Center, il quale è però legato al Ministero dell'Istruzione, della Scienza e della Tecnologia, si prefigge l'obiettivo di insegnare la lingua negli altri Stati, sia ai coreani espatriati che agli stranieri. Altri istituti che lavorano in questo ambito sono: il Korea Development Institute (KDI), il Korea Institute for International Economic Policy (KIEP), la Korea International Cooperation Agency (KOICA), il Ministero di Strategia e Finanza, e il Ministero dell'Economia della Conoscenza.

Al fine di evitare di disperdere le proprie risorse la Corea dovrebbe cercare di creare un coordinamento a livello nazionale. Si è provato perciò nel 2009 a lanciare un Consiglio presidenziale, il quale potesse gestire la *public diplomacy* su base centralizzata. Esso ad ogni modo non è stato all'altezza del compito che gli è stato affidato. Un altro elemento fondamentale per la riuscita della coordinazione risiede all'interno delle figure governative e della società civile. Soprattutto nella Repubblica di Corea, le ONG e gli attori civili sono aumentati enormemente durante gli anni 80. Ad oggi sono numerose quelle registrate presso gli appositi dipartimenti, però nessuno può avere la certezza di quante operino ancora e soprattutto in che modo lo facciano.

In conclusione, di questa prima analisi, possiamo dire che il paese si è dedicato fino agli anni 70/80 esclusivamente di un tipo di diplomazia detto tradizionale, volta semplicemente a favorire del paese la crescita economica e le proprie ideologie. Nonostante questo, grazie ai Giochi Olimpici da loro ospitati del 1988, riuscirono a riprendere i rapporti con le nazioni comuniste, in un periodo quasi a ridosso del crollo del Muro di Berlino. Si è aperta per la prima volta al *soft power* e alla *public diplomacy* solo nel 1990, seguendo la già nominata *Korean Wave*. Essa, sfruttando anche l'efficacia dei nuovi social media, come andremo ad analizzare più avanti nello specifico, ha permesso il consolidarsi della sua competitività culturale⁵³ (Jang, 2012). I principali problemi che la diplomazia pubblica coreana ha dovuto affrontare sono tre: il mancato coordinamento tra le strutture ad essa dedicate, la spartizione dei loro budget e le leggi che limitano la libertà d'espressione all'interno dei network. Il "*Public Diplomacy Act*" del 2016 è stato stabilito al fine di migliorare il prestigio coreano a livello internazionale, nella speranza che potesse anche risultare una svolta nel disporre della diplomazia pubblica.

⁵³ Jang & Paik, *Korean Waves as tool for Korea's new cultural diplomacy*, *Advances in Applied Sociology*, 2012, pp. 196–202. Traduzione da me effettuata.

Fasi	Tipo di diplomazia	Periodo	Ambiente internazionale	Situazione interna al paese
Prima	Incentrata sulla sicurezza	1948-1980	Guerra fredda	<ul style="list-style-type: none"> • Autoritarismo • Anticomunismo • Intensiva industrializzazione
Seconda	Economia e commercio, secondo pilastro della diplomazia	1980-1990	<ul style="list-style-type: none"> • Globalizzazione post-Guerra fredda • Unilateralismo americano • “<i>Washington Consensus</i>” 	<ul style="list-style-type: none"> • Democratizzazione politica • Consolidazione dell’economia di mercato
Terza	<ul style="list-style-type: none"> • Globalizzazione della diplomazia • “<i>Double Reliance</i>” 	Anni 2000	<ul style="list-style-type: none"> • Approfondimento globalizzazione • Massiccia commercializzazione dell’ICT 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidamento della democrazia • Fioritura civile della società
Quarta	Cambio di paradigma nella diplomazia? <i>Public diplomacy</i> diventa il terzo pilastro?	2010-	<ul style="list-style-type: none"> • Ritorno all’unilateralismo americano • Ascesa della Cina • Ascesa del Soft Power • Emergenza del “<i>Global Space</i>” 	<ul style="list-style-type: none"> • Polarizzazione politica • Ricerca di un modello di sviluppo stabile

Tabella 2 – Evoluzione della *public diplomacy* coreana

2.3 Digitalizzazione della *public diplomacy* coreana

Sono vari gli approcci che si sono andati a sviluppare nel corso del ventunesimo secolo ed ognuno di essi è caratterizzato da una diversa metodologia di ricerca, scelta sulla base dell’elemento di *public diplomacy* che si era interessati ad analizzare e il modo nel quale esso veniva adoperato o si rapportava all’interno delle politiche. I principali nuovi metodi sono: la *Network Diplomacy*, il “*Processing Model*

Based on Competitive Advantage”, la “*Knowledge Diplomacy*”, la *Digital Diplomacy*, il “*Geographic-thematic Grid*” e il “*Modular Approach*”. Andremo ora ad analizzarli più nello specifico uno per uno, allo scopo di introdurre al lettore il motivo per cui si è scelto di focalizzarsi su un tipo di diplomazia pubblica rispetto che su un'altra.

All'interno della *Network Diplomacy* aumentano in gran numero gli oggetti e i soggetti della diplomazia. Il termine “*Subject networking*” rappresenta la connessione che si instaura tra gli organi governativi e i soggetti al centro della *public diplomacy*, la cui presenza rende possibile organizzare in modo ordinato le attività e manovre, sia all'interno delle organizzazioni statali stesse che nel rapporto tra lo Stato e gli operatori civili⁵⁴ (Lord, 2010). Questa interconnessione legata alla rete dovrebbe basarsi su un sistema molto semplice collegato in maniera diretta al concetto stesso di rete, il rendere disponibili a tutti le informazioni che sono in proprio possesso. In questa situazione il governo avrebbe esclusivamente il dovere di mettere a disposizione la rete e le sue infrastrutture, inoltre dovrebbe creare incentivi per facilitare il processo di condivisione. Diversamente l’*Object networking*” descrive la concatenazione tra individui e governi stranieri all'interno di specifici target, che possono essere sfruttati per dare vita ad una diplomazia pubblica mirata per specifici gruppi. Essa diviene quindi più efficace e permette di verificarne il risultato. Proprio per quantizzarne i valori ottenuti si è iniziato ad analizzare il network, i social media in particolare, così da rendersi conto di quali siano le prestazioni delle politiche di *public diplomacy* utilizzate⁵⁵ (Fisher, 2010).

Per spiegare il “*Processing Model Based on Competitive Advantage*” bisogna partire da un concetto fondamentale, la Repubblica di Corea non ha molte risorse che possano essere sfruttate dalla diplomazia pubblica; avrebbe dunque necessità di acquistarle. Proprio per questa ragione nel sistema internazionale si è rimasti sorpresi della potenza dimostrata dalla *Korean Wave* e dal suo grande successo. In conseguenza gli accademici hanno svolto ricerche sul caso ed hanno ipotizzato che si tratti di un sistema nel quale il *soft power* si occupa più di raffinare le risorse, su cui successivamente verranno create strategie adeguate, piuttosto che di quelle grezze, ovvero che sia in grado di trasformarle in qualcosa di più efficace una volta comperate. Questo lo renderebbe un modello di superiorità competitiva, nel quale non è la quantità l'elemento cardine, quanto il modo in cui i mezzi vengono utilizzati.

Nella “*Knowledge Diplomacy*”, un altro sottogruppo della diplomazia pubblica, vengono utilizzati come strumenti a disposizione del soft power, sia le politiche che le virtù e le strutture governative che

⁵⁴ Kristin M. Lord, “*Engaging the Private Sector for the Public Good: The Power of Network Diplomacy*”, Policy Brief, Centro per la Nuova Sicurezza Americana, gennaio 2010. Traduzione da me effettuata.

⁵⁵ Ali Fisher, “*Mapping the Great Beyond: Identifying Meaningful Networks in Public Diplomacy*”, CPD Perspectives on Public Diplomacy, Paper 2, aprile 2010. Traduzione da me effettuata.

hanno fatto grande la nazione. Molto spesso tra di esse vengono anche considerate la storia e la letteratura del paese. Anche in un secolo come il nostro, in cui lo sviluppo tecnologico è oltremodo avanzato, si crea la necessità di una conoscenza di base delle informazioni di cui si va a trattare, altrimenti il rischio di ricadere in incomprensioni è molto elevato. Soprattutto in Stati come la Corea del Sud è necessario che i loro valori vengano proposti come un qualcosa di universale e non legati esclusivamente al loro ambiente sociale, altrimenti le politiche di *public diplomacy* non potrebbero mai avere successo.

Un elemento chiave della *Digital Diplomacy* è la possibilità di accesso, tramite la rete e i social media ad essa collegati, ad una grande quantità di informazioni. In Corea del Sud il digitale è estremamente connesso all'identità stessa del paese, basti pensare alle politiche del presidente Park Chung-hee e dei suoi successori volte a modernizzarlo⁵⁶ (Kim, 2014). Il cambiamento della *public diplomacy* è stato agevolato dallo stretto rapporto tra le politiche pubbliche e la tecnologia⁵⁷ (Keller, 2003). Questa divenne inoltre un ottimo strumento da scambiare con il resto del mondo⁵⁸ (Park, 2005). A livello internazionale la Corea viene considerata uno degli Stati più "wired" del globo. Hye Ryoung Ok constatò: "Fin dai suoi esordi, lo spazio online in Corea è stato raramente considerato come uno spazio puramente cibernetico o virtuale occupato dai techno-geek. Invece, la forte connessione tra realtà online e offline definisce Internet come una parte inestricabile della tecno-cultura coreana"⁵⁹ (Ok, 2011). Quello che può risultare contraddittorio nelle loro politiche estere è come questo nuovo approccio riesca a convivere con il loro metodo tradizionale nella diplomazia e nella tendenza westfaliana al non intervenire in questioni relative ad altri paesi, nemmeno se nella stessa area geopolitica.

La digitalizzazione coreana è spesso considerata legata alla *Hallyu Wave (Korean Wave)*, la quale è associata alla cultura e al mondo dello spettacolo, e allo spopolare di piattaforme come Naver, il loro Google, o Kakao Talk, una specie di WhatsApp. Questo processo ha reso la *digital diplomacy*, in quanto evoluzione e parte integrante della diplomazia pubblica, uno strumento importante del soft power coreano. Chi vuole scoprire lo Stato, entrando quindi in contatto con tutte quelle che sono le sue caratteristiche, può farlo attraverso organizzazioni civili apposite, le quali ricevono un appoggio governativo, che manifestano inoltre la partecipazione della società alle attività proposte dal governo.

⁵⁶ Sunhyuk Kim, *Politics of Democratization in Korea*, Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press, 2014. Traduzione da me effettuata.

⁵⁷ Keller e Samuels, *Crisis and Innovation in Asian Technology*, New York: Cambridge University Press, 2003. Traduzione da me effettuata.

⁵⁸ Park e Shin, "Social Capital and Democratic Citizenship: The Case of South Korea", *Japanese Journal of Political Science*, 2005, pp. 63–85. Traduzione da me effettuata.

⁵⁹ Ok, "New Media Practices in Korea", *International Journal of Communication*, 5, 2011, p. 29. Traduzione da me effettuata.

Il miglior esempio di questo processo è certamente la Voluntary Association Network Korea (VANK), che pratica la cosiddetta diplomazia people-to-people, resa possibile proprio dal fenomeno digitale. I suoi cyber diplomatici hanno l'obiettivo di diffondere e controllare sui principali network e social media le informazioni sulla Corea del Sud. Il Ministero degli Affari Esteri ha, inoltre, incaricato più di 500 scolari come cyber-diplomatici e stabilito una partnership con la VANK, tutto questo al fine di rendere i cittadini, già attivi in questo nuovo mondo della *digital diplomacy*, persino più utili per le misure per la promozione del paese⁶⁰ (Ayhan, 2018).

Esiste un solo problema all'interno di queste politiche, ovvero che le maggiori pagine dedicate alla diplomazia pubblica sui media digitali rivolti gli stranieri sono in coreano e non in inglese, rendendone difficile la comprensione. È il Ministero per gli Affari Esteri (MOFA) che più di tutti si occupa dell'applicazione della *digital diplomacy*. Il suo primo obiettivo, nel tentativo di espandere l'influenza del proprio paese, è l'installare in zone sempre più distanti strutture di comunicazione. Questo permetterebbe, inoltre, anche alle popolazioni più isolate di connettersi con le altre a livello sia regionale che internazionale.

Sono varie le caratteristiche in possesso della Repubblica di Corea che la rendono un partner appetibile per gli altri Stati, è una media potenza non identificata come minacciosa, ha un passato come nazione colonizzata ed ha una forte identità; di fatti sono diverse le potenze che vorrebbero delle alleanze con lei. È possibile citare ad esempio la richiesta effettuata dalla Thailandia per la creazione in collaborazione della "4.0 economic roadmap"⁶¹ (YuGee, 2016). Secondariamente il ministero è una grande risorsa per la digitalizzazione ed è quindi il vettore di tutte le questioni, sia nuove che vecchie, in questo campo e nelle relazioni internazionali. Tutto questo rende quindi più facile per la nazione rafforzare i loro rapporti con gli Stati esteri.

L'essere considerata uno dei paesi più all'avanguardia nel campo della diplomazia digitale la rende un soggetto spesso interpellato per esprimere opinioni riguardanti la regolamentazione di Internet e sulle norme per la sicurezza informatica nel panorama internazionale. Questo ha garantito alla Corea del Sud una posizione nelle Nazioni Unite, risulta infatti membro di due associazioni: del Governmental Group of Experts e dell'Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) Regional Forum, per la quale si occupa dei colloqui nel MIKTA. La situazione non era ad ogni modo totalmente idilliaca, infatti sono presenti varie sfide per la Corea, che vede minacciata la sua influenza⁶² (Fidler, 2015).

⁶⁰ Ayhan, "Special issue on soft power and public diplomacy in East Asia", Journal of Contemporary Eastern Asia, 2018, pp. 1–4. Traduzione da me effettuata.

⁶¹ YuGee, "Thailand Invites South Korea to Invest on Digital Technology", Korea Portal, 2016. Traduzione da me effettuata.

⁶² Fidler, "Net Politics South Korea's Difficult Path as a Middle Power in International Cyber Politics", Council on Foreign Relations - Net Politics, 4 giugno 2015. Traduzione da me effettuata.

Esistono però temi di politica interna che gettano un'ombra su quello che sembra essere lo Stato all'avanguardia nel campo digitale. Non sono poche le limitazioni, infatti, della libertà d'espressione e della democrazia scaturite dalla legge sulla pubblica sicurezza, le quali hanno ottenuto diverse critiche da osservatori esteri. La stessa società sudcoreana ad ogni modo manifesta la propria partecipazione all'interno della nuova diplomazia culturale legata al processo di digitalizzazione, lo fa attraverso le piattaforme locali, rivolgendosi però ad un pubblico straniero. Il MOFA sfrutta spesso la partecipazione degli utenti per coinvolgerli nella cultura coreana, fino a spingerli persino ad assumere posizioni affini o uguali a quelle della propria nazione persino sui temi politici. Lo stesso ministero si serve poi delle tecnologie più all'avanguardia nell'ambito dei software per scopi interni. È riuscito a farlo grazie alle partnership sia con giganti stranieri che nazionali, ad esempio la SK Telecom, la Korea Telecom Freetel o la LG Telecom, che insieme raccolgono circa il 100% del mercato delle comunicazioni.

Gli ultimi dei nuovi sottogruppi della public diplomacy sono quelli della “*Geographic-thematic Grid*” e del “*Modular Approach*”. Il primo ha un doppio obiettivo, ovvero l'identificazione del soggetto a cui le politiche dovranno fare riferimento e le necessità che l'oggetto potrebbe manifestare. Non essendo semplice riuscire ad arrivarvi, questo metodo ha l'esigenza di essere utilizzato insieme ad un'altra sottocategoria, l'approccio modulare. Esso necessita di un processo che porti alla produzione, tramite a un'attenta analisi, di moduli standardizzati, i quali possono essere adoperati direttamente nella diplomazia pubblica e nei casi specifici subire solo modifiche minime, e questo lo rende perfetto per essere abbinato al prima citato approccio.

Possiamo dunque racchiudere i nuovi metodi di *public diplomacy* in Corea del Sud all'interno di cinque distinte fasi. Per poter rendere al lettore una visione più chiara di questi approcci, essi sono stati riepilogati, nella Tabella 3.

Elementi di diplomazia pubblica	Nuovi approcci
Soggetto e oggetto	<ul style="list-style-type: none"> • “<i>Network Diplomacy</i>” • <i>Demand-side Approach</i> • <i>Geographical-thematic Grid Approach</i>
Beni e risorse	<ul style="list-style-type: none"> • Modello del vantaggio competitivo • Modello di trattamento → “<i>Knowledge Diplomacy</i>” • Approccio del Valore Universale → “<i>Role Diplomacy</i>”
Medio/Carrier	<ul style="list-style-type: none"> • Approccio modulare • “<i>Digital Diplomacy</i>”

Tabella 3 – Nuovi approcci alla *public diplomacy*

Per l’analisi che si è scelto di conseguire all’interno di questa ricerca, l’approccio alla *public diplomacy* che si è deciso di prendere in esame è stata la *digital diplomacy*, in quanto unisce ed amplia tutti quelli che sono i concetti e temi principali degli altri studi, creando una teoria innovativa. Essa è in grado di mettere in contatto le nuove connessioni della *Network Diplomacy* con gli elementi tradizionali della *Knowledge Diplomacy*, ma anche la crescente competizione tra gli Stati con le necessità dei riceventi delle politiche.

All’interno di questo capitolo abbiamo potuto osservare come nel corso dei decenni sia avvenuto un cambiamento nelle politiche di *public diplomacy* coreane in particolare da quando si è entrati nel nuovo millennio e il processo di digitalizzazione ha raggiunto il suo picco massimo, portando lo sviluppo tecnologico ad una crescita rapida e priva di precedenti. Lo Stato si è trasformato in un vero e proprio emblema del digitale, ritenuto un esempio per le altre potenze della sfera asiatica. Grazie al Ministero per gli Affari Esteri (MOFA), il paese è sempre più interconnesso con i suoi cittadini e quelli esteri, dando vita in questo modo ad uno strumento molto importante. In questo nuovo mondo dominato dalla *digital diplomacy*, il ruolo della popolazione è divenuto essenziale, la diplomazia pubblica non può più essere effettuata solo tramite le strutture governative. I *policy makers* hanno saputo rispondere prontamente a queste nuove necessità, un esempio lampante sono stati i più di 500 scolari nominati come cyber-diplomatici e l’aver stabilito una partnership con la VANK. È innegabile quindi che almeno nelle iniziative sia avvenuto un cambiamento, nella prossima sezione proveremo a verificare queste considerazioni anche nel pratico attraverso delle interviste.

3. Cittadini e Stato, la nascita di un nuovo rapporto

Al di fuori di quello che possa essere teorizzato analizzando i dati presenti in materiali accademici, o siti dedicati, una ricerca non può dirsi completa senza aver esaminato il fenomeno, ipotizzato nei capitoli precedenti, anche in una visione pratica. Per dare vita a questo processo serve entrare in contatto con persone che siano a conoscenza non solo della materia trattata, ma che si interfaccino persino nella quotidianità del caso studio, al fine di rispondere alle domande poste nel modo più efficace possibile.

Verranno presentate nel susseguirsi dei prossimi paragrafi tre diverse interviste. Le prime due raccolgono i resoconti, i dati e talvolta le opinioni di due donne appartenenti a generazioni, nazionalità e carriere differenti. Oltre a queste, il capitolo presenta la testimonianza della rappresentanza diplomatica dell'ambasciata italiana in Corea del Sud. Hanno accettato di prestarsi ad alcuni colloqui, raccontando le loro esperienze, i loro studi e commentando i dati riscontrati negli ultimi anni. Questo permetterà di avere più visioni e prospettive del processo che stiamo trattando, nella speranza che persino da parte loro arrivi la conferma dei risultati teorici.

Da un lato avremmo l'occasione di sentire il parere della docente Youngah Guahk, che alla LUISS Guido Carli tiene proprio un corso riguardante la cultura, la politica e l'economia coreana ed è originaria della nazione. Lei appartiene a quella fascia di persone che ha vissuto a pieno il processo di digitalizzazione sin da suoi albori negli anni 90, perciò ha avuto un'esperienza diretta di quello che è stato il cambiamento nella *public diplomacy* dall'inizio del processo sino ad oggi. Unirà quindi il suo vissuto personale alle sue conoscenze accademiche.

Quello di Benedetta Rocchi, studentessa italiana presso la Yonsei University di Seoul, darà la possibilità di esaminare il punto di vista non solo di una straniera in Corea del Sud, la quale ha deciso di partire proprio perché attratta dalla cultura del paese, ma anche di un soggetto facente parte dei cosiddetti nativi digitali. La Generazione Z e i tardi Millennials rappresentano il maggior numero di utenti dei social media e lì la situazione non è diversa. Tendenzialmente sono proprio questi ragazzi ad essere i maggiori creatori di contenuti di diplomazia pubblica sui loro profili per quanto concerne l'iniziativa popolare. Lei quindi ci permetterà di osservare come vive e riceve le nuove politiche di questo tipo un giovane proveniente da un altro Stato e allo stesso tempo riportarci quello che è il pensiero dei suoi coetanei coreani.

Infine, i resoconti dell'ambasciata italiana nella Repubblica di Corea garantiranno al lettore una prospettiva governativa e diplomatica, in grado di confermare e ampliare i pareri e i dati forniteci da due civili. Chi meglio della nostra ambasciata è in grado di spiegare in che modo le politiche di *public diplomacy* coreane sono mutate nel corso degli anni e quali sono le caratteristiche che le contraddistinguono. Inoltre,

possono fornire rapporti sull'impatto che queste misure hanno sui suoi cittadini, così da verificarne l'efficacia.

3.1 Modifica del rapporto cittadini-stato

La partecipazione cittadina alla diplomazia pubblica e quanto questa sia stata incentivata dallo Stato coreano è una questione ambivalente. Si può considerare in partenza che il comportamento dei coreani sia stimolato da quello che essi ritengono giusto e soprattutto da quelli che sono i loro interessi. Non solo gli adulti, ma soprattutto i giovani scelgono di dedicarsi ad attività per lo Stato, selezionando quelle per le quali hanno più attitudine. Questo avviene proprio perché tra i cittadini esiste un'idea fondamentale, molto diversa dal pensiero occidentale più individualista, ovvero che la vita delle persone è volta prima di tutto al benessere della nazione e non a quello personale. Non sono rari di fatto i ragazzi che hanno iniziato a pubblicare video sui social media proprio al fine di avvicinare gli stranieri al loro mondo, attuando dunque politiche di *public diplomacy*. Sempre sulle stesse piattaforme, anche alcune persone più grandi e gli stessi anziani si sono aggiunti in loro supporto. Grazie a questo, con l'avvento dell'era digitale si è ridotta l'età media delle persone raggiunte e le manovre di diplomazia pubblica ambiscono ora, anche attraverso la mediazione di influencer e idol, ad informare anche i più giovani. Il governo in questo caso ha dunque solo un ruolo più secondario, ovvero solo dopo essersi reso conto della nuova situazione, la quale si stava dimostrando efficace, ha incominciato ad incentivare queste iniziative attraverso le proprie politiche.

Il protagonismo dei cittadini all'interno della vita politica dello Stato non è mai stata una novità in Corea del Sud, almeno per quanto riguarda il periodo che va dagli ultimi decenni del Novecento ad oggi. Questo fenomeno è stato possibile grazie allo sbarco anticipato rispetto alla maggior parte del mondo nell'era digitale, bisogna sempre ricordare che questa rappresenta una delle grandi eccellenze del paese. Negli anni Novanta la Repubblica di Corea era tra i primi dieci paesi fornitori di Internet e i coreani usavano già gli strumenti dei social media per promuovere le elezioni presidenziali del 2002, che vedevano contrapposti il candidato conservatore Lee Hoi-Chang (1935-) e quello liberale Roh Moo-Hyun (1946-2009). Naturalmente erano delle piattaforme più rudimentali rispetto a quelle attuali, ma comunque efficaci. Tra di esse la prima era il sito "*OhmyNews*"⁶³, che permetteva ai cittadini, sotto la supervisione di editor specializzati, di pubblicarvi sopra articoli di giornale, che tutti potevano facilmente leggere (Joyce, 2007). Il primo vero motivo di dibattito generatosi era stato proprio la presenza americana sul territorio, a causa dell'uccisione per errore di due adolescenti da parte di un soldato americano. Successivamente al suo interno Moo-Hyun organizzò gran parte della sua campagna mediatica, a differenza dello sfidante

⁶³ Mary Joyce, "*The Citizen Journalism Web site "OhmyNews" and the 2002 South Korean Presidential Election*", The Berkman center for internet & society at Harvard law school, 2007. Traduzione da me effettuata.

conservatore che si affidò esclusivamente ai media tradizionali, istaurando anche una sorta di dialogo con i civili stessi, i quali potevano esprimere lì le loro opinioni, soprattutto i più giovani, spesso esclusi dalla vita politica istituzionale. Questo lo condusse alla vittoria, in particolar modo dopo un ultimo decisivo appello per portare la nuova generazione alle urne. L'esempio ci consente di osservare come, già nei primi anni del fenomeno digitale, la partecipazione attiva dei cittadini fosse presente, attiva ed efficace in Corea. La Gen Z invece è cresciuta con lo smartphone fin da giovanissima negli anni 2000, quindi ha una certa familiarità con i SNS, i social media coreani. Ad esempio, esisteva un sito web chiamato *Cyworld*, simile a Facebook, lanciato già nel 1999. Questo ha permesso loro di essere sempre più attivi all'interno della vita pubblica dello Stato. È possibile notare dunque come nel corso degli anni sia aumentato il dialogo diretto con i cittadini, il quale consente di avere anche un riscontro sulla popolarità delle iniziative.

Nei tempi più recenti all'interno di una situazione di rapporto tra politici e civili, i cyber-diplomatici rappresentano certamente delle figure particolari, manifesto stesso di come le persone comuni siano divenute attori centrali della nuova diplomazia pubblica. Essi vengono nominati dal Ministero degli Affari Esteri proprio al fine di aiutare in via ufficiale l'espansione della cultura coreana attraverso le politiche di *public diplomacy* ed essendo un punto di incontro tra le due parti possono risultare altrettanto vantaggiosi sia per gli uni che per gli altri. In primo luogo, gli studenti avranno l'opportunità di sperimentare nuovi compiti, al di fuori della loro abituale zona di confort e di trattare con persone esterne. Questo naturalmente li aiuterà a prepararsi per una possibile carriera e gli permetterà di cimentarsi almeno in parte in un'esperienza lavorativa che potrà essere sfruttata per il futuro. In secondo luogo, il governo può trarne vantaggio perché può utilizzare il gruppo di studenti, considerato giovane, energico e con nuove idee. I ragazzi, soprattutto in questa nuova era, rappresentano sicuramente un elemento utile in quanto nativi digitali, più esperti dei social media e capaci di generare progetti che siano in grado di attirare anche la loro stessa fascia d'età. Spesso i *policy makers* sono più facilitati nel generare politiche in grado di toccare la propria generazione, piuttosto che quelle più piccole, che ne risultano di conseguenza disinteressate.

Sulla stessa falsariga si inserisce un altro elemento interessante, ovvero come molti amici e conoscenti di forestieri residenti in Corea si mostrino estremamente disponibili quando si menziona un interesse nel voler imparare la lingua e la cultura coreane. Per molti di loro l'insegnare il coreano agli stranieri sembra essere diventato un obiettivo importante. Questo fenomeno dimostra ancora una volta il modo in cui tutte le fasce d'età abbiano iniziato a spendersi per far conoscere le proprie usanze, attuando quindi, persino involontariamente, manovre di *public diplomacy*. Per i cittadini stranieri in Corea, esiste una difficoltà di adattamento, in quanto, svariate persone oramai iniziano a richiedere che loro parlino coreano in quanto "stranieri in Corea" e non tutti ne sono capaci, soprattutto i primi tempi. Del resto, sono in pochi i nativi del luogo che sanno effettivamente parlare in inglese. Alla Yonsei, ad esempio, nonostante fino a pochi

anni fa il servizio bancario fosse offerto in inglese, ora, con l'aumento delle iscrizioni da parte di forestieri; paradossalmente, esso è disponibile solamente in coreano.

Ritornando al rapporto del paese con Internet è da evidenziare la portata della sua connessione; infatti, gode di una di quelle più veloci al mondo e questo aumenta di molto le possibilità coreane in questa nuova era digitale. Senza di essa le persone non sarebbero di fatti in grado di aiutare il proprio stato nella diffusione della cultura coreana. Un cittadino coreano potrebbe dunque, nell'ottica di aiutare il proprio paese, servirsi dei mezzi di comunicazione più in voga in questo periodo storico, ad esempio, Tiktok e Instagram, sforzandosi anche di migliorare la sua comunicazione in inglese. In quanto, che piaccia o no, essendo la lingua più parlata al mondo, diventerebbe un ottimo mezzo complementare per facilitare la diffusione degli usi del paese. Dovrebbe inoltre non limitarsi solo a contenuti riguardanti la cultura popolare moderna, come ad esempio il *k-pop* o i *k-drama*, ma concentrarsi anche sul parlare della storia e della cultura tradizionale. Questo avrebbe lo scopo di far conoscere lo Stato a tutto tondo, non solo ad un livello puramente superficiale, cosa che sfortunatamente oggi accade molto spesso tra i giovani.

Come si è potuto osservare i cittadini hanno scelto volontariamente, spinti anche da un senso di collettività nei riguardi della nazione, di intraprendere questo nuovo ruolo di attori attivi delle politiche di *public diplomacy*, naturalmente sostenuti in seguito dal governo, che prova ad integrarli sempre maggiormente al loro interno. Diverrebbe a questo punto necessario domandarsi se sia giusto che sia andato a crearsi questo nuovo rapporto. Il fenomeno, però, essendo prettamente spontaneo è stato un naturale passo nell'evoluzione della diplomazia pubblica. Questo è stato in ogni caso possibile esclusivamente grazie alle operazioni dei *policy makers* per rendere la nazione un faro dell'era digitale, attraverso la sua connessione Internet super veloce e gli SNS, i social media coreani.

3.2 Patriottismo coreano

Nell'intervista a Benedetta Rocchi è emerso come sia presente un incremento nel sentimento di attaccamento per le proprie radici, che a volte può sfociare anche in un eccessivo patriottismo. Per spiegare al meglio questo fenomeno basti pensare che i libri di testo sui quali studiano gli studenti non propongono più articoli di giornale, bensì li sostituiscono con ricerche volte a mettere in rilievo tutti i successi raggiunti dal paese grazie al fenomeno della "*Korean Wave*". Questo atteggiamento è in parte comprensibile, basterebbe infatti tenere in considerazione il passato della nazione: l'età coloniale giapponese durata anni, ha privato i coreani della loro stessa identità nazionale. Non solo impedendogli di compiere azioni semplici come mantenere i propri costumi ed usanze, ma anche vietandogli di professare la propria religione o di scrivere nella propria lingua. Per decenni, infatti, i cittadini erano stati persino costretti a tradurre i propri pensieri in cinese per poterne lasciare una traccia scritta, in quanto avevano il divieto di farlo tramite il loro

alfabeto, creato dal re Sejong (1397-1450). Non c'è dunque da meravigliarsi se la popolazione ha quindi bramato per anni un senso di identità nazionale e di ricerca di fierezza. Gli avvenimenti del passato l'hanno spinta in maniera decisa verso una partecipazione attiva nella diffusione a livello globale della “*K-culture*”, al fine di portare alla Repubblica di Corea il giusto lustro e di farle assumere un posto di rilievo nella sfera internazionale.

3.3 Variazione delle politiche di *public diplomacy* dall'avvento dell'era digitale

La diplomazia pubblica coreana si è sviluppata come uno dei tre assi che regolano le relazioni diplomatiche della Corea, insieme alla diplomazia di Stato e alla diplomazia economica, e il relativo status giuridico della legge sulla diplomazia pubblica è entrato in vigore nel 2016. Sembra che la SNS sia entrata in vigore prima della politica di diplomazia pubblica (ACT) in Corea del Sud. Pertanto, è difficile dire in che modo i social media abbiano cambiato la politica coreana in materia di diplomazia pubblica in questo contesto, è d'altro canto facile evidenziare una differenza sostanziale tra il periodo precedente e quello successivo all'inizio del processo digitale. Come già evidenziato in precedenza i cittadini hanno incominciato di loro propria volontà a rendersi attori delle nuove politiche di diplomazia pubblica, mentre prima lasciavano questo tipo di compiti esclusivamente al governo. Questo fenomeno ha naturalmente dato il via a quella serie di nuove manovre statali che si sarebbero susseguite.

Gli elementi cardine che hanno portato ad un cambiamento nella diplomazia pubblica del paese sono: la tecnologia, la richiesta, o coinvolgimento, dei cittadini e le influenze straniere.

Come oramai sappiamo la Repubblica di Corea è una nazione simbolo a livello globale nell'ambito tecnologico e questo le ha permesso di diventare un faro e far crescere in modo smisurato la sua economia, questo però non è tutto il cambiamento che ha portato con sé. Essere all'avanguardia in questo senso le ha consentito di adattare le proprie politiche ai nuovi mezzi in dotazione e quale migliore ambito si poteva legare ad essa se non la *public diplomacy*? Non è una novità che quest'ultima sfrutti i media delle diverse epoche per far fruire i propri messaggi, allora perché non fare lo stesso anche con i nuovi media a disposizione? Il passaggio però verso una sempre più crescente digitalizzazione ha condotto la diplomazia pubblica verso una rapida evoluzione, dovendo sia rapportarsi con un contatto sempre più diretto ed istantaneo con il proprio pubblico che soprattutto tener conto della nuova partecipazione attiva dei cittadini, permessa da questo processo.

È presente una sottile differenza tra delle manovre svolte con l'aiuto o intervento dei civili e quelle senza. Nel primo caso abbiamo due visioni e quindi azioni diverse, volte allo stesso fine, le quali possono risultare più adeguate in quanto chi meglio di una persona comune sa cosa possa attrarre o influenzarne un'altra? Quelle svolte esclusivamente dallo Stato possono risultare, in alcuni casi, inadatte rispetto al

proprio pubblico, perché create in un'ottica puramente governativa. L'intervento della gente nella *public diplomacy* può risultare un enorme vantaggio per il paese stesso.

Per la Corea del Sud l'influenza straniera è sempre stato un elemento quasi caratteristico, divisa tra i rapporti di amicizia con gli USA e i rapporti economici con la Cina, e questo non ha potuto fare altro che modificare la nazione nel corso dei decenni e di conseguenza anche le sue politiche. Lo stretto rapporto tra coreani e americani ha trasportato il paese verso una maggior modernizzazione, facendogli in parte perdere alcuni costumi più tradizionali, almeno nella vita quotidiana. Nella diplomazia pubblica si è assistito ad un avvenimento pressoché simile, che però ha permesso, comprendendo i costumi europei-statunitensi, di creare un punto di collegamento tra i due poli. Rendendo di conseguenza queste manovre persino più efficaci.

Rispetto al nuovo volto assunto dalla *public diplomacy* del paese, è possibile affermare che non tutto può essere digitalizzato, ma la *digital diplomacy* consente ai governanti di poter comunicare giornalmente e in modo diretto con i propri cittadini. È importante notare poi che nell'attualità le principali iniziative note al pubblico straniero sono state proprio quelle legate all'uso dei canali social. In conclusione, dopo l'avvento dell'era digitale, non è mutata esclusivamente la diplomazia pubblica coreana, ma anche la Corea stessa. Inevitabilmente sono state due le forze quindi ad agire per il cambiamento, non solo il grande sviluppo tecnologico, ma anche il nuovo paese, più moderno, che si era andato a creare. Quello che si è andato a plasmare alla fine è una serie di politiche più dirette, più dinamiche e più visive.

3.4 Cambiamento efficace?

La nuova *public diplomacy*, nata dopo la digitalizzazione, è davvero migliore della precedente e soprattutto più efficace in quello che è il suo scopo? Per rispondere a questa domanda andrebbero considerati più fattori. Da un punto di vista puramente pratico la risposta è stata sì, perché i risultati sono facilmente osservabili nella vita di tutti i giorni. Le nuove politiche sono in grado di raggiungere un'audience molto più ampia, mostrando quindi anche l'importanza dell'efficacia della comunicazione, il che importantissimo per mantenere costantemente alta l'attenzione dei cittadini. Non sono pochi gli stranieri che negli ultimi anni si stanno appassionando alla cultura e soprattutto risultano essere interessati al paese, incrementando inoltre il turismo e l'economia locale. Dall'altro canto però parliamo sempre di un interesse che nella maggior parte dei casi non supera la superficie. Viene da chiedersi quindi se non sarebbe meglio se le nuove politiche, data la possibilità che i social media e Internet stesso ci concedono, di entrare in contatto con milioni di persone in pochi istanti, si dedicassero a far conoscere meglio la nazione anche nelle sue tradizioni o elementi più profondi?

La *Korean Wave* è risultata particolarmente efficace grazie a cinque elementi cardine che l'hanno contraddistinta e che ne hanno permesso la crescita esponenziale.

Primo fra tutti i tempi più moderni stanno vedendo una maggior espansione dei marchi coreani, i quali stanno diventando sempre più apprezzati e conosciuti anche all'estero, ad esempio Samsung e Hyundai. Ricoprendo il posto in precedenza occupato principalmente dai prodotti di nazionalità giapponese.

Sempre legato alle merci, il secondo elemento è la loro qualità e il loro sviluppo nella progettazione. Questo genera nella gente una sorta di ideale, secondo il quale coreano è uguale a ottimo prodotto, all'avanguardia nella struttura e moderno. Naturalmente all'interno di un mercato globale come il nostro, una premessa del genere non può fare a meno di catturare l'attenzione del consumatore, il quale sarà invogliato ad acquistare un determinato bene o a servirsi di un dato servizio. Tra di essi sono presenti anche i sempre più popolari K-drama, ma anche i film o il K-pop stesso, riguarda quindi una grande varietà di soggetti.

La gestione dei luoghi o momenti in cui gli esterni accedono alla *Korean Wave* è altrettanto importante e rappresenta uno dei punti cardine. Il governo della Corea, per garantire al meglio la riuscita di questo fenomeno, per quanto in suo potere, ha cercato di delineare fin nei minimi dettagli ogni aspetto di questi contatti, al fine di darne allo spettatore un'esperienza migliore e più accattivante. Un esempio di questo tipo di situazioni sono i grandi eventi svolti nella Repubblica di Corea in questi anni, come nel 2018 le Olimpiadi e le Paralimpiadi invernali PyeongChang, dove si è cercato di rappresentare al meglio tutti gli aspetti più interessanti della cultura del paese ospitante.

Avere un apparato statale in grado di supportare al meglio e soprattutto in modo continuo queste iniziative, è certamente un enorme punto a vantaggio dell'*Hallyu*. Sono poche le nazioni in possesso di un Ministero della Cultura, dello Sport e del Turismo, eppure le sue diramazioni consentono di tenere la situazione sotto un maggior controllo. Un gruppo di divisioni è l'Ufficio per i contenuti culturali, che ha a sua disposizione un budget di circa 5,5 miliardi di dollari e il cui scopo è quello di far continuare la crescita economica del paese. Un'altra manovra è stata poi la creazione di un fondo di investimenti di un miliardo di dollari per promuovere e diffondere la cultura dello Stato all'estero, del quale il governo finanzia più o meno il 20-30%. La restante parte invece è coperta da banche o società.

L'ultimo pezzo di questo puzzle, non meno importante, è stato fornito dalla storia coreana stessa. Non avendo un passato coloniale le altre nazioni della stessa area geopolitica non l'hanno percepita come una minaccia, o comunque non hanno opposto una resistenza nei confronti delle sue politiche.

Si può dunque parlare di un lavoro ambivalente, portato avanti sia dall'attore statale, però in parte anche dai cittadini, i quali hanno fornito in diverse modalità ai *policy makers* le pedine da poter muovere nel mondo globalizzato. È da ritenersi probabile che senza questo doppio intervento probabilmente la *Korean Wave* non avrebbe mai avuto la stessa efficacia e di conseguenza non avrebbe garantito alla Corea del Sud tutti i risultati e i benefici, in particolare economici, che invece ha ricevuto. C'è da chiedersi se il paese sarebbe giunto allo stesso sviluppo industriale ed economico senza quest'onda di diffusione, oppure se la Repubblica di Corea che si sarebbe conosciuta a livello internazionale sarebbe stata molto diversa da quella attuale, forse ancora più simile al suo aspetto più tradizionale.

È difficile capire se il Ministero degli Affari Esteri e gli altri istituti governativi si aspettassero un tale risultato, però è probabile che non fosse così, vista la scarsità delle risorse primarie di cui la nazione disponeva. Un altro aspetto interessante da sottolineare è come il MOFA, nonostante sia ufficialmente il responsabile della *public diplomacy* coreana, non sia coinvolto direttamente in molte attività legate alla *Korean Wave*. Ci sono altre agenzie governative, ad esempio il KOCIS e i centri culturali dei vari paesi che si occupano di promozione culturale, tra cui il K-pop, i film coreani e così via, i quali in queste circostanze hanno svolto e stanno svolgendo un ruolo molto più centrale.

3.5 Le politiche possono essere migliorate o sono già al loro massimo delle prestazioni?

Le politiche proposte dai governanti non sono mai veramente al massimo delle loro prestazioni, con il passare del tempo e l'evoluzione dell'ambiente sociale nel quale le persone vivono si svilupperanno sempre iniziative migliori per raggiungere le varie generazioni. Nel caso coreano sono varie le modalità che si stanno andando a modellare per affiancare la *Korean Wave*, alcune come manovre del MOFA e altre come proposte dei suoi stessi cittadini.

Esistono numerosi modi per condurre una *public diplomacy* efficace e, in questa nuova era all'avanguardia nell'era digitale, si ha l'intenzione di sfruttarne il più possibile. Il Ministero per gli Affari Esteri divide le proprie politiche in questo ambito in quattro macroaree: *Cultural Diplomacy*, *Knowledge-Oriented Public Diplomacy*, *Public Diplomacy on Policy* e *Digital*. È interessante sottolineare come non sia solo la parte *Digital* a contenere manovre che sfruttano le nuove piattaforme, ma anche le altre, in parte.

Oltre alle manovre legate alla *Korean Wave*, nella parte culturale sono in atto nuove iniziative di promozione della nazione a livello internazionale. Il primo aspetto da citare sono certamente le esibizioni organizzate durante le missioni diplomatiche, che vedono l'impegno attivo dei diplomatici in terra straniera, i quali si impegnano a promuovere beni e servizi coreani. Sempre legati a questo tipo di incarichi sono gli eventi organizzati dalle ambasciate per celebrare occasioni particolari, che consentono agli stranieri di entrare in contatto diretto con la cultura del paese. La Korean Week, ospitata proprio in questi giorni,

presenta una serie di progetti al fine di promuovere aspetti economici, politici o culturali coreani. In tal senso è anche presente il K-Pop World Festival, riguardante naturalmente la popolare musica del paese. Anche lo sport ha un ruolo centrale tra queste manovre, infatti lo Stato ospita diverse competizioni sportive e nel frattempo promuove il Taekwondo, arte marziale simbolo nazionale.

Legati invece alla *Knowledge-Oriented Public Diplomacy* esistono tre elementi fondamentali, il Quiz on Korea, la promozione della lingua e del suo studio all'estero e la cooperazione con il Ministero dell'Educazione. È importante sottolineare, prima di spiegare nello specifico di cosa si trattino, soprattutto nel primo caso, che l'avvento dei social media ha permesso la crescita della popolarità della cultura coreana nel mondo, in quanto ha consentito a sempre più stranieri di entrarvi in contatto e apprezzarla. Il quiz è una specie di gioco globale per gli stranieri, in cui ai concorrenti vengono poste domande sulla Corea. I vincitori di ogni paese partecipante sono invitati a trascorrere un'esperienza tradizionale nella nazione, a visitare le principali attrazioni turistiche e a competere nel round finale, il quale sarà trasmesso su due reti: la KBS 1TV e la KBS World. Il sostegno all'insegnamento della lingua avviene invece tramite l'istituzione di corsi appositi nelle principali università del globo con insegnanti specializzati. Vengono inoltre anche proposte agli studenti di atenei esteri di corsi Master o dottorati esperienze di scambio.

Nell'ambito della diplomazia pubblica allacciata alla politica è importante citare il ROK-China Public Diplomacy Forum, il quale si tiene ogni anno tra la Cina e la Corea del Sud in seguito all'accordo raggiunto durante il ROK-China Summit del giugno 2013. Lo scopo di questo forum è quello di creare una cooperazione reciproca e sensibilizzazione dei cittadini. Esiste un evento simile che coinvolge anche il Giappone e con le medesime finalità. Un'iniziativa simbolica è poi il U.S. Friend of Korea Reception, nel quale viene organizzato un ricevimento per i volontari americani che si erano recati nello Stato tra il 1966 e il 1981. Il fine ultimo è stato quello di rinnovare l'amicizia tra le due nazioni e ringraziare per gli aiuti ricevuti in un momento di necessità.

Dal punto di vista puramente digitale, il MOFA ha creato un canale social dedicato a condividere contenuti personalizzati rivolti ad un pubblico globale, il KOREAZ. È il profilo ufficiale del ministero, il quale tra Facebook, Instagram e Twitter conta più di 385mila followers, che però sono in costante crescita. Sono state anche organizzate diverse campagne mondiali riguardanti temi come l'ambiente e i diritti umani. Alcuni esempi sono la *Stay Strong*, che durante la pandemia del 2020 invitava alla solidarietà universale, la *Live Together*, volta a combattere contro il razzismo e sensibilizzare su questo tipo di temi, e la *ENDviolence*, il cui scopo è quello di proteggere i bambini dal 2022 da qualunque forma di violenza. In particolare, quest'ultima ha ottenuto il sostegno da circa cento diversi Stati.

Esiste poi uno strumento ancora sottoutilizzato e sottosviluppato a livello mondiale, che se saputo sfruttare a dovere potrebbe diventare un ottimo alleato della nazione in termini di *public diplomacy*, ovvero il Metaverso. Anche in questo campo la Corea sta cercando di giocare in anticipo rispetto agli altri paesi, proprio come già accaduto per il processo di digitalizzazione. Ha già organizzato diverse iniziative specifiche al suo interno e ha preso contatto con dei cosiddetti meta-influencer, ad esempio Rozy e Lucy che vantano già centinaia di migliaia di follower. È però da precisare che si tratta di un mezzo che ha ancora bisogno di essere perfezionato.

Un'altra opzione molto interessante proposta dai giovani è semplicemente l'offrire un contenuto volto a diffondere la "vera Corea", la quale sarebbe comprensiva di tutto quello che la riguarda, dagli elementi più tradizionali a quelli più nuovi, evitando di concentrarsi esclusivamente sul *k-pop* o sui *k-drama*. La Corea ha molto di più da offrire di quello che spesso viene mostrato e sarebbe uno spreco non sfruttarlo. Questo potrebbe portare, inoltre, alla creazione di un più profondo interesse e legame verso questa nazione e questo renderebbe il rapporto molto più duraturo nel tempo, evitando che si perda con l'arrivo di un altro stimolo. Evidenzia questo fenomeno anche il tasso di dispersione degli studenti stranieri nella Repubblica di Corea. Se in media in una classe di studenti in scambio sono presenti circa 80 alunni, avvicinandosi al termine del semestre ne saranno rimasti tendenzialmente solo meno di una ventina, persino se gli altri erano vicini alla laurea.

Una domanda sorgerebbe spontanea a questo punto, l'*Hallyu* e soprattutto la sua efficacia saranno capaci di resistere nel tempo? La questione è complicata, infondo nessuno può sapere cosa potrà succedere da qui al futuro e in merito ci sono opinioni divergenti. Esiste però un precedente di un caso simile, quello giapponese. Processo iniziato alla fine dell'Ottocento ed è in atto ancora oggi, forse in versione di poco ridotta, però comunque presente. Ha dovuto imparare ad evolversi. Se prima venivano esportate le opere tradizionali, ora sono i manga e gli anime i maggiori simboli del Giappone tra i giovani, portando di conseguenza in un'era di cultura pop. La Corea del Sud dovrà imparare a fare lo stesso, ma se si impegnerà potrà avere persino un impatto maggiore.

3.6 Il risvolto della partecipazione cittadina

Per i coreani l'impegno per la propria nazione è qualcosa di essenziale, intrinseco nella loro stessa natura, non hanno bisogno che sia qualcuno a chiedergli di intervenire, non appena ne hanno avuto la possibilità e gli strumenti lo hanno fatto. Il processo di digitalizzazione è stato in questo senso importantissimo, senza sarebbe stato difficile, se non impossibile, una partecipazione attiva dei cittadini. Nella Repubblica di Corea l'avvento delle piattaforme mediatiche si è verificato in considerevole anticipo rispetto alla maggior parte delle altre nazioni. Questo ha consentito di sperimentarle prima nella politica

interna dello Stato, imparandole anche a gestire, per poi portarle nella sfera internazionale, dove sono giunti più preparati della maggioranza delle altre potenze. Naturalmente questo ha consentito loro di sfruttarle al meglio per gli interessi del paese, applicandole in particolar modo alla *public diplomacy*, che ha saputo adattarsi con facilità ai nuovi mezzi di comunicazione.

Sono in molti nella generazione Z ad essere influenzati da queste nuove politiche di *public diplomacy* coreane, grazie alla facilità con cui è possibile entrarne in contatto attraverso i social media, e questo le rende da un certo punto di vista molto efficaci almeno nell'immediato. Ironicamente questo rappresenta anche il suo punto di debolezza più forte, passato lo stimolo ripetuto sono tanti i ragazzi che perdono velocemente l'interesse. La questione che diventa centrale allora in questo discorso è se queste nuove politiche siano davvero efficaci? Come abbiamo visto lo sono nell'immediato, ma non nel lungo periodo. Potrebbe quindi essere necessario un ulteriore passo avanti per renderle veramente utili.

Il primo risultato suscitato da queste manovre è stata la *Korean Wave*, che ha permesso di far crescere esponenzialmente la popolarità coreana negli altri paesi. Grazie alla sua diffusione attraverso i canali social, principali mezzi della nuova diplomazia pubblica, sono presenti però diverse altre manovre che il governo sta attuando per continuare questo fenomeno. Prima fra tutte è da ricordare la nomina di 500 studenti come cyber-diplomatici, per sfruttare ancor di più l'intervento e la partecipazione crescente dei giovani. Possono essere poi citate la Korean Week, il Quiz on Korea, il ROK-China Public Diplomacy Forum e la creazione di un profilo ufficiale per il MOFA sui social media, chiamato KOREAZ. Ognuna di queste iniziative è volta ad esportare la Corea nel resto del globo. Si sta poi iniziando a sperimentare un nuovo strumento, il Metaverso, che, se perfezionato in tempo, potrebbe garantire alla Corea di essere ancora una volta in anticipo sulle altre nazioni e questo le consentirebbe di poterlo sfruttare con maggiore efficacia. In questa azione mista cittadina e politica si sta cercando di cavalcare quest'onda al meglio delle proprie possibilità, così da attrarre sempre più stranieri verso la cultura coreana, nella speranza anche di stringere amicizie durature tra le nazioni.

Se da un lato però è presente questo grande sforzo da parte dei coreani, non è detto che esso porti risultati duraturi tra gli stranieri. Come già accennato in precedenza i ragazzi possono perdere interesse facilmente. Un esempio che racconta proprio questa situazione è il caso che si è svolto all'interno della Yonsei University. Dei 78 studenti provenienti da altri Stati che hanno raggiunto la Corea, solo 14 sono stati in grado di sviluppare un interesse capace di persistere nel tempo e non uno pronto a spezzarsi alle prime difficoltà. Le politiche di diplomazia pubblica svolte tramite l'utilizzo dei network risultano quindi efficaci nell'immediato, però nel corso del tempo potrebbero non esserlo altrettanto. Bisognerebbe dunque domandarsi se non sia possibile dare vita a misure che portino nelle persone una conoscenza che vada oltre alla cultura pop coreana, magari legate alle sue tradizioni, così che l'effetto possa essere più durevole.

Non bisogna inoltre dimenticare il ruolo fondamentale delle influenze estere sulla Corea del Sud, le quali hanno consentito un avvicinamento tra il resto del mondo e uno Stato dell'estrema Asia. Serve ad ogni modo ricordare che questo non è avvenuto solo in una visione positiva, ma anche negativa. Basti pensare alla situazione internazionale che trovava il paese bloccato tra i due blocchi durante la Guerra Fredda.

La generazione più adulta, la quale ha vissuto con i propri occhi questo cambiamento avvenire, ha saputo cogliere e apprezzare lo sviluppo tecnologico, rendendosi immediatamente conto delle possibilità che esso poteva concedere. Già dai primi anni duemila i suoi cittadini hanno iniziato ad utilizzare questi strumenti per far sentire la propria voce all'interno di questioni politiche. Nei periodi successivi, con la diffusione di questi nuovi mezzi anche all'estero, è nato un impegno autonomo in azioni di pura diplomazia pubblica, volte a conquistare l'opinione popolare straniera attraverso la diffusione della cultura coreana.

In generale è possibile notare come tutte le interviste abbiano sottolineato l'impegno dei cittadini da quando il processo di digitalizzazione ha avuto inizio nella *public diplomacy*. Portando in evidenza, dunque, la correlazione tra questi due fenomeni. Si è evidenziata poi la presenza di iniziative governative e civili per una conoscenza maggiormente approfondita della nazione, che vadano oltre ai semplici aspetti più moderni, ma che riguardino anche gli aspetti più tradizionali e importanti. Questo cambiamento è divenuto una necessità per permettere alle politiche di avere risultati più duraturi nel corso dei decenni a venire, spingendo gli stranieri a sviluppare un interesse persistente, il quale non si perda una volta usciti dalla finzione scenica dell'immaginario pop.

Conclusione

L'obiettivo di questa ricerca era verificare come il processo di digitalizzazione avesse modificato la *public diplomacy*, dall'avvento di Internet infatti le comunicazioni tra soggetti anche molto distanti sono diventate accessibili a tutti ed immediate. Risultava dunque improbabile che questo sviluppo tecnologico non provocasse una mutazione anche in quel genere di politiche, le quali sfruttano dai suoi arbori i media dei rispettivi periodi storici e le comunicazioni dirette e indirette con i cittadini. L'impatto innovativo portato però dai nuovi dispositivi è stata la possibilità di comunicare direttamente e liberamente anche tra soggetti privati, generando quindi un nuovo attore all'interno della vita politica del paese.

Si è cercato perciò di dare al lettore una visione completa della diplomazia pubblica fino a questo momento, così da poterne comprendere a pieno gli schemi e le modalità di utilizzo, ma anche come essa non rimanga immutata nel corso del tempo. Il successivo focus sull'era digitale e quali siano i suoi impatti sullo Stato e le sue manovre di governo, è stato un passaggio essenziale da percorrere per poter giungere alla formulazione dell'ipotesi selezionata, applicata al caso studio della Repubblica di Corea.

Grazie agli elementi riscontrati all'interno dell'analisi proposta è possibile evidenziare come la tesi sia stata verificata e nella *public diplomacy* sia avvenuto un cambiamento significativo con il processo di digitalizzazione. Essa è divenuta un vero e proprio dialogo tra soggetti, in una doppia azione cittadina e governativa, soprattutto in Corea del Sud. L'avvento di Internet l'ha resa inoltre molto più rapida nel raggiungere le persone, che attraverso i social media possono entrare in contatto con le iniziative proposte in ogni istante da qualunque parte del mondo.

La nascita e l'evoluzione continua del Web sono state essenziali per lo sviluppo della nuova diplomazia pubblica basata sul digitale, senza di esse non si sarebbero mai potuti sfruttare i social media per diffondere notizie e politiche in tutto il globo così da attrarre i civili stranieri verso il proprio paese. In circostanze del genere la stessa *digital diplomacy* non avrebbe mai fatto il suo avvento, impedendo la rottura della barriera invisibile tra cittadini e diplomatici. È importante ricordare che proprio per merito di quest'ultima le persone comuni hanno potuto iniziare a partecipare attivamente alle politiche di *public diplomacy* e che altrimenti sarebbe rimasta solamente in mano ai *policy makers* e non avrebbe avuto il cambiamento nell'efficacia descritto nei capitoli precedenti.

All'interno del caso studio abbiamo potuto osservare come l'adesione delle persone comuni sia stata totalmente autonoma, non appena la tecnologia glielo ha concesso, e che l'intervento governativo per incentivarlo sia stato invece successivo e di supporto. Per i coreani l'idea di lavorare per il bene del proprio paese è qualcosa di essenziale; infatti, prima di pensare a loro stessi pensano alla nazione. Inoltre, il fatto che il processo di digitalizzazione sia incominciato in Corea del Sud con così largo anticipo, ha concesso

di testare l'utilità dei nuovi canali di comunicazione internamente nelle elezioni presidenziali del 2002, prima di adoperarli per la prima volta nella politica estera.

Un ruolo altrettanto essenziale è stato giocato poi dalla risposta immediata a questo cambiamento data dal governo, il quale ha saputo sfruttare prontamente il cambio di rotta che si era verificato. Prima di tutto attraverso la creazione del Ministero della Cultura, dello Sport e del Turismo, che avrebbe supportato, insieme al KOCIS, il Ministero degli Affari Esteri nella gestione e creazione di politiche di *public diplomacy*. Sarebbe poi avvenuto un successivo tentativo di coordinamento a livello dipartimentale per evitare lo spreco di preziose risorse. È stata data vita poi ad una serie di scambi bilaterali, che hanno dato il via alla *Korean Wave*, la cui espansione così repentina è stata permessa in gran parte dal nuovo efficiente modo di fare diplomazia pubblica, in particolare dall'impegno dei propri cittadini per promuoverla attraverso i nuovi canali social. Ad esse si sono succedute una serie di nuove proposte e iniziative che hanno continuato a sfruttare questi mezzi di comunicazione, una delle più recenti, che ha unito anche il sostegno dei più giovani, che negli ultimi anni sta diventando sempre più presente, è la nomina da parte del MOFA di 500 cyber-diplomatici che li aiuti a creare contenuti utili per la *digital diplomacy*.

L'avvento di Internet ha garantito, come già citato in precedenza, la possibilità alle manovre in questo campo di raggiungere milioni di persone in pochissimi istanti, creando un contatto diretto persino con gente che vive dall'altro capo del pianeta tramite i social media. Soprattutto i coreani appartenenti alla Generazione Z hanno iniziato a pubblicare contenuti riguardanti la cultura pop, al fine di raggiungere i loro coetanei stranieri. Grazie alle interviste abbiamo potuto osservare come questo abbia avuto l'effetto desiderato, spingendo molti giovani a interessarsi alla Corea e persino a visitarla durante i loro studi. A questo fine il Ministero dell'Istruzione ha creato numerose partnership con università sparse per tutto il globo, permettendo quindi agli studenti di effettuare semestri all'estero e di amplificare persino di più il loro interesse nei confronti del paese.

Allo stesso modo è importante far notare come proprio questo coinvolgimento andato a generarsi possa risultare in molti casi momentaneo, proprio a causa dell'estrema facilità con la quale è possibile entrare in contatto con stimoli differenti. Proprio tramite la testimonianza riportata da Benedetta Rocchi si è potuto vedere come molti ragazzi vadano in Corea del Sud credendo di avere una reale e duratura passione per la cultura e le usanze della nazione, per poi stufarsi prima ancora di rendersene conto.

È possibile dunque affermare che sì, la *public diplomacy* abbia avuto un mutamento considerevole, che l'ha resa molto più efficiente e rapida, attraverso l'aiuto dei cittadini con la loro partecipazione attiva, resa possibile dai nuovi strumenti digitali, però allo stesso tempo necessita di un ulteriore passo in avanti in

grado di rendere il contatto andato a crearsi duraturo e permanente. Questo sarebbe il passaggio decisivo verso una diplomazia pubblica divenuta elemento indispensabile della politica estera degli Stati.

Sono varie le misure che potrebbero essere adoperate in questo senso, sia per quanto riguarda un ulteriore passo avanti nell'ambito tecnologico, quindi con il Metaverso, che da quello più semplice dei contenuti proposti. Nei tempi più recenti proprio in questo senso il governo e i civili si stanno impegnando per generare contenuti ed eventi maggiormente legati alla tradizione, cultura e storia coreana, così da uscire dallo stereotipo esclusivamente pop. Questo consentirebbe una conoscenza più vera della Repubblica di Corea, che permetterebbe a sua volta agli stranieri di sviluppare un interesse più genuino e meno idealistico, generato dall'immaginario popolare della vita degli idol o dai K-drama.

Bibliografia

Ali Fisher, *“Mapping the Great Beyond: Identifying Meaningful Networks in Public Diplomacy”*, CPD Perspectives on Public Diplomacy, Paper 2, aprile 2010.

“An Understanding of the German Note”, Boston Herald, 9 maggio, 1916, 12, citato a p. 2.

“Article 2” e “Article 3”, *Public Diplomacy Act*, 2016.

Arthur G. Altschul, *“Addresses by Truman, Impellitteri and Spaak at Opening of the UN Assembly”*, 24 ottobre, 1946.

Ayhan, *“Special issue on soft power and public diplomacy in East Asia”*, Journal of Contemporary Eastern Asia, 2018, pp. 1–4.

“China’s Charm Offensive”, Los Angeles Times, 23 giugno 2007.

Cho, *“Public diplomacy and South Korea’s strategies”*, The Korean Journal of International Studies, 2012, pp. 275–296.

“Corea del Sud”, Il Foglio, 21 giugno 2010.

Corneliu Bjola and Marcus Holmes, *Digital Diplomacy: Theory and Practice*, Routledge, 2015.

Dag Hammarskjöld, *“The UN and the Major Challenges Which Face the World Community”*, UN Review, 4 giugno 1958, citato in Richard Hoggart, *“An Idea and Its Servants: UNESCO from Within”* (London: Oxford University Press, 1978).

David Bazinet, *“Bush: Victims Thank U.S.”*, New York Daily News, 14 gennaio, 2005.

David McConnell e Watanabe Yasushi, *“Soft Power Superpowers: Cultural and National Assets of Japan and the United States”*, New York: M.E. Sharpe, 2008.

DiploFoundation, *“Digital Diplomacy, E-diplomacy, Cyber diplomacy.”*

Edward R. Murrow Center for Public Diplomacy, c. 1965; citato in Waller 2007, p. 23.

Emilia De Blasio, *E-Democracy*, Milano: Mondadori Education S.p.A., 2019, pp. 5-13.

Eytan Gilboa, *“Searching for a Theory of Public Diplomacy”*, The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, 2008, p. 57.

Farina, *“Japan’s gastrodiploacy as soft power: Global washoku and national food security”*, Journal of Contemporary Eastern Asia, 2018, pp. 131–146.

Fidler, *“Net Politics South Korea’s Difficult Path as a Middle Power in International Cyber Politics”*, Council on Foreign Relations - Net Politics, 4 giugno 2015.

“Forms Outline of Future Peace”, New York Times, 28 dicembre, 1917. Questa stessa citazione è stata la prima a essere utilizzata nel Washington Post. (*“Berlin Socialist Organ Calls Program Too Vague”*, Washington Post, 28 dicembre, 1917).

Gilbert Rozman e Shin-wha Lee, *“Unravelling the Japan South Korea Virtual Alliance”*, Asian Survey, XLVI, no. 5, settembre/ottobre 2006.

J. Roscoe Drummond, *"The Press and Public Diplomacy"*, Christian Science Monitor, 18 settembre, 1928.

James Pamment, *"Strategic Narratives in US Public Diplomacy: A Critical Geopolitics"*, 11 febbraio, 2014, pp. 48-64.

Jang & Paik, *"Korean Waves as tool for Korea's new cultural diplomacy"*, Advances in Applied Sociology, 2012, pp. 196–202.

Joseph S. Nye, *"The Powers to Lead"*, Oxford and New York: Oxford University Press, 2008, pp. ix–xiii.

Jung & Yoon, *"The meaning of Japan's public diplomacy on South Korea: Focus on the Japan foundation and the Japan international cooperation agency"*, Study of International Issues, 2009, pp. 137–182.

Keller e Samuels, *Crisis and Innovation in Asian Technology*, New York: Cambridge University Press, 2003

Kristin M. Lord, *"Engaging the Private Sector for the Public Good: The Power of Network Diplomacy,"* Policy Brief, Centro per la Nuova Sicurezza Americana, gennaio 2010.

Leader, *"Diplomacy, Public and Private"*, Times (Londra), 14 marzo, 1946.

Mary Joyce, *"The Citizen Journalism Web site "OhmyNews" and the 2002 South Korean Presidential Election"*, The Berkman center for internet & society at Harvard law school, 2007.

McGray, *"Japan's gross national cool"*, Foreign Policy, 2009, p. 130.

Michal, *"Japan brand strategy: The taming of 'Cool Japan' and the challenges of cultural planning in a postmodern age"*, Social Science Japan Journal, 2009, pp. 247–266.

Nakamura, *"Japan's new public diplomacy: Coolness in foreign policy objectives"*, Media and Society, 2013, pp. 1–23.

Nancy Snow, Nicholas J. Cull, *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, Routledge, 2020, p. 10.

Ok, *"New Media Practices in Korea"*, International Journal of Communication, 5, 2011, p. 29.

Oxford Languages

Park e Shin, *"Social Capital and Democratic Citizenship: The Case of South Korea"*, Japanese Journal of Political Science, 2005, pp. 63–85.

"President's Address to Congress a Reply to Hertling's and Czernin's Peace Terms", Washington Post, 12 febbraio, 1918.

"Public Diplomacy", Ministry of Foreign Affairs, Republic of Korea

Stephen Marks, *"China in Africa: The New Imperialism?"*, 2 marzo 2006.

Subhadip Chakrabarti, *"An analysis of advertising wars"*, The Manchester school, 2011, Vol.79, pp.100-124.

Sunhyuk Kim, *Politics of Democratization in Korea*, Pittsburgh, PA: University of Pittsburgh Press, 2014.

"The American President with a Laudable Desire", London Times, 15 gennaio, 1856.

Tsuneo Akaha, *"Soft Power in Japan's Security Policy: Implications for Alliance with the US"*, Pacific Focus, primavera 2005, pp. 59-91.

Walker & Ludwig, *“Sharp Power: Rising Authoritarian Influence”*, Washington D.C.: National Endowment for Democracy, 2017.

Walter Lippmann, *“Today and Tomorrow: Talking About Talking”*, Washington Post, 19 novembre, 1953.

William A. Rugh, *“The Arab Press: News Media and Political Process in the Arab World”* (Contemporary Issues in the Middle East), 1979.

William Jefferson Clinton, *“Presidential Decision Directive PDD 68”*, 30 aprile, 1999.

YuGee, *“Thailand Invites South Korea to Invest on Digital Technology”*, Korea Portal, 2016.

Zheng, *“Beijing blasts Western critics who ‘smear China’ with the term sharp power”*, South China Morning Post, 2 marzo, 2018.

Abstract - The advent of the digitization process in South Korea, a new era for public diplomacy

Throughout history, the policies of states have evolved continuously, having to adapt to changes in the society in which they were used and especially to technological innovations. The latter has granted a greater availability of tools aimed at facilitating and making state maneuvers more effective, especially those concerning their foreign policy.

In this investigation, we will analyze how public diplomacy, that series of policies aimed at positively influencing foreign public opinion towards a given nation, has changed following the digitization process that began in the 1990s and is still progressing today. This is applied to a specific case study, namely that of South Korea. In particular, an attempt will be made to answer the research question: "How has the digitization process changed public diplomacy?"

The first aim is geared towards introducing public diplomacy from its inception to the present day, so as to be able to grant the reader an in-depth view of the first of the two variables, the dependent one, thus allowing him or her a complete understanding of the subject matter. It is possible to divide it into several periods that mark its various phases. There are mainly four of them: the one from 1856, which covers the second half of the 19th century up to the early 20th century, the one from 1914 to the first post-war period, the one from the second post-war period to the 1980s, and finally the one that covers the 1990s up to the present day.

It is 1856 when public diplomacy first appears in a printed work. This essential passage occurs in the London Times, however, it should be emphasized that it is a negative one. In fact, it is intended to criticize the attitude of the then-American president Franklin Pierce (1804-1868) in his policies. In this sense, the term is understood as a synonym for 'civility', thus in a very different way to what would have been its official definition. The New York Times picked up on this concept a few years later in 1871, while reporting on a congressional debate, specifically a speech by Congressman Samuel S. Cox (1824-1889). The expression is again linked to the words foreign policy. France, however, was more advanced in this field and already in those years began to exploit cultural policies that seemed to employ a primitive form of public diplomacy.

From the Great War to the advent of the Second World War, public diplomacy changes its understanding. It is now the expression 'Open Diplomacy' that is used to describe it, which is, however, a different understanding from its original meaning. In 1916, the New York Times publishes the term on the cover of the Sussex Pledge, in connection with the German government's declarations to limit submarine warfare, and then picks it up again a year later citing the Brest-Litovsk negotiations. The most important step,

however, came in 1918, when it entered presidential parlance thanks to a speech by President Wilson (1856-1924).

In the post-World War II period, public diplomacy makes a comeback through a reappraisal of Wilson's policies. Under these circumstances, it is seen as a way to export democracy with the use of the media of the time, particularly radio. The Belgian Foreign Minister Paul-Henri Spaak (1899-1972) expresses enthusiasm for what has been called an era of public diplomacy, which is, however, viewed contrastingly by scholars who are divided into those in favor and those against, who perceive it as another form of propaganda. It was precisely under these circumstances that Edmund Gullion (1913-1998) coined his academic definition in 1965, causing the old term Open diplomacy to fall into disuse. The establishment of this new concept was made possible by the Carter and Regan presidencies and the work of the US Information Agency (USIA), which made it an active part of its policies.

Finally, from the 1990s to the present day, we have a period of maximum expansion of public diplomacy, as its concept and use, also due to the weakening of American hard power after the attacks of 11 September, the wars in Afghanistan and Iraq and the global financial crisis of 2008, and the need to find new policies to replace it, fully met the criteria that the new instrument of international policies had to have. This allowed this type of policy to start being used even by nations that had never even heard of it until a few years before, discovering the many ways in which it could be adapted to the activities of a non-hegemonic country. It should also be emphasized that digital development has made it possible to exploit new tools capable of connecting the world at the click of a button, something considered impossible just a few years before.

If in previous decades the study of public diplomacy was simply relative to a US perspective, this is no longer the case. Scholars have realized that the definitions and terms coined are not suitable to describe the other powers in the global sphere. At present, other states are taking on a new role as protagonists, particularly those in East Asia. China exploits it from an economic perspective and for diplomatic partnerships, while Japan first proved itself as a possible reliable and democratic partner after the end of World War II and then by riding the so-called 'Cool Japan' phenomenon, which uses Japanese pop art.

The emergence and continued evolution of the Web were essential to the development of the new digital-based public diplomacy, without which social media could never have been exploited to spread news and policies across the globe to attract foreign civilians to one's own country. Under such circumstances, digital diplomacy itself would never have come into being, preventing the invisible barrier between citizens and diplomats from being broken. It is important to remember that it was precisely because of the latter that ordinary people were able to begin actively participating in public diplomacy policies and that otherwise it

would have remained solely in the hands of policymakers and would not have had the change in effectiveness described in this research. In the United States in particular, it was Hillary Clinton who theorized the hypothesis that this shift was essential, especially in a new world where voices are many and every social group hears and has opportunities to have its opinion heard, even on governmental issues. Naturally, this idea received many mixed opinions from scholars, both because they were against such a new direct and sometimes unfiltered relationship, and also because they were concerned about this new digital democracy.

The Republic of Korea being a medium power needs to use soft power, as it has limited hard power capabilities. Public diplomacy, being a branch of the former mentioned above, is the most useful option for the nation's three main purposes: to make itself autonomous from other states, to assume a more central role within the international sphere, and above all to stay in step with other countries that are increasingly making greater use of it. It is regulated and defined by the Public Diplomacy Act of 2016 in every aspect, particularly through Article 2, which gives its official definition, and 3, which sets out its principles. It also sees multiple stages in Korean history itself, concerning the requirements of the period. Between 1948 and 1980, it was security-focused and linked to the United States of America and Japan, being in the midst of the Cold War, with the ultimate aim of capturing aid for development and investment. In the decade between the 1980s and 1990s, it was based on economics and trade in order to take advantage of the new globalized world, born out of the collapse of the Soviet Union and the beginning of American unilateralism. Until around 2010, it was entirely managed by governmental structures, but after digital development and the breaking down of barriers between citizens and diplomats, the former also became participating actors in these policies.

For Koreans, commitment to their nation is something essential, inherent in their very nature, they do not need anyone to ask them to take action, as soon as they had the opportunity and the tools they did so. The digitization process was very important in this sense, without it, active citizen participation would have been difficult, if not impossible. The government has only intervened later with policies to facilitate this, for instance through the creation of the Ministry of Culture, Sports and Tourism, whose purpose is to manage the new changes, in support, together with KOCIS, of the Ministry of Foreign Affairs, and to create greater coordination that would have avoided a waste of resources. In the Republic of Korea, the advent of media platforms occurred considerably earlier than in most other nations. This allowed them to first experiment with them in domestic state politics, even learning how to manage them, and then take them into the international sphere, where they arrived better prepared than most other powers. Naturally, this allowed them to make the best use of them for the country's interests, applying them in particular to public diplomacy, which easily adapted to the new media.

Although various approaches have been generated during this process, Network Diplomacy, the 'Processing Model Based on Competitive Advantage', 'Knowledge Diplomacy', the 'Geographic-thematic Grid', the 'Modular Approach' and Digital Diplomacy, the analysis we have chosen to implement only considers the latter. It concerns the possibility of access, via the net and social media, to a large amount of information and encapsulates and expands on all the main themes of the other studies.

Thanks to the interviews, two main aspects emerged, which are closely interconnected, interest is certainly created, especially among young people, but it is something superficial and precisely for this reason not capable of lasting. Many in Generation Z are influenced by these new Korean public diplomacy policies, through the ease with which they can come into contact with them through social media, and this makes them from a certain point of view very effective, at least in the immediate term. Ironically, this also represents its strongest weakness, once the repeated stimulus has passed, many young people quickly lose interest. The question that becomes central then in this discourse is whether these new policies are really effective? As we have seen, they are in the immediate term, but not in the long run. A further step may therefore be needed to make them truly useful, otherwise, there is a risk of never being able to bring lasting benefits to the country from public diplomacy.

The first result triggered by these maneuvers was the Korean Wave, which allowed Korean popularity to grow exponentially in other countries. However, thanks to its dissemination through social channels, the main means of the new public diplomacy, there are several other maneuvers that the government is implementing to continue this phenomenon. First of all, the appointment of 500 students as cyber-diplomats should be mentioned, in order to exploit even more the intervention and growing participation of young people. Mention can also be made of Korean Week, the Quiz on Korea, ROK-China Public Diplomacy, and the creation of an official profile for MOFA on social media, called KOREAZ. Each of these initiatives is aimed at exporting Korea to the rest of the globe. They are also starting to experiment with a new tool, the Metaverse, which, if perfected in time, could ensure Korea is once again ahead of other nations and this would allow it to be more effective. In this mixed citizen and political action, attempts are being made to ride this wave to the best of one's ability, so as to attract more and more foreigners to Korean culture, in the hope also of forging lasting friendships between nations.

While this great effort on the part of Koreans is present, it may not bring lasting results among foreigners. As mentioned earlier, young people can lose interest easily. An example that illustrates this very situation is the case that took place at Yonsei University. Of the 78 students from other countries who came to Korea, only 14 were able to develop an interest capable of persisting over time and not one ready to break down at the first difficulty. By emphasizing this aspect, the interviewee wanted to hint at a central point: public diplomacy policies carried out through the use of networks are effective in the short term, but may not be

so effective over time. We should therefore ask ourselves whether it might not be possible to create measures that bring people's knowledge beyond Korean pop culture, perhaps related to its traditions, so that the effect might be more lasting.

Nor should we forget the fundamental role of foreign influences on South Korea, which has brought the rest of the world closer to a state in extreme Asia. In any case, it is worth remembering that this did not only happen in a positive but also in a negative sense. Just think of the international situation that found the country stuck between the two blocs during the Cold War.

The older generation, which experienced this future change with its own eyes, was able to grasp and appreciate the technological development, immediately realizing the possibilities it could grant. As early as the early 2000s, its citizens began to use these tools to make their voices heard on political issues. In later periods, with the spread of these new means abroad as well, an autonomous engagement in pure public diplomacy actions emerged, aimed at winning over foreign popular opinion through the dissemination of Korean culture.

In general, it can be seen that all the interviews emphasized the engagement of citizens since the digitization process began in public diplomacy. Thus, bringing out the correlation between these two phenomena. The presence of governmental and civic initiatives for a more in-depth knowledge of the nation, going beyond the more modern aspects, was also highlighted. As emphasized in the second colloquium, this change has become a necessity in order for policies to have more lasting results in the decades to come, prompting foreigners to develop a persistent interest that is not lost once they leave the stage fiction of pop imagery.

This survey has thus shown that a significant change has taken place in public diplomacy with the digitization process. It has become a real dialogue between actors, in a dual citizen and governmental action, especially in South Korea. The advent of the Internet has also made it much faster in reaching people, who through social media can get in touch with the initiatives proposed at any time from anywhere in the world. It can be said, however, that yes, it has undergone a considerable change, which has made it much more efficient, through the help of citizens with active participation, but at the same time, it needs a further step forward to make the contact that has been created lasting and permanent. This would be the decisive step towards public diplomacy becoming an indispensable element of states' foreign policy.