

Note d'information à l'intention du Comité permanent des affaires étrangères et du commerce international

**Présentée par le centre culturel coréen au Canada
(Ambassade de la République de Corée)**

Octobre 2018

LES FONDEMENTS DE LA DIPLOMATIE PUBLIQUE ET CULTURELLE DE LA CORÉE

Table des matières

- 1. La *Public Diplomacy Act* de la Corée (n° 13951, 3 février 2016)**
- 2. Les principaux organismes gouvernementaux qui contribuent à la diplomatie culturelle et publique à l'étranger**
- 3. Les centres culturels coréens, avant-postes de la promotion de la Corée**

1. La Public Diplomacy Act de la Corée (n° 13951)

À la fin de novembre 2015, le comité coréen des affaires étrangères et de l'unification de l'Assemblée nationale de la Corée a adopté la *Public Diplomacy Act*, qui a été appliquée par décret présidentiel (n° 27438) en vue de créer le canevas d'une diplomatie publique coordonnée et systémique dans l'ensemble du gouvernement et du pays.

Depuis, le gouvernement de la République de Corée, sous la direction de son ministère des affaires étrangères, a contribué activement à diverses initiatives de diplomatie publique et culturelle ciblant à la fois les citoyens du pays et ceux à l'étranger.

Voici certaines de ces initiatives :

- Les concours publics sur la Corée, dans le cadre desquels des concurrents étrangers se font concurrence à propos de leurs connaissances sur le pays et font valoir leurs talents, notamment, en cuisine, en danse et en chansons coréennes;
- Des stands de ressources (Korea Corner), ont été installés dans des universités ou des hôtels de ville à l'étranger dans le but de fournir des renseignements exhaustifs, exacts et approfondis sur la Corée;
- Le ministère coréen des Affaires étrangères a réussi à faire insérer, dans des manuels rédigés à l'étranger, l'histoire fructueuse du développement de la Corée. Il a également tenté de rectifier l'image erronée qu'on projette du pays dans les médias et dans les manuels étrangers;
- Les citoyens coréens ont été invités à prendre part à la diplomatie publique et aux campagnes de promotion sur la Corée à l'étranger par le truchement de programmes participatifs comme le *Youth/Senior Public diplomatic Corps* (Corps de diplomatie publique composé de jeunes et d'ânés), *Every Citizen is a Foreign Service Officer* (Chaque citoyen est un agent du service extérieur), *Dream Project* (Initiative Rêvez) et *Public diplomacy interns at foreign missions* (programme de stage en diplomatie publique dans les missions à l'étranger);
- En vue de communiquer ses pratiques et l'expérience acquise en matière de diplomatie publique avec les autres pays, et de créer des mécanismes de collaboration, le ministère coréen des Affaires étrangères a tenu des forums sur la diplomatie publique avec les grands pays :
 - o Par exemple, le *Korea-China Public Diplomacy Forum* (forum sur la diplomatie entre la Corée et la Chine) a lieu annuellement depuis 2013, si bien qu'il est devenu une tribune de premier plan pour discuter de solutions en vue de resserrer la coopération en matière de diplomatie publique. Dernièrement, le ministère coréen des Affaires étrangères se penchait sur le lancement de forums sur la diplomatie publique avec les États-Unis et le Japon;
- Les missions coréennes à l'étranger de la Corée reçoivent fréquemment des fonds du gouvernement de la République de Corée en vue d'organiser des événements culturels visant à commémorer les jalons et les événements diplomatiques importants du pays.

2. Les principaux organismes gouvernementaux qui contribuent à la diplomatie culturelle et publique à l'étranger

Le ministère coréen des Affaires étrangères

La portée de la politique étrangère actuelle s'étend au-delà des rapports entre les acteurs gouvernementaux, la société civile et les organismes non gouvernementaux. Il est de plus en plus important de ne plus recourir uniquement à la puissance concrète, comme les enjeux politiques, les questions de sécurité et les affaires économiques, mais aussi aux atouts de la puissance discrète, comme la culture, les valeurs communes et l'image nationale.

Afin de s'adapter au climat diplomatique actuel, le ministère coréen des Affaires étrangères est sorti de la sphère de la diplomatie dirigée par le gouvernement en axant davantage ses efforts sur la diplomatie publique, qui consiste, notamment, à joindre le public étranger au moyen des arts, de l'échange de connaissances, des médias, de la langue, et du soutien. Le ministère a travaillé fort pour faire de la diplomatie publique le troisième pilier de sa politique étrangère, aux côtés des questions politiques et des affaires économiques, grâce à l'appui de la *Public Diplomatic Act*.

La Korea Foundation

La Korea Foundation a été fondée le 14 décembre 1991 en vertu de la *Korea Foundation Act* (n° 4414), et elle est sous la direction du ministère coréen des affaires étrangères. Elle a pour mission de favoriser une meilleure compréhension de la place qu'occupe la Corée dans la communauté internationale, ainsi que d'accentuer l'amitié et la bonne volonté qui règnent entre la Corée et les autres pays du monde par un éventail de programmes d'échanges et de financement.

Parmi les programmes de la Korea Foundation qui sont axés sur la diplomatie publique, on compte, notamment, la promotion des études coréennes à l'étranger par le truchement de certains programmes tels que les suivants : la création de chaires de recherche en études coréennes dans les établissements universitaires à l'étranger; les projets de réseautage mondial au moyen de programmes permettant d'inviter les responsables de politiques étrangères à se rendre en Corée; et les mesures d'appui à la publication de ressources portant sur la Corée.

De la promotion à l'égard de ces programmes a lieu auprès des missions à l'étranger, de manière à ce que celles-ci puissent s'inscrire au nom des établissements locaux, des organismes, et des personnes intéressés par un approfondissement de leurs connaissances sur la Corée.

Le ministère coréen de la Culture, des Sports et du Tourisme

Guidé par la philosophie visant à favoriser une culture axée sur l'humain et à façonner un pays riche du point de vue culturel, et où règnent la liberté et l'originalité, le ministère coréen de la Culture, des Sports et du Tourisme élabore, gère et tient à jour les politiques gouvernementales tout en veillant à ce que les programmes et services culturels essentiels soient à la portée des citoyens.

Les trois piliers des politiques du ministère sont les suivants :

- Une culture équilibrée et juste :
 - o La garantie d'un accès égal aux débouchés et à la concurrence pour tous;

- Le renforcement des principes fondamentaux de la culture;
- L'atteinte de l'équilibre dans les régions.

- Une culture capable d'améliorer la vie des gens :
 - L'intégration de la culture dans le quotidien;
 - L'expansion de plaques tournantes culturelles;
 - L'appui à des expériences culturelles de base.

- Une culture qui insuffle le changement et la croissance :
 - L'établissement des bases de l'écologie industrielle;
 - La création de nouveaux services;

- L'élargissement de la portée du marché mondial;
- L'amélioration de la gestion culturelle.

Le Service coréen de la culture et de l'information

Le Service coréen de la culture et de l'information, organisme gouvernemental relevant du ministère coréen de la Culture, des Sports et du Tourisme, doit remplir la mission suivante : promouvoir les valeurs et la culture coréennes dans le monde et contribuer au rayonnement de l'image nationale du pays.

Le Service travaille à jeter les bases d'une coopération avec les organismes étrangers en vue de la réalisation soutenue d'échanges culturels avec des pays de partout dans le monde. Par exemple, le Service participe aux événements d'échanges culturels qui ont fréquemment lieu à l'étranger, dont le *Korea-Japan Festival* (festival Corée-Japon) à Tokyo, *Festive Korea* (Corée en fête) à Hong Kong, et les festivals d'Édimbourg, dans le but de présenter des œuvres issues des arts du spectacle traditionnels et modernes de la Corée. De plus, le Service a organisé un large éventail de programmes annuels d'échanges culturels pour *Korea/U.K. Creative Futures 2017-2018* en facilitant les communications entre les artistes des deux pays.

Le Service coréen de la culture et de l'information est l'organisme responsable du financement et de l'exploitation des 32 centres culturels coréens situés partout dans le monde. Il est également chargé de la communication et des contenus à l'échelle mondiale, et des relations avec les médias étrangers.

Le Service a quatre grandes missions :

- La planification et les activités :
 - Formuler les plans de base visant à faire la promotion de la culture coréenne à l'étranger;
 - Établir des réseaux de gouvernements et d'organismes non gouvernementaux qui favorisent la collaboration dans le cadre des campagnes de promotion de la culture coréenne à l'étranger;
 - Exécuter les tâches administratives liées aux questions générales, se préparer en prévision de la vérification et de l'inspection de l'Assemblée nationale de la Corée, dresser le budget et régler les comptes.
- La promotion de la culture dans le monde :
 - Organiser et appuyer les événements qui font la promotion de la culture coréenne en vue de rehausser l'image nationale de la Corée;
 - Formuler et mettre en œuvre les programmes qui facilitent la compréhension de la culture coréenne par les organismes internationaux établis en Corée et par les ressortissants étrangers qui y habitent;
 - Soutenir les centres culturels coréens partout dans le monde, de même que les agents de la culture et de l'information qui sont en poste à l'étranger.
- La communication et les contenus mondiaux :

- Produire et distribuer les publications promotionnelles sur la Corée qui seront utilisées à l'étranger;
- Produire et distribuer des vidéos ayant pour but de faire la promotion de la Corée à l'étranger, et réaliser des projets concertés avec les diffuseurs étrangers;
- Exploiter www.korea.net, portail Web officiel et multilingue du gouvernement coréen, et d'autres plates-formes de réseautage social.

- Les relations avec les médias étrangers :
 - o Analyser et évaluer le ton des articles de presse que les médias étrangers publient au sujet de la Corée, et intervenir s'il y a des rapports erronés et faux sur la Corée;
 - o Aider les journalistes étrangers à faire leurs reportages sur la Corée, et apporter du soutien pour promouvoir les conférences au sommet;
 - o Traduire les documents coréens en anglais pour permettre aux médias étrangers de les utiliser, et produire et distribuer des documents promotionnels sur les occasions spéciales.

3. Les centres culturels coréens, avants-postes de la promotion de la Corée

Le centre culturel coréen situé au Canada a été fondé en septembre 2016 dans le cadre du mandat du Service coréen de la culture et de l'information. L'ambassade de la République de Corée au Canada dirige le centre à l'échelle locale. Le centre culturel coréen a pour but d'améliorer les relations entre la Corée et le Canada en favorisant une compréhension mutuelle des Coréens et des Canadiens. Pour ce faire, on communique la culture coréenne et on facilite la collaboration bilatérale dans le monde artistique et entre les établissements culturels.

Le centre aspire également à établir un rapport avec les Canadiens en animant et en soutenant un éventail d'activités culturelles, y compris les expositions, les spectacles, les visionnements de films, les festivals, les cours sur la culture, les cours de langue, et les programmes de mobilisation.

À cette fin, le centre culturel coréen s'efforcera de collaborer avec une gamme d'établissements et de communautés artistiques et culturelles partout au Canada pour donner aux Canadiens des occasions de vivre de manière mémorable la culture coréenne.

Voici certains des partenaires canadiens avec lesquels nous avons collaboré :

- La ville d'Ottawa : présentation de la culture coréenne lors des festivités de l'édition 2017 *d'Ottawa accueille le monde*;
- Carleton University : campagne de promotion sur la culture coréenne et sur la langue du pays;
- L'Institut canadien de conservation : échange de pièces patrimoniales conservées avec les musées coréens;
- Taekwondo Canada : campagne de promotion sur le taekwondo partout au Canada;
- CTV Ottawa : diffusion d'une émission spéciale sur la culture coréenne et sur le tourisme en Corée.

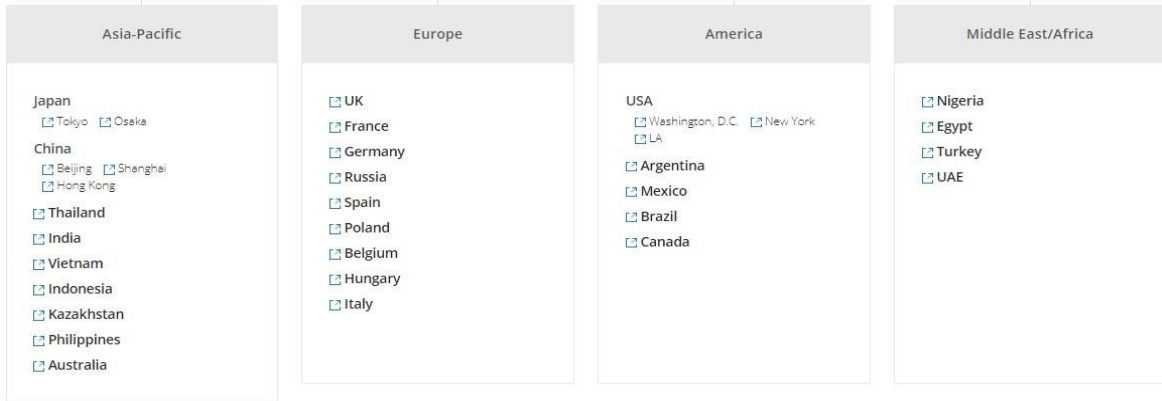
Il y a 32 centres culturels coréens partout dans le monde, de même que 9 agents de la culture et de l'information en poste dans les missions coréennes à l'étranger, qui jouent un rôle vital en tant qu'avants-postes de la promotion de la culture coréenne aux quatre coins du monde. Disposant des budgets annuels que le Service coréen de la culture et de l'information leur affecte (de même que de tout autre financement supplémentaire qui leur est offert par divers organismes établis en Corée et mandatés pour faire la promotion de la culture coréenne à l'étranger), les centres présentent une gamme de programmes aux résidents locaux pour leur permettre d'avoir une expérience concrète

de la culture coréenne.

Ces programmes publics comportent des événements et des programmes liés, sans toutefois s'y limiter, à la K-pop, à la nourriture coréenne, à la langue coréenne, au taekwondo, aux arts, aux métiers, aux expositions, au visionnement de films et de drames coréens, et à la mise en scène de spectacles culturels coréens. Toutes ces activités se regroupent en vue d'enrichir les connaissances sur la culture coréenne et de susciter davantage l'intérêt à l'égard de la Corée, réalisant, de ce fait, les objectifs de la diplomatie culturelle et publique.

Korean Cultural Centers

27 Countries 32 Centers



Culture and Information Officers

8 Countries 9 Officers



Korean Cultural Centers	Centres culturels coréens
27 Countries 32 Centers	27 pays, 32 centres
Asia-Pacific	Asie-Pacifique
America	Amériques
Japan	Japon
Tokyo	Tokyo
Osaka	Osaka
China	Chine
Beijing	Beijing
Shanghai	Shanghai
Hong Kong	Hong Kong
Thailand	Thaïlande
India	Inde
Vietnam	Vietnam
Indonesia	Indonésie
Kazakhstan	Kazakhstan
Philippines	Philippines
Australia	Australie
Europe	Europe
UK	Royaume-Uni
France	France
Germany	Allemagne
Russia	Russie
Spain	Espagne
Poland	Pologne
Belgium	Belgique
Hungary	Hongrie
Italy	Italie
America	Amériques
USA	États-Unis
Washington, D.C.	Washington
LA	Los Angeles
Argentina	Argentine
Mexico	Mexique
Brazil	Brésil
Canada	Canada
New York	New York
Middle East/Africa	Moyen-Orient/Afrique
Nigeria	Nigéria
Egypt	Égypte
Turkey	Turquie
UAE	Émirats arabes unis
Culture and Information Officers	Agents de la culture et de l'information
8 Countries 9 Officers	8 pays, 9 agents
Asia-Pacific	Asie-Pacifique

Japan (Tokyo)	Japon (Tokyo)
China (Beijing)	Chine (Beijing)
Singapore	Singapour
Europe	Europe
UK	Royaume-Uni
Sweden	Suède
America	Amériques
USA (Washington, D.C., New York, LA)	États-Unis (Washington, New York, Los Angeles)
Middle East/Africa	Moyen-Orient/Afrique
South Africa	Afrique du Sud
Iran	Iran