

مقاله‌ی پژوهشی، ترجمه و تلخیص فارسی

نوآوری از رهگذر محدودیت

پیامدهای ناخواسته‌ی حکمرانی بازی‌های ویدئویی در کره‌ی جنوبی

نویسندگان

هنگ‌ران یانگ — شینگ‌ژائو دوان

دانشگاه کیونگ‌گی، سوون، جمهوری کره

منتشر شده در

نشریه‌ی تحلیل نظام‌ها و سیاست‌های اجتماعی

ترجمه و تنظیم

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال — دایرک



مشخصات مقاله

Innovation by Constraint: The Unintended Effects of Korean Videogame Governance

عنوان اصلی

هنگران یانگ — هنرهای زیبای جهانی

نویسندگان

شینگژائو دوان — کسب‌وکار جهانی

دانشگاه کیونگ‌گی، سوون، جمهوری کره

وابستگی

تحلیل نظام‌ها و سیاست‌های اجتماعی — دوره‌ی ۳، شماره‌ی ۲، صص ۱۰۸-۱۰۰

نشریه

دریافت ۲۸ سپتامبر ۲۰۲۵، پذیرش ۲۱ دسامبر ۲۰۲۵، انتشار ۱۳ مه ۲۰۲۶

گاه‌شمار

دسترسی آزاد، بدون حمایت مالی، بدون تعارض منافع

مجوز

مرکز تحقیقات بازی‌های دیجیتال — دایرک

ترجمه و تنظیم

DOI 10.62762/JSSPA.2025.735971

شناسه

واژگان کلیدی

صنعت بازی کره‌ی جنوبی، سیاست صنعتی، تنظیم‌گری بازی، قانون خاموشی، نوآوری، بازی موبایل

حرف اصلی مقاله در یک جمله چیست؟

دولت همزمان دو دسته‌ی سیاست ناهم‌سو را به کار بست. شتاب‌بخش و بازدارنده

صنعت از دل همین کشمکش راهی پیمود که هیچ‌یک از این دو سیاست به‌تنهایی نمی‌ساخت.

مقاله نام این وضعیت را «نوآوری از رهگذر محدودیت» می‌گذارد.

یعنی محدودیت، صنعت را کند نکرد؛ آن را به سه سمت تازه راند: کوچ به تلفن همراه، رفتن به بازار جهانی، و فشردن حداکثری فروش درون‌بازی. امروز هر سه، مزیت رقابتی صنعت بازی کره‌اند — و هیچ‌کدام در هیچ سند سیاستی هدف‌گذاری نشده بود.

این ادعا در سه پرده باز می‌شود.

ماجرای سه پرده

● پرده‌ی سوم — ۲۰۱۱ تا امروز

جهش

بنگاه‌ها از سه راه گریختند: تلفن همراه، بازار جهانی، و درآمد درون‌بازی. هر سه امروز مزیت رقابتی‌اند، و هیچ‌کدام هدف سیاست‌گذار نبود.

● پرده‌ی دوم — ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۴

مهار

صنعت که بالید، نگرانی عمومی هم بالید. نتیجه، یکی از سخت‌گیرانه‌ترین مجموعه‌های مقرراتی بازی در جهان بود — از قانون خاموشی تا افشای اجباری احتمالات.

● پرده‌ی یکم — ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۶

ساختن

بحران مالی اقتصاد قدیم را از کار انداخت. دولت اینترنت پرسرعت کشید، کافی‌نت‌ها فرهنگ بازی ساختند، و قانون ۲۰۰۶ بازی را رسماً صنعت فرهنگی خواند.

هر پرده علت پرده‌ی بعد است. زنجیره‌ی کامل — نه حلقه — را در پایان ارائه کنار هم می‌گذاریم.

ولی پیش از پرده‌ی یکم: چرا دو روایت متضاد از این ماجرا وجود دارد؟

دو برداشت از تجربه‌ی کره

● برداشت اول، نگاه رایج

همکاری دولت و شرکت‌ها

در روایت رایج، کره نمونه‌ی درسی جهش یک کشور دیرآمده است: دولت منابع را متمرکز ساخت، افق دو دهه‌ی آینده را ترسیم کرد، و بنگاه‌ها راه نوآوری در پیش گرفتند. حاصل این هم‌افزایی، بنگاه‌هایی چون NCSOFT، NEXON و Netmarble بود.

بازی‌های کره‌ای — به‌ویژه بازی‌های آنلاین گروهی بزرگ و عناوین ورزش الکترونیک — الگوی این سبک‌ها را در جهان تعریف کردند و به ستونی از موج فرهنگی کره بدل شدند.

● برداشت دوم، نگاه دقیق‌تر

تصویری پر از تناقض

نگاه دقیق‌تر تصویری دیگر به دست می‌دهد. دولت در این میان همچون موتور دوچهره عمل کرده است و دو دسته سیاست ناهم‌سو را هم‌زمان اجرا کرده: از سویی زیرساخت ارتباطی برپا کرد، وام و معافیت مالیاتی داد و نهاد پشتیبان تأسیس کرد؛ از سوی دیگر یکی از سخت‌گیرانه‌ترین مجموعه‌های مقرراتی جهان را وضع نمود.

نگرانی عمومی از اعتیاد به بازی به قواعدی انجامید که سرمایه‌گذاری بلندمدت در بازار داخلی را پرمخاطره می‌ساخت. دولت بدین‌ترتیب هم‌زمان دو نقش بر عهده گرفت: حامی صنعت و مهارکننده‌ی آن.

حرف تازه‌ی این مقاله

پرسش پژوهش

هنگامی که سیاست‌های تشویقی و محدودکننده هم‌زمان بر یک صنعت اعمال شوند، مسیر تکاملی آن چه تغییری می‌کند؟

روش پژوهش

مقاله سه دسته شواهد را کنار هم می‌نشانند: نقاط عطف قانون‌گذاری، داده‌های بازار، و راهبردهای بنگاه‌های پیشرو.

پژوهش‌های رایج سیاست صنعتی معمولاً یکی از دو راه را می‌روند: یا سود حمایت دولتی را می‌سنجند، یا زیان تنظیم‌گری را — یعنی تنظیم و نظارت دولت بر بازار. در هر دو حالت، هر نیرو جدا از دیگری سنجیده می‌شود.

آنچه کمتر پرسیده شده این است: وقتی این دو نیرو هم‌زمان بر یک صنعت نوپا وارد شوند چه رخ می‌دهد؟ ادعای مقاله این است که همین کشمکش، خود به سازوکاری بدل شده که مسیر رشد صنعت را تعیین کرده است.

بحران ۱۹۹۷، نقطه‌ی شروع

بحران مالی آسیا در ۱۹۹۷ شکنندگی اقتصاد سنتی کره را عریان کرد؛ اقتصادی متکی بر صنایع سنگین و بر شرکت‌های غول‌پیکر خانوادگی، یعنی چائبول‌ها. بحران، دولت و جامعه را با فوریتی بی‌سابقه به جست‌وجوی موتور تازه‌ی رشد واداشت.

در همین بزنگاه، رئیس‌جمهور وقت کیم دائه-جونگ هدف ساختن «قدرت اطلاعاتی» را پیش نهاد و فناوری اطلاعات را شایستگی محوری کره برای قرن بیست‌ویکم تعریف کرد. صنعت بازی از دل همین بازتعریف اولویت‌های ملی سر برآورد.

خیزش صنعت بازی کره در خلا رخ نداد؛ ریشه‌ی آن در دگرگونی اجتماعی و اقتصادی برآمده از بحران است.

سه پایه‌ی اصلی

- **زیرساخت پهن‌بند**

از بالا به پایین

- **فرهنگ پی‌سی بانگ**

از پایین به بالا

- **قانون ۲۰۰۶**

تثبیت مشروعیت حقوقی

اینترنت پرسرعت، پیش‌نیاز همه‌چیز

دولت طرح ملی اینترنت را با بودجه و اراده‌ای کم‌سابقه آغاز کرد. اما آنچه کارساز افتاد خود بودجه نبود، بلکه انگیزه‌ای بود که پدید آورد: ترکیب سیاست‌گذاری و یارانه، رقابتی سرسخت میان شرکت‌های مخابراتی برانگیخت، و همین رقابت بود که اینترنت پرسرعت ارزان را به بیشتر خانه‌ها و بنگاه‌ها رساند.

تا اوایل دهه‌ی ۲۰۰۰ کره به یکی از پیشروترین کشورهای جهان در دسترسی به اینترنت پرسرعت بدل شد. شبکه‌ی ارزان، پایدار و همه‌جا در دسترس، پیش‌نیاز رشد سریع خدمات آنلاین بود. برای بازی‌های آنلاین — که به تبادل انبوه داده و اتصال دائمی نیاز دارند — این پیش‌نیاز از هر عامل دیگری تعیین‌کننده‌تر بود.

● آنچه فراهم آورد، **شرط امکان** تولید آن بود دولت خود بازی تولید نکرد؛

پی‌سی بانگ، جایی که فرهنگ بازی ساخته شد

'Craze Boosts Sagging Korean



پی‌سی بانگ در اوج رواج StarCraft، در گزارش مطبوعاتی همان سال‌ها.

پس از بحران، کافی‌نت‌ها در سراسر شهرها سر برآوردند. علت روشن بود: راه‌اندازی‌شان سرمایه‌ی چندانی نمی‌طلبید و برای بیکاران در دسترس‌ترین گزینه‌ی کارآفرینی به شمار می‌رفت. اما این مکان‌ها دیری نپایید که از کارکرد نخستین خود فراتر رفتند.

پی‌سی بانگ برای نوجوانان قلمرویی بیرون از نظارت خانواده و مدرسه پدید آورد: مجالی برای معاشرت، با رایانه‌های نیرومند و عناوین روز، و با هزینه‌ای اندک. محبوبیت StarCraft در همین فضا شعله گرفت.

نکته‌ی سیاستی همین‌جاست: پی‌سی بانگ فقط محل مصرف بازی نبود، جایی بود که فرهنگ بازی تولید می‌شد. تقاضا از پایین شکل گرفته بود، پیش از آنکه سیاست صنعتی از بالا به میدان بیاید.

قانون ۲۰۰۶، بازی رسما صنعت فرهنگی شد



فینال لیگ حرفه‌ای StarCraft در فضای باز. ورزش الکترونیک تا این زمان رویدادی توده‌ای شده بود.

گستره‌ی پوشش

قانون دامنه‌ی گسترده‌ای داشت: حمایت از تحقیق و توسعه، تربیت نیروی متخصص، کمک به صادرات، توسعه‌ی ورزش‌های الکترونیک، و حفاظت از حق مالکیت آثار.

جابه‌جایی جایگاه

قانون ۲۰۰۶ جایگاه حقوقی بازی را جابه‌جا کرد: از سرگرمی‌ای با وجهه‌ی منفی، به بخشی از صنعت فرهنگی. این جابه‌جایی نمادین نبود؛ بازی را وارد فهرست صنایع مورد حمایت ویژه‌ی دولت کرد و دسترسی‌اش به بودجه و نهاد پشتیبان را رسمیت بخشید.

دولت از نقش تماشاگر بیرون آمد و خود فعالانه به صنعت شکل داد — درست نقطه‌ی مقابل ژاپن، که دولتش تازه از قرن بیست‌ویکم به‌طور جدی وارد صنعت بازی شد.

موتور دوجبهی

سیاست بازدارنده — محدودسازی

- قانون خاموشی، ۲۰۱۱
- طرح بیمارانگاری اعتیاد به بازی
- افشای اجباری احتمالات، ۲۰۲۴
- فشار مستمر افکار عمومی

صنعت بازی کره

سیاست شتاببخش — ترویج

- زیرساخت پهن باند ملی
- قانون حمایت ۲۰۰۶
- نهادهای GRAC و KOCCA
- حرفه‌ای‌سازی ورزش‌های الکترونیک

برایند
برخورد این دو نیرو فشاری نابرابر بر صنعت وارد می‌کند. مانند محیطی سخت در طبیعت، این فشار بنگاه‌ها را وامی‌دارد برای بقا خود را تغییر دهند — نه در جهتی که سیاست‌گذار خواسته، بلکه در جهتی که محدودیت باقی گذاشته است.

سیاست‌ها و نهادهای ترویجی

سیاست / نهاد	دوره	محتوای اصلی	اثر اصلی
طرح ملی زیرساخت پهن‌بند	1999-2005	سرمایه‌گذاری دولت‌محور و یارانه به اپراتورهای مخابراتی برای پوشش سراسری اینترنت پرسرعت	«خاک دیجیتال» بنیادین را آفرید؛ کره را تا اوایل دهه‌ی ۲۰۰۰ به پیش‌تاز جهانی نفوذ پهن‌بند بدل کرد.
قانون حمایت از صنعت بازی	2006-	ارتقای حقوقی بازی‌ها به «صنعت فرهنگی»؛ چارچوب حمایت از تحقیق و توسعه، استعداد، صادرات و مالکیت فکری	نقش دولت را به شکل‌دهنده‌ای فعال بدل کرد؛ ستون فقرات حقوقی حمایت نظام‌مند را فراهم آورد.
آژانس محتوای خلاق کره (KOCCA)	2009-	نهاد پیش‌تاز ترویج صنعت محتوا؛ صندوق‌های تحقیق و توسعه، حمایت از بنگاه‌های کوچک، نمایشگاه و صادرات	گسترش جهانی شرکت‌ها را ممکن ساخت؛ «موج جی» را به‌عنوان ستونی از هالیو ترویج می‌کند.
حرفه‌ای‌سازی ورزش‌های الکترونیک (KeSPA)	2000-	حمایت از انجمن ورزش‌های الکترونیک و لیگ حرفه‌ای؛ معافیت سربازی و منزلت اجتماعی هم‌تراز ورزشکاران	کره را به نخستین کشوری بدل کرد که ورزش‌های الکترونیک را راهبردی و به‌عنوان برند ملی پرورد.

و اکنون سویی بازدارنده؛ نخستین و سنگین‌ترین‌شان.

قانون خاموشی، ۲۰۱۱



تحصن شبانه‌ی نوجوانان در اعتراض به قانون خاموشی. مقاومت اجتماعی از همان آغاز شکل گرفت.

با فراگیر شدن بازی، اعتیاد به بازی به دغدغه‌ی نخست افکار عمومی بدل شد. بازی را «تریاک دیجیتال» می‌خواندند؛ عاملی که درس نوجوانان را خراب و سلامتشان را تهدید می‌کند.

این نگرانی در ۲۰۱۱ به قانون بدل شد. طبق اصلاحیه‌ی قانون حمایت از نوجوانان، شرکت‌ها موظف شدند دسترسی همه‌ی کاربران زیر ۱۶ سال را از نیمه‌شب تا ۶ صبح قطع کنند.

چرا بی‌سابقه بود

قانون حکمی یکسان برای همگان مقرر داشت و قدرت دولتی را مستقیم به اوقات فراغت شخصی وارد کرد؛ مداخله‌ای که در هیچ کشور دیگری سابقه نداشت.

دو محدودیت بعدی

● ۲۰۱۹ تاکنون

تلاش برای بیمارانگاری

بخشی از جامعه‌ی پزشکی و عرصه‌ی سیاست هنوز پای می‌فشارند که «اختلال بازی» رسماً بیماری اعتیادی شناخته شود، هم‌رده با قمار و الکل.

صنعت این تلاش را برچسبی ننگین بر کل خود می‌داند. کشمکش طولانی بر سر آن، هویت دوگانه‌ی بازی را در جامعه‌ی کره آشکار می‌کند: هم‌زمان افتخار فرهنگی و متهم اجتماعی.

● مارس ۲۰۲۴

افشای اجباری احتمالات

کره نخستین کشوری بود که بنگاه‌ها را قانوناً موظف کرد شانس هر آیتم «جعبه‌ی شانس» را اعلام کنند؛ یعنی احتمال به دست آوردن تک‌تک آیتم‌ها را جداگانه منتشر کنند.

این قاعده با خواست جهانی برای شفافیت هم‌سوست، اما هزینه‌ی رعایت آن بر دوش بنگاه‌هایی افتاده که مدل درآمدی‌شان بر همین سازوکار استوار است.

مقررات محدودکننده و آثار آنها

مقرره	دوره	محتوای اصلی	اثر اصلی
قانون خاموشی — اصلاحیه‌ی قانون حمایت از نوجوانان	2011-2021	ممنوعیت بازی برخط برای کاربران زیر ۱۶ سال، از نیمه‌شب تا ۶ صبح	ضربه‌ی سنگین به بازار بازی‌های رایانه‌ای، تسریع کوچ صنعت به موبایل، و بحثی گسترده درباره‌ی دخالت دولت در آزادی فردی.
طرح بیمارانگاری اعتیاد به بازی	2019-	تلاش برای گنجاندن «اختلال بازی» در طبقه‌بندی استاندارد بیماری‌های کره (KCD)	تعارضی پایدار میان جامعه و صنعت؛ در صورت تصویب، تصویر اجتماعی و محیط بازار بازی‌ها را به شدت متاثر خواهد کرد.
قانون افشای اطلاعات اقلام مبتنی بر احتمال	2024	الزام به افشای جامع و شفاف احتمالات دستیابی به همه‌ی اقلام مبتنی بر شانس	هزینه‌ی رعایت قانون در طراحی درآمدزایی بالا رفت و حمایت از مصرف‌کننده تقویت شد، اما ممکن است درآمد بازی‌های متکی بر این روش کاهش یابد.

مقاله این کشمکش را چگونه صورت‌بندی می‌کند؟

فشار نوآوری

صورت‌بندی مفهومی مقاله است، نه مدل برآوردشده. متغیرها واحد و مقدار ندارند؛ آنچه اهمیت دارد جای نسبی آنهاست.

$$P_i = (G_p + M_s) R_d$$

Pi	Gp	Ms	Rd
فشار نوآوری — برابندی که بنگاه را به جهش وامی دارد	ترویج دولتی — یارانه، نهاد، زیرساخت، مشوق	اشباع بازار — ضرورت رقابتی در بازار داخلی پر	فشار مقررات داخلی — ضریبی که کل رابطه را می‌سازد

جای فشار مقررات در این صورت‌بندی، نکته‌ی اصلی است: ضرب شده، نه کم. یعنی مقررات از فشار رشد نمی‌کاهد، آن را چند برابر می‌کند. هرچه انگیزه‌ی رشد نیرومندتر باشد، مقررات سخت‌گیرانه انرژی بنگاه را با شدت بیشتری به‌سوی راه‌حل‌هایی می‌راند که محدودیت را دور بزنند.

شرکت‌ها در برابر این فشار چه کردند؟ سه مسیر گریز.

جهانی‌شدن، برای کم کردن ریسک

مسیر گسترش

بنگاه‌ها نخست بازارهای بزرگ و از نظر فرهنگی نزدیک را هدف گرفتند، یعنی چین و جنوب شرق آسیا؛ سپس از همان‌ها همچون پله‌ای برای ورود به آمریکای شمالی و اروپا بهره بردند.

هدف اصلی

هدف فقط پیدا کردن بازار جدید نبود. می‌خواستند درآمدها را در چند کشور پخش کنند تا اگر در یک بازار قانون ناگهانی عوض شد، کل شرکت ضربه نخورد.

بی‌ثباتی قوانین داخلی به بنگاه‌های کره‌ای آموخت که اتکا به بازار محلی چه اندازه پرمخاطره است. یک قاعده‌ی ناگهانی می‌توانست درآمد پرمشتری‌ترین ساعات یک بازی را از میان ببرد. این مخاطره از جنس سیاست است: نه پیش‌بینی‌پذیر است و نه به سادگی بیمه‌شدنی.

به همین دلیل، رفتن به بازار جهانی از یک انتخاب راهبردی به شرط بقا بدل شد.

همین انگیزه توضیح می‌دهد چرا شرکت‌های کره‌ای برای ترجمه و بومی‌سازی بازی‌ها و اداره کردن بازار خارجی، بیشتر از رقبایشان هزینه و تلاش می‌کنند.

کوچ از رایانه به تلفن همراه

پیامد

حاصل، موجی از بازی‌های سنگین تلفن همراه همچون Lineage M بود. تا آن زمان بازار جهانی موبایل در تصرف عناوین سبک و سرگرم‌کننده قرار داشت؛ این موج آن را دگرگون ساخت.

انتقال دارایی

بنگاه‌ها بهترین تیم‌ها و ارزشمندترین دارایی‌های خود را به بستر تلفن همراه منتقل کردند. سامانه‌های پیچیده و تجربه‌ی اداره‌ی جامعه‌ی آنلاین را که در دوران رایانه اندوخته بودند، ساده‌سازی و بر بستر تازه پیاده کردند.

حفره‌ی تنظیم‌گرانه

قانون خاموشی در سال ۲۰۱۱ عمدتاً بازی‌های آنلاین رایانه‌ای را هدف گرفته بود. بازار تازه‌نفس تلفن همراه هوشمند به همین دلیل در یک خلأ قانونی باقی ماند.

قانون خاموشی، بی‌آنکه چنین هدفی داشته باشد، همچون کاتالیزوری کلیدی در دگردیسی کره‌ی جنوبی به **قطب جهانی بازی تلفن همراه** عمل کرد.

درآمد بیشتر، از زمان کمتر

سازوکار

سازندگان با تحلیل دقیق داده و برگزاری مداوم رویداد درون‌بازی، ساختار تشویق را چنان تنظیم کردند که تمایل به پرداخت بیشینه شود. تمرکزشان بر گروه کوچکی از کاربران پرخرج بود که در ادبیات این صنعت «زهنگ» خوانده می‌شوند.

دو ارزیابی هم‌زمان

این مدل از حیث اخلاقی مناقشه‌برانگیز است؛ هم کاربر را به هزینه‌کرد بیشتر ترغیب می‌کند و هم ساختاری شبیه قمار دارد. با این همه، از حیث تجاری بسیار پرسود بوده است.

قانون زمان بازی کاربران را به اجبار کوتاه کرده بود و رقابت داخلی هر روز سخت‌تر می‌شد. در این وضعیت یک پرسش به مسئله‌ی بقا بدل شد: چگونه می‌توان از زمان کم باقی‌مانده بیشترین درآمد را گرفت؟

پاسخ، گسترش افراطی مدل «رایگان اما با خرید درون‌برنامه‌ای» بود: اقتصادی پیچیده در دل بازی، سامانه‌های دقیق ارتقای شخصیت، و آیتم‌های شانسی پولی با جذابیت بالا.

هنگامی که همین مدل‌ها، پس از آزموده شدن در بازار داخلی، بر بازار جهانی اعمال شدند، توان درآمدزایی‌شان به مهم‌ترین مزیت رقابتی بنگاه‌های کره‌ای بدل شد.

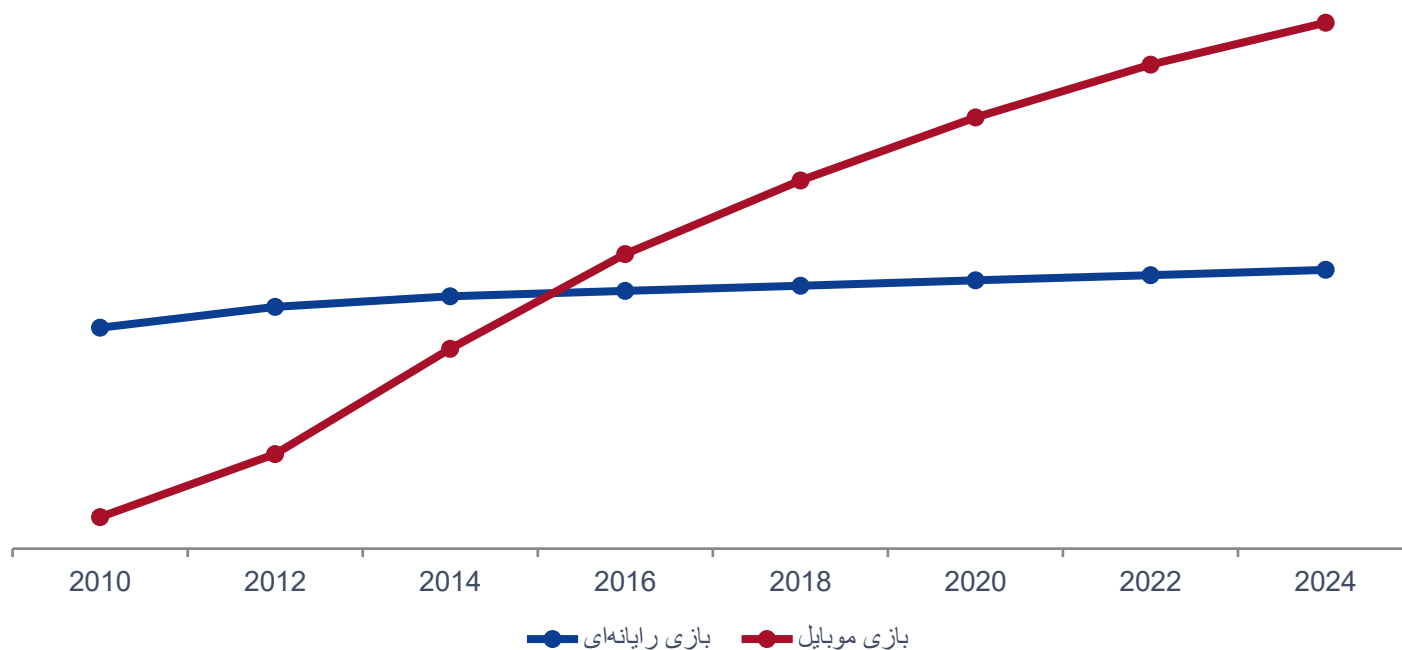
حالا ببینیم داده‌ها این سه مسیر را تأیید می‌کنند یا نه.

۲۰۱۱، سالی که بازار عوض شد

بازسازی تقریبی از شکل ۱ مقاله. مقاله عدد محورها را منتشر نکرده است؛ نمودار فقط جهت تغییر و نقطه‌ی تقاطع را نشان می‌دهد، نه مقدار را.

پس از ۲۰۱۱ رشد بازار بازی‌های رایانه‌ای به‌وضوح کند شد و گاه به رکود گرایید. در مقابل، بازار بازی تلفن همراه دوره‌ای از رشد شتابان را آغاز کرد.

ظرف چند سال، بازی‌های تلفن همراه از بازی‌های رایانه‌ای پیشی گرفتند و بر بازار مسلط شدند. این جابه‌جایی، بازتاب تصمیم هم‌زمان کل صنعت در انتقال سرمایه و نیرو از یک بستر به بستر دیگر است.

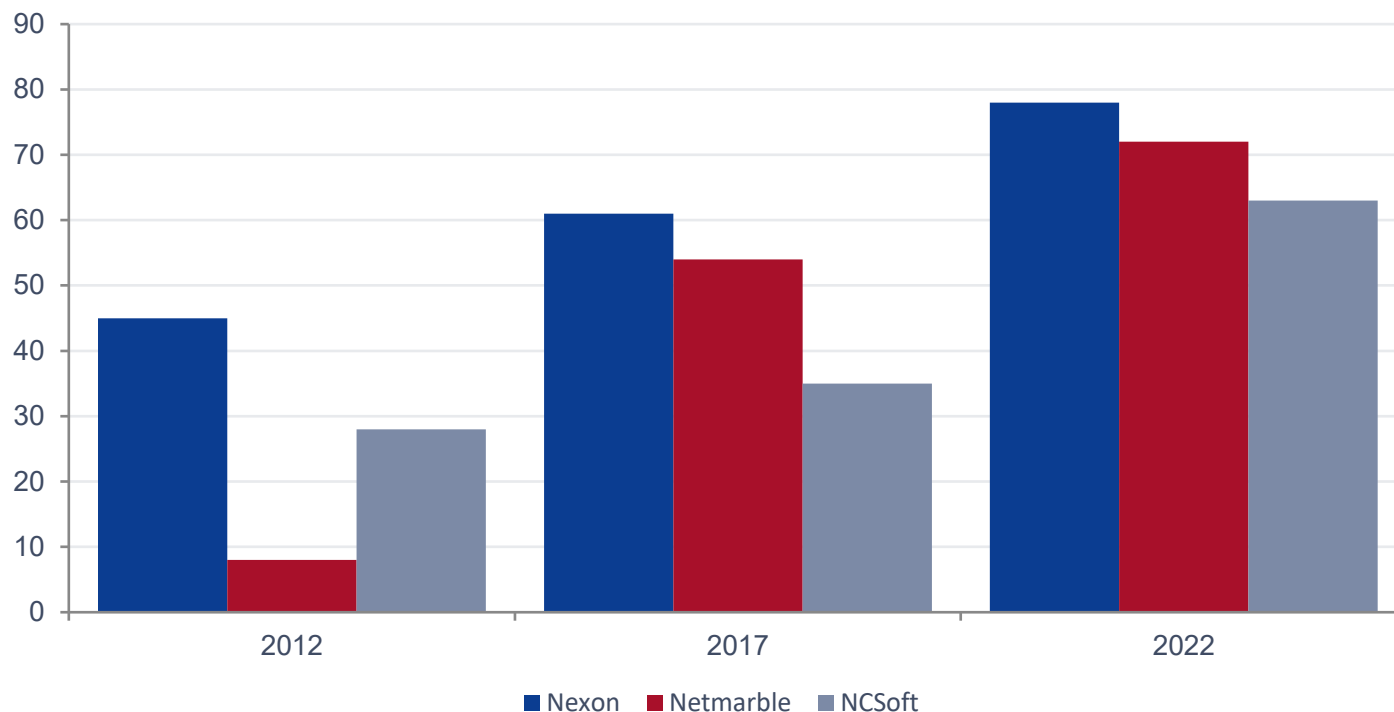


محور عمودی: شاخص نسبی، بدون واحد

شاهد دوم: سهم درآمد خارجی شرکت‌ها.

سهم درآمد خارجی، از ۲۰۱۲ تا ۲۰۲۲

ارقام برآوردی‌اند، برگرفته از گزارش‌های مالی سالانه و داده‌های عمومی بازار — نه ارقام حسابرسی‌شده. روند را نشان می‌دهند، نه مقدار دقیق را.



شرکت	2012	2017	2022
Nexon	۴۵	۶۱	۷۸
Netmarble	۸	۵۴	۷۲
NCSoft	۲۸	۳۵	۶۳

سهم درآمد خارجی، درصد تقریبی

هر سه بنگاه پیشرو یک مسیر واحد را رفته‌اند: از اتکای عمده به بازار داخلی، به درآمدی که بیشترش از بیرون مرزها می‌آید.

محور عمودی: سهم درآمد خارجی از کل درآمد، درصد — برآوردی

و یک شرکت که هر سه مسیر را با هم رفت.

Netmarble — نمونه‌ی کوچک کل ماجرا

هر سه تغییر در یک شرکت

- چرخش بستر از رایانه به تلفن همراه
- گسترش جهانی از راه ادغام و تملک
- بردن مدل درآمدی آزموده‌شده به بازار جهانی

شواهد بازار

کامیابی جهانی Lineage 2: Revolution و Marvel Future Fight، در کنار جهش سهم درآمد خارجی از حدود ۸ به حدود ۷۲ درصد ظرف یک دهه، این مسیر را تأیید می‌کند.

نت‌ماربل کار خود را با نشر بازی‌های رایانه‌ای آغاز کرده بود، اما با فرارسیدن عصر تلفن همراه قاطعانه به توسعه‌دهنده و ناشر بازی موبایل بدل شد.

این بنگاه دارایی‌های فکری کلاسیک عصر رایانه را به بستر تازه منتقل کرد و به آن‌ها جانی دوباره بخشید. هم‌زمان، از رهگذر ادغام‌ها و تملک‌های جهانی، شبکه‌ی توزیع بین‌المللی نیرومندی بر ساخت.

سه توانایی که از دل فشار زاده شد

● شایستگی یکم

ترک آسایش به قصد جهان

مخاطرات سیاست داخلی امکان اتکا به بازار محلی را سلب کرد و بازارهای خارجی را به بندرگاه امن بقا و رشد بدل ساخت. بنگاه‌ها در این مسیر توانمندی میان‌فرهنگی و بومی‌سازی را در خود پروراندند.

● شایستگی دوم

گشودن راه به سلطه‌ی موبایل

بنگاه‌های کره‌ای پس از برخورد به سقف رشد و بازدارندگی شدید سیاستی در بستر رایانه، نخستین کسانی بودند که فرصت بازار بازی سنگین تلفن همراه را دریافتند و آن را تعریف کردند.

● شایستگی سوم

پالایش مدل کسب‌وکار

در برابر رقابت شدید داخلی و حاشیه‌ی سود فشرده، این بنگاه‌ها مدل‌های رایگان-برای-بازی را تا اوج ممکن تکامل بخشیدند و سطحی از کارایی تجاری آفریدند که توجه همتایان جهانی را به خود جلب کرد.

سیاست‌هایی که در اصل برای پاسخ به اضطراب اجتماعی طراحی شده بودند، در عمل به کاتالیزور بازآفرینی خود صنعت بدل شدند.
کامیابی صنعت بازی کره، به یک معنا، اثری ناخواسته است.

کره چه می‌آموزد، و چه چیزی هنوز باز است

درس برای سیاست‌گذار

تجربه‌ی کره نشان می‌دهد که نه حمایت مالی محض و نه رهاسازی کامل، هیچ‌یک راه‌حل بهینه نیستند. به گمان نویسندگان، محیطی سیاستی که به اندازه پرتنش باشد و توازن پویا میان تشویق نوآوری و وضع هنجار برقرار کند، بیش از هر دو، تاب‌آوری درونی صنعت را برمی‌انگیزد.

هشدار نویسندگان

این سخن به معنای تأیید عقلانیت سیاست‌های محدودکننده نیست. کامیابی الگوی کره‌ای در بستر تاریخی، نظام اداری کارآمد و ویژگی‌های ملی این کشور ریشه دارد و از همین رو به سختی تکرارپذیر است.

سه چالش دهه‌ی پیش‌رو

۱ تجاری‌سازی در برابر مسئولیت اجتماعی

تا کجا می‌شود از کاربر پول گرفت، بی‌آنکه اعتماد جامعه از دست برود؟

۲ ژئوپلیتیک و وابستگی به بازار چین

اگر بازار چین بسته بماند، جای خالی‌اش را چه چیزی پر می‌کند؟

۳ تولید مستمر محتوای خلاقانه‌ی درجه‌یک

موج بعدی محتوا از کجا می‌آید، حالا که رقبا هم همین راه را بلد شده‌اند؟

کل ماجرا در یک زنجیره

۱	اقتصاد کره فرو ریخت	بحران ۱۹۹۷ اقتصاد قدیم را از کار انداخت
۲	دولت زیرساخت ارتباطی برپا کرد	در جست‌وجوی منبع تازه‌ی رشد
۳	کافی‌نت‌ها فرهنگ بازی ساختند	نسلی که تجربه‌ی بازی جمعی را زیست
۴	دولت بازی را صنعت فرهنگی خواند	قانون ۲۰۰۶، بودجه، و نهاد پشتیبان
۵	صنعت بالید	و همین نگرانی عمومی را برانگیخت
۶	دولت سیاست بازدارنده در پیش گرفت	قانون خاموشی ۲۰۱۱: منع بازی در ساعات شب
۷	بنگاه‌ها راه گریز یافتند	تلفن همراه، بازار خارجی، و درآمد درون‌بازی
۸	همان راه گریز، مزیت رقابتی شد	آنچه دولت نه خواسته بود و نه پیش‌بینی کرده بود
۹	کره به قدرت جهانی بازی بدل شد	برایند فشار، نه برایند برنامه

آبی: تدابیر شتاب‌بخش قرمز: تدابیر بازدارنده

برای ما چه معنایی دارد؟

● یکم

مقررات مسیر را عوض می‌کند، نه سرعت را

درس کره این نیست که محدودیت خوب است. این است که محدودیت انرژی صنعت را حذف نمی‌کند، آن را به سمتی می‌راند که باز مانده. هر مقرره‌ای را باید با این پرسش نوشت: کدام مسیر را باز می‌گذارد؟

● دوم

پیامد ناخواسته را باید پیش از تصویب برآورد کرد

حفره‌ی قانونیِ موبایل، صنعت کره را به موبایل راند و مدل جعبه‌ی شانس را تشدید کرد؛ دو پیامدی که هدف هیچ سندی نبود. برآورد پیامد ناخواسته باید بخشی از فرایند تصویب باشد، نه یافته‌ی ده سال بعد.

● سوم

بازار داخلی به‌تنهایی سپر نیست

آنچه بنگاه‌های کره‌ای را نجات داد، پخش کردن درآمد در چند بازار بود. برای صنعت بازی ایران — با بازار داخلی کوچک‌تر و ریسک سیاستی بالاتر — این درس مستقیم‌تر صدق می‌کند.

این اسلاید افزوده‌ی دایرک است و در مقاله‌ی اصلی نیامده. نویسندگان خود هشدار می‌دهند که الگوی کره در بستر تاریخی و نظام اداری آن کشور ریشه دارد و تکرارپذیر نیست؛ آنچه قابل انتقال است پرسش‌هاست، نه نسخه.

منابع مقاله

- [12] Peichi, C. (2008). New media for social change. *Science, Technology and Society*, 13(2), 303–323.
- [13] Tsang, D., & Park, Y. (2013). Culture, government and entrepreneurial innovation. *Asian J. Tech. Innovation*, 21(2), 237–250.
- [14] Grantham, A. J. (2024). Ready Player Won (Doctoral dissertation). ANU.
- [15] Lee, Y. (2016). Globalizing the storytelling of Korean online games. *Indian J. Science & Tech.*, 9(46), 1–6.
- [16] Sang, Y., Park, S., & Seo, H. (2016). Mobile game regulation in South Korea. In *Mobile Gaming in Asia* (55–72). Springer.
- [17] Kim, C., & Lee, S. (2020). Fragmented industrial structure. *Global Media and China*, 5(4), 354–371.
- [18] Xiao, L. Y., & Park, S. (2025). Better than industry self-regulation. *Acta Psychologica*, 260, 105490.
- [19] Niemczyk, J., et al. (2022). Strategy approaches in the video game industry. *Informatyka Ekonomiczna*, (1), 29–55.
- [20] Korea Creative Content Agency. (2024). 2023 Game Industry White Paper. KOCCA.
- [21] Kim, N. S., & Min, Y. (2016). How the media contextualize computer games. *IJMUE*, 11(11), 291–296.
- [1] Jin, D. Y., & Chee, F. (2008). Age of new media empires. *Games and Culture*, 3(1), 38–58.
- [2] Kwon, S. H., & Kim, J. (2013). From censorship to active support. *Econ. & Labour Relations Rev.*, 24(4), 517–532.
- [3] Choi, J., et al. (2018). Effect of the online game shutdown policy. *J. Adolescent Health*, 62(5), 548–555.
- [4] Oh, M., & Larson, J. F. (2020). *Digital Development in Korea* (2nd ed.). Routledge.
- [5] Song, J. W. (2021). New wine in old bottles? *Competition & Change*, 25(1), 97–123.
- [6] Huh, J. S. (2008). Culture and business of PC bangs in Korea. *Games and Culture*, 3(1), 26–37.
- [7] Chee, F. (2006). The games we play online and offline. *Popular Communication*, 4(3), 225–239.
- [8] Stewart, K., & Choi, H. P. (2003). PC-Bang (Room) culture. *Trends in Communication*, 11(1), 63–79.
- [9] Park, M., et al. (2021). Esports in South Korea. *J. Japan Soc. Sports Industry*, 31(2), 197–209.
- [10] Yoshimatsu, H. (2005). The state and industrial evolution. *Pacific Focus*, 20(1), 135–178.
- [11] Lee, H. K. (2019). *Cultural Policy in South Korea*. Routledge.