



فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم



واکاوی فرایند شکل‌گیری قدرت نرم در کره جنوبی با تأکید بر سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق

محمدامین آبی‌پورا^۱، علی آذری مقدم^۲، حسام اوروجی^۳

۳۸

دوره ۱۴، شماره ۳، پیاپی ۳۸
پاییز ۱۴۰۳

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۳۰۱-۱۴۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۸-۵-۱۴۰۳

صص: ۸۱-۱۰۵

شابا چاپی: ۵۵۸۰-۲۳۲۲

رتبه علمی

ب

پژوهش‌های گوناگون در
JOURNALS.MSRT.IR



امکن کنید

چکیده

هدف این پژوهش تبیین سازوکار تولید قدرت نرم کره جنوبی بر پایه سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق است. با وجود آنکه ادبیات قدرت نرم بیش‌از هر چیز بر نقش فرهنگ تأکید دارند، شواهد اخیر نقش سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق بر تولید قدرت نرم را برجسته کرده است. از این رو، پژوهش حاضر در پی پاسخ به این پرسش است که سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق از چه سازوکاری به تولید قدرت نرم در کره جنوبی منجر شده‌اند. برای پاسخ به این پرسش، از روش‌های فرآیندی و تحلیلی اسناد، گزارش‌های رسمی و منابع علمی استفاده شده است تا فرایند شکل‌گیری و اجرای سیاست‌های اقتصاد خلاق و پیامدهای آن بر قدرت نرم این کشور مورد واکاوی قرار گیرد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق از طریق ایجاد حمایت‌های نهادی، سرمایه‌گذاری در صنایع فرهنگی و خلاق، تقویت نوآوری، توسعه بازارهای بین‌المللی و تبدیل محصولات فرهنگی به نمادهای هویت ملی، زمینه‌افزایش جذابیت فرهنگی و ارتقای تصویر بین‌المللی کره جنوبی را فراهم کرده‌اند. این فرایند موجب شده است که محصولات فرهنگی این کشور، علاوه بر ایفای نقش اقتصادی، به ابزارهایی برای افزایش نفوذ، مشروعیت و اثرگذاری بین‌المللی تبدیل شوند. در نتیجه، پژوهش حاضر نشان می‌دهد که موفقیت کره جنوبی در تولید قدرت نرم، بیش از آنکه ناشی از ظرفیت‌های فرهنگی صرف باشد، حاصل پیوند میان سیاست‌گذاری عمومی، اقتصاد خلاق و توسعه هدفمند صنایع فرهنگی است.

واژه‌های کلیدی:

قدرت نرم، اقتصاد خلاق، سیاست‌گذاری عمومی، صنایع فرهنگی، کره جنوبی، ردیابی فرآیند.

۱. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد، معارف اسلامی و علوم سیاسی، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران.

۲. دانشجوی دکتری، جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، تهران، ایران.

(نویسنده مسئول) ali_azarimoghdam@atu.ac.ir.com

۳. دانشجوی دکتری، علوم سیاسی گرایش جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی (ره)، تهران، ایران



مقدمه و بیان مسأله

در نظام بین الملل معاصر، قدرت دولت‌ها بیش از هر زمان دیگری تنها بر پایه توان نظامی و ظرفیت‌های اقتصادی سنجیده نمی‌شود، بلکه توانایی آنها در اثرگذاری بر ترجیحات، نگرش‌ها و رفتار سایر بازیگران نیز به یکی از ابعاد تعیین‌کننده رقابت‌های بین‌المللی تبدیل شده است. افزایش هزینه‌های استفاده از قدرت سخت، گسترش وابستگی متقابل میان کشورها، توسعه فناوری‌های ارتباطی و نقش روزافزون افکار عمومی در سیاست جهانی موجب شده است که دولت‌ها در کنار حفظ مؤلفه‌های سنتی قدرت، به ابزارهایی توجه کنند که بتوانند بدون توسل به اجبار و تهدید، بر دیگران اثر بگذارند و مشروعیت، جذابیت و مقبولیت خود را در سطح بین‌المللی افزایش دهند. در چنین فضایی، مفهوم قدرت نرم به یکی از مهم‌ترین مفاهیم ادبیات روابط بین‌الملل تبدیل شده است. نای، قدرت نرم را «توان اثرگذاری بر دیگران از طریق اهرم‌های تعیین‌چارچوبی مشخص برای برنامه‌کار، ایجاد رغبت و جاذبه مثبت در راستای کسب نتایج دلخواه» تعریف می‌کند (نای، ۱۳۹۲: ۴۷). از دیدگاه وی، هرگاه فرهنگ یک کشور واجد ارزش‌های جهان‌شمول باشد و سیاست‌های آن بر پایه علایق و ارزش‌های مشترک جهانی استوار گردد، احتمال دستیابی به نتایج مطلوب در عرصه بین‌المللی افزایش خواهد یافت (نای، ۱۳۸۹: ۵۲). از این رو، قدرت نرم را باید ظرفیتی دانست که از طریق جذابیت و اقناع، امکان اثرگذاری بر دیگران را فراهم می‌آورد و در کنار سایر ابعاد قدرت، جایگاه کشورها را در نظام بین‌الملل ارتقا می‌بخشد.

با وجود توافق گسترده درباره اهمیت قدرت نرم، همچنان درباره سازوکارهای تولید و تقویت آن اتفاق نظر کاملی وجود ندارد. بخش مهمی از مطالعات، فرهنگ، ارزش‌های سیاسی و دیپلماسی عمومی را مهم‌ترین منابع قدرت نرم معرفی کرده‌اند، اما تحولات چند دهه اخیر نشان می‌دهد که دولت‌ها برای افزایش جذابیت بین‌المللی خود تنها به این منابع اکتفا نکرده‌اند، بلکه از سیاست‌گذاری‌های اقتصادی نیز به عنوان ابزاری برای تولید قدرت نرم بهره گرفته‌اند. در این میان، اقتصاد خلاق به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های پیوند میان اقتصاد، فرهنگ و نوآوری تبدیل شده است. شکل‌گیری اقتصاد خلاق با گسترش نوآوری و تولید مستمر محصولات و خدمات جدید ارتباطی تنگاتنگ دارد؛ فرایندی که شومپتر از آن با عنوان «تخریب خلاق» یاد می‌کند و آن را جهشی صنعتی می‌داند که به طور پیوسته ساختار اقتصادی را از درون دگرگون ساخته، محصولات قدیمی را کنار می‌زند و زمینه ظهور محصولات جدید را فراهم می‌آورد (Schumpeter, 1976: 83). بر همین اساس، نوآوری و کارآفرینی نیز ماهیتی پویا دارند و مزیت هر محصول تا زمانی استمرار می‌یابد که نوآوری جدیدی جایگزین آن نشود (Tülüce & Yurtkur, 2015: ۷۲۶). از این منظر، اقتصاد خلاق صرفاً یک راهبرد برای رشد اقتصادی نیست، بلکه ظرفیتی است که می‌تواند از طریق تولید مستمر کالاها و خدمات فرهنگی، بر تصویر و جذابیت بین‌المللی کشورها نیز اثر بگذارد. همچنین، کره جنوبی یکی از موفق‌ترین نمونه‌های بهره‌گیری از این ظرفیت به شمار می‌رود. این کشور طی سه دهه گذشته با اتخاذ سیاست‌های هدفمند در حمایت از صنایع فرهنگی و خلاق، توانسته است تولیدات فرهنگی خود را به بازارهای جهانی عرضه کند و هم‌زمان تصویری جدید از



هویت، فرهنگ و توانمندی های خود در سطح بین المللی ارائه دهد. گسترش موسیقی، سینما، سریال های تلویزیونی، بازی های رایانه ای و سایر محصولات فرهنگی کره جنوبی، تنها به توسعه یک صنعت اقتصادی منجر نشده، بلکه دامنه نفوذ فرهنگی این کشور را نیز به شکل محسوسی افزایش داده است. با این حال، موفقیت کره جنوبی صرفاً در گسترش صنایع خلاق خلاصه نمی شود، بلکه در توانایی آن برای تبدیل این ظرفیت اقتصادی به منبعی پایدار از قدرت نرم نهفته است؛ موضوعی که بسیاری از کشورها با وجود سرمایه گذاری در حوزه صنایع فرهنگی، هنوز به آن دست نیافته اند.

بر همین اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که هنوز روشن نیست سیاست های توسعه اقتصاد خلاق از چه سازوکارهایی به تولید قدرت نرم منجر می شوند و چگونه سیاست گذاری عمومی می تواند ظرفیت های اقتصادی و فرهنگی را به منابعی برای افزایش جذابیت و نفوذ بین المللی تبدیل کند. تجربه کره جنوبی از آن جهت اهمیت دارد که این کشور توانسته است پیوندی مؤثر میان سیاست های توسعه اقتصاد خلاق و افزایش قدرت نرم خود برقرار کند و از این رهگذر، جایگاه بین المللی خود را ارتقا بخشد. از این رو، هدف پژوهش حاضر تبیین سازوکار تبدیل سیاست های توسعه اقتصاد خلاق به قدرت نرم در تجربه کره جنوبی است.

بر این اساس، مقاله حاضر در پی پاسخ به این پرسش است که سیاست های توسعه اقتصاد خلاق از چه سازوکاری به تولید قدرت نرم در کره جنوبی منجر شده اند؟ در پاسخ به این پرسش، این فرضیه مطرح می شود که سیاست های توسعه اقتصاد خلاق از طریق حمایت نهادی از صنایع خلاق، تقویت توان رقابتی محصولات فرهنگی، گسترش حضور آنها در بازارهای جهانی و تبدیل موفقیت اقتصادی به جذابیت فرهنگی، زمینه تولید و تقویت قدرت نرم کره جنوبی را فراهم کرده اند. در همین راستا و برای آزمون این فرضیه، پژوهش حاضر با بهره گیری از روش ردیابی فرآیند، ابتدا مبانی نظری قدرت نرم و اقتصاد خلاق و پیوند میان آنها را بررسی می کند. سپس سیاست های توسعه اقتصاد خلاق در کره جنوبی و روند اجرای آنها را مورد تحلیل قرار می دهد و در ادامه، سازوکارهای تبدیل این سیاست ها به قدرت نرم را تبیین می کند. در پایان نیز با جمع بندی یافته ها، تصویری منسجم از نقش سیاست های توسعه اقتصاد خلاق در تولید قدرت نرم کره جنوبی ارائه خواهد شد.

۱. پیشینه پژوهش

قدرت نرم در دهه های اخیر به یکی از مفاهیم محوری در ادبیات روابط بین الملل، مطالعات فرهنگی و سیاست گذاری عمومی تبدیل شده است. در این چارچوب، کشورها علاوه بر اتکا به منابع سخت، از ظرفیت های فرهنگی، رسانه ای، گفتمانی، فناوری و اقتصادی برای اثرگذاری بر ترجیحات و ادراکات دیگران بهره می گیرند. در این میان، اقتصاد خلاق به مثابه حوزه ای میان رشته ای که بر پیوند فرهنگ، خلاقیت، فناوری و نوآوری و بازار استوار است، می تواند یکی از مهم ترین بسترهای تولید و تقویت قدرت نرم تلقی شود.



در همین راستا، سعیدی و مقدم فر (۱۳۹۳)، در مقاله «منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران»، قدرت نرم را برخاسته از مؤلفه‌های فرهنگی، ارزشی و گفتمانی می‌داند و بر این نکته تأکید می‌کند که نفوذ بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران بیش از آنکه مبتنی بر ابزارهای سخت باشد، از جذابیت‌های ایدئولوژیک، هویتی و فرهنگی ناشی می‌شود. اهمیت این پژوهش برای موضوع حاضر در آن است که نشان می‌دهد بنیان قدرت نرم در سرمایه‌های فرهنگی و نمادین نهفته است. از این منظر، اقتصاد خلاق را می‌توان سازوکاری برای بالفعل‌سازی همین سرمایه‌ها دانست؛ به این معنا که عناصر فرهنگی و هویتی، از طریق تولیدات هنری، رسانه‌ای و صنایع فرهنگی، قابلیت تبدیل شدن به منابع اثرگذار در عرصه فراملی را می‌یابند. حسین هرسیج (۱۳۹۰) در مقاله «تجزیه و تحلیل ویژگی‌ها، مبانی و مولفه‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران» با روش توصیفی-تحلیلی، قدرت نرم ایران را نوعی قدرت رشد‌محور بر پایه ارزش‌ها (نه اغوا) دانست. مولفه‌های اصلی شامل نظریه مردم‌سالاری دینی، فرهنگ شهادت و عدالت، و اصول استقلال و آزادی است که ریشه در اسلام ناب محمدی و فرهنگ شیعی دارد و افکار عمومی ایران و منطقه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. اقتصاد خلاق در این چارچوب ابزاری مهم برای نفوذ فرهنگی است. سیدجواد موسوی زارع، سیدهادی زرقانی و مصطفی امیرفخریان (۱۴۰۱) در مقاله «طراحی مدل سنجش قدرت نرم کشورهای جهان» مدل مفهومی جامعی با مؤلفه‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، علم و فناوری ارائه کردند. اقتصاد خلاق در این مدل بخشی از مؤلفه فرهنگی-اقتصادی است که از طریق شاخص‌های عملیاتی سنجش‌پذیر بوده و در موقعیت‌یابی ژئوپلیتیک کشورها نقش دارد. محمد عترت دوست (۱۴۰۰) در مقاله «گونه‌شناسی و منبع‌یابی «قدرت نرم» مبتنی بر تحلیل محتوای آیات قرآن کریم» با رویکرد میان‌رشته‌ای، منابع قدرت نرم (حاکمیت الهی، عزت الهی، مالکیت الهی و قدرت الهی) را استخراج کرد. این منابع پایه‌ای برای اقتصاد خلاق اسلامی فراهم می‌کنند که ارزش‌های معنوی را از طریق تولید فرهنگی صادر نماید. علی صادقی (۱۴۰۱) در مقاله «واکاوی ابعاد و مولفه‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در اسناد بالادستی». که به روش توصیفی-تحلیلی نوشته شده است مولفه‌های قدرت نرم را در اسناد بالادستی (اسلام، گفتمان امام خمینی، اندیشه رهبری، قانون اساسی و سند چشم‌انداز) بررسی کرد. نتایج نشان می‌دهد هرچند مستقیماً به قدرت نرم اشاره نشده، اما تأکید بر بهره‌گیری از آن برای پیشبرد اهداف انقلاب وجود دارد و اقتصاد خلاق فرهنگی می‌تواند این مولفه‌ها را عملیاتی کند. جوزف نای (۲۰۰۸)، در مقاله «دیپلماسی عمومی و قدرت نرم»، قدرت نرم را توانایی دستیابی به نتایج مطلوب از طریق جاذبه، اقناع و مشروعیت تعریف می‌کند و معتقد است که فرهنگ، ارزش‌های سیاسی و سیاست‌های خارجی مشروع، مهم‌ترین منابع آن به شمار می‌روند. نای در این مقاله همچنین نقش دیپلماسی عمومی را در تبدیل منابع بالقوه به پیامدهای بالفعل برجسته می‌سازد. اهمیت این پژوهش برای موضوع مقاله حاضر در آن است که اقتصاد خلاق را می‌توان یکی از کارآمدترین بسترهای عملیاتی‌شدن قدرت نرم دانست؛ زیرا محصولات خلاق، به‌ویژه در حوزه‌های سینما، موسیقی، طراحی، رسانه و محتوای دیجیتال، واجد همان عنصر «جاذبه»ای هستند که نای آن را جوهر قدرت نرم می‌داند.



الکساندر ووینگ (۲۰۰۹)، در مقاله «قدرت نرم چگونه کار می‌کند؟»، «کوشیده است سازوکارهای اثرگذاری قدرت نرم را فراتر از تقسیم‌بندی کلاسیک منابع، به صورت مفهومی تبیین کند. او سه سازوکار اصلی «خوش‌خیمی»، «درخشندگی» و «زیبایی» را به‌عنوان موتورهای شکل‌گیری قدرت نرم معرفی می‌کند. بر اساس این رویکرد، کشورها زمانی قدرت نرم بیشتری دارند که در رفتار، عملکرد و بازنمایی خود، تصویر مطلوب، موفق و الهام‌بخش ایجاد کنند. ارتباط این مقاله با موضوع اقتصاد خلاق در آن است که صنایع خلاق عموماً در دو بعد «درخشندگی» و «زیبایی» عمل می‌کنند؛ بدین معنا که هم بیانگر موفقیت، نوآوری و توانمندی‌اند و هم از طریق جذابیت‌های زیبایی‌شناختی و فرهنگی، ادراک مثبت نسبت به کشور تولید می‌کنند. جانیس بیالی ماترن (۲۰۰۵)، در مقاله «چرا قدرت نرم، چندان هم نرم نیست؟» با رویکردی انتقادی، برداشت‌های ساده‌انگارانه از قدرت نرم را به چالش می‌کشد و استدلال می‌کند که این نوع قدرت صرفاً مبتنی بر جاذبه طبیعی و غیرسیاسی نیست، بلکه در بسیاری موارد از طریق سازوکارهای گفتمانی، بازنمایی و نوعی فشار معنایی اعمال می‌شود. این پژوهش برای مقاله حاضر اهمیت نظری دارد، زیرا نشان می‌دهد که محصولات و صنایع خلاق صرفاً حامل ارزش‌های فرهنگی بی‌طرف نیستند، بلکه می‌توانند در مقام حاملان گفتمان، چارچوب‌های ادراکی و نظم معنایی خاصی عمل کنند. به بیان دیگر، اقتصاد خلاق علاوه بر کارکرد اقتصادی و فرهنگی، دارای بعدی گفتمانی و هژمونیک نیز هست که در فرایند تولید قدرت نرم باید مورد توجه قرار گیرد. لورا روزل و همکاران (۲۰۱۴)، در مقاله «روایت استراتژیک: ابزاری جدید برای درک قدرت نرم»، مفهوم «روایت استراتژیک» را به‌عنوان ابزاری تحلیلی برای فهم بهتر قدرت نرم مطرح می‌کنند. از منظر این پژوهش، قدرت نرم صرفاً نتیجه برخورداری از منابع جذاب نیست، بلکه به توانایی کنشگران در ساخت، انتقال و تثبیت روایت‌های منسجم و اقناع‌کننده درباره هویت، ارزش‌ها و جایگاه خود در نظام بین‌الملل بستگی دارد. این مقاله پیوند مستقیمی با اقتصاد خلاق دارد، زیرا بخش عمده‌ای از فعالیت‌های اقتصاد خلاق بر تولید روایت استوار است. صنایع فرهنگی، رسانه‌ای و هنری از طریق فیلم، سریال، موسیقی، بازی، تبلیغات و برندهای فرهنگی، روایت‌هایی درباره سبک زندگی، پیشرفت، تاریخ و هویت ملی تولید می‌کنند و از همین مسیر بر ذهنیت مخاطبان جهانی اثر می‌گذارند. جاناتان مک‌کلوری (۲۰۱۵)، در مقاله «۳۰ قدرت نرم» با ارائه یک چارچوب سنجش‌پذیر برای ارزیابی قدرت نرم کشورها، نشان می‌دهد که این مفهوم دارای ابعاد چندگانه‌ای چون فرهنگ، دیجیتال، آموزش، تعامل جهانی، حکمرانی و فعالیت‌های اقتصادی است. اهمیت این مطالعه برای پژوهش حاضر در آن است که اقتصاد خلاق ماهیتی میان‌بخشی دارد و می‌تواند در چندین بعد از این شاخص اثرگذار باشد. به‌طور خاص، صنایع خلاق هم در بُعد فرهنگ و هم در حوزه دیجیتال، برند ملی، نوآوری و تعاملات جهانی نقش ایفا می‌کنند. از این رو، مقاله مک‌کلوری مبنایی تجربی برای این ادعا فراهم می‌سازد که اقتصاد خلاق یکی از متغیرهای مؤثر در ارتقای جایگاه کشورها در رتبه‌بندی‌های قدرت نرم است.

مرور مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که ادبیات موجود، دست‌کم در سه محور اصلی دارای همگرایی است: نخست، اغلب پژوهش‌ها بر این نکته تأکید دارند که فرهنگ، ارزش‌ها، مشروعیت و جاذبه، بنیان‌های اصلی قدرت نرم را تشکیل می‌دهند؛



دوم، بسیاری از مطالعات، دیپلماسی عمومی، رسانه، فضای دیجیتال و روایت‌سازی را به‌عنوان ابزارهای عملیاتی و انتقال‌دهنده قدرت نرم معرفی می‌کنند؛ و سوم، برخی پژوهش‌های جدیدتر بر نقش ابعاد اقتصادی، نوآوری، برندسازی و موفقیت توسعه‌ای در شکل‌گیری جذابیت بین‌المللی تأکید دارند. با وجود این، خلأ مهمی در پیشینه پژوهش قابل مشاهده است. در مطالعات داخلی، هرچند درباره منابع فرهنگی قدرت نرم، دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی، رسانه‌های نوین و حتی ابعاد اقتصادی قدرت نرم پژوهش‌هایی صورت گرفته، اما کمتر مطالعه‌ای به صورت متمرکز و منسجم، اقتصاد خلاق را به‌عنوان حلقه واسط میان فرهنگ، فناوری، بازار و قدرت نرم تحلیل کرده است. در ادبیات خارجی نیز اگرچه مباحثی چون جاذبه، سازوکارهای نرم، روایت استراتژیک و شاخص‌های سنجش قدرت نرم به‌خوبی تبیین شده‌اند، اما همچنان نیاز به پژوهش‌هایی وجود دارد که نشان دهند صنایع و فعالیت‌های خلاق چگونه به‌طور ساختاری و عملیاتی در تولید، بازتولید و تقویت قدرت نرم کشورها ایفای نقش می‌کنند. بر این اساس، پژوهش حاضر می‌کوشد با تمرکز بر نقش اقتصاد خلاق در قدرت نرم، این خلأ را پوشش دهد و تبیین کند که چگونه تبدیل سرمایه‌های فرهنگی، هنری و نمادین به محصولات، خدمات، برندها و روایت‌های قابل عرضه در بازارهای داخلی و جهانی، می‌تواند به ارتقای تصویر ملی، افزایش جذابیت بین‌المللی، گسترش نفوذ فرهنگی و در نهایت تقویت قدرت نرم منجر شود. در این چارچوب، اقتصاد خلاق نه صرفاً یک بخش اقتصادی، بلکه یکی از سازوکارهای نوین و چندبعدی قدرت‌آفرینی در جهان معاصر تلقی می‌شود.

۲- چارچوب نظری:

۲-۱. قدرت نرم و سازوکارهای اثرگذاری آن

تحولات نظام بین‌الملل طی دهه‌های پایانی قرن بیستم، برداشت‌های سستی از مفهوم قدرت را با چالش‌های اساسی مواجه ساخت. اگرچه قدرت برای مدت‌های طولانی عمدتاً با شاخص‌هایی همچون توان نظامی، ظرفیت اقتصادی و قابلیت اعمال زور تعریف می‌شد، اما افزایش وابستگی متقابل میان کشورها، گسترش نهادهای بین‌المللی، انقلاب فناوری‌های ارتباطی و نقش روزافزون افکار عمومی در سیاست جهانی، نشان داد که دستیابی به اهداف سیاست خارجی تنها از طریق ابزارهای اجبارآمیز امکان‌پذیر نیست. در چنین شرایطی، توانایی اثرگذاری بر ادراکات، ترجیحات و رفتار سایر بازیگران، بدون توسل به زور یا مشوق‌های مادی، به تدریج به یکی از مهم‌ترین ابعاد قدرت تبدیل شد. از این منظر، قدرت دیگر صرفاً به معنای وادار کردن دیگران به انجام کاری برخلاف میل آنها نیست، بلکه توانایی شکل دادن به خواسته‌ها، ترجیحات و چارچوب‌های ذهنی بازیگران نیز بخشی از فرایند اعمال قدرت محسوب می‌شود. به تعبیر روساکووا و ژاکیانوا، کشوری که بتواند دیگران را به پذیرش اهداف و ترجیحات خود ترغیب کند، بدون آنکه از ابزارهای اجبار استفاده کند، از نوعی قدرت مشارکتی یا نرم برخوردار است که در آن تعیین دستور کار و جهت‌دهی به ترجیحات دیگران، به اندازه اعمال فشار مستقیم اهمیت می‌یابد (Russakova & Zhakyanova, 2023: 2).



در همین چارچوب، جوزف نای با طرح مفهوم قدرت نرم، کوشید ابعاد جدیدی از قدرت را تبیین کند که در نظریه های سنتی روابط بین الملل کمتر مورد توجه قرار گرفته بود. از دیدگاه وی، قدرت سخت بر توانایی و داشتن دیگران به انجام رفتاری برخلاف ترجیحات اولیه آنان از طریق تهدید، اجبار یا مشوق های مادی استوار است، در حالی که قدرت نرم «توانایی واداشتن دیگران به خواستن نتایجی است که شما خواهان آن هستید» و این هدف را از طریق جذابیت، اقناع و شکل دادن به ترجیحات دیگران دنبال می کند (Nye, 2009: 1). بر این اساس، تفاوت اصلی قدرت نرم و قدرت سخت نه در اهداف، بلکه در ابزارهای دستیابی به اهداف نهفته است. در حالی که قدرت سخت عمدتاً بر «چماق و هویج» تکیه دارد، قدرت نرم از ظرفیت های فرهنگی، ارزشی و هنجاری برای ایجاد تمایل در دیگران استفاده می کند. به همین دلیل، نای قدرت نرم را بیش از آنکه جایگزینی برای قدرت سخت بداند، مکمل آن تلقی می کند؛ زیرا دولت ها در عمل برای تحقق منافع خود معمولاً از ترکیبی از ابزارهای مادی و غیرمادی بهره می گیرند. با این حال، وی معتقد است در جهان امروز استفاده از قدرت سخت به دلیل هزینه های اقتصادی، سیاسی و حتی حیثیتی، بیش از گذشته دشوار شده است، در حالی که قدرت نرم با اتکا بر جذابیت و متقاعد سازی، می تواند با هزینه ای کمتر و پایداری بیشتر بر رفتار دیگران اثر بگذارد (ibid: 1-2).

بر خلاف برداشت های اولیه که قدرت نرم را صرفاً به جذابیت فرهنگی تقلیل می دادند، ادبیات جدید این حوزه نشان می دهد که سازوکار اثرگذاری قدرت نرم، فرایندی پیچیده و چندمرحله ای است. کرونیگ، مک آدام و وبر معتقدند که اعمال قدرت نرم زمانی محقق می شود که دولت ها بتوانند از ابزارهای غیرمادی برای تغییر نگرش و رفتار سایر بازیگران استفاده کنند؛ به گونه ای که مخاطبان، بدون تغییر در ساختار انگیزه های مادی خود، به انجام رفتاری ترغیب شوند که در شرایط عادی تمایلی به آن نداشتند (Kroenig et al., 2010: 3). تحقق چنین فرایندی مستلزم آن است که پیام ارائه شده از سوی دولت، از اعتبار و جذابیت کافی برخوردار باشد؛ زیرا متقاعد سازی زمانی بیشترین اثربخشی را دارد که مخاطب، منبع پیام را متخصص، قابل اعتماد و مشروع بداند. علاوه بر این، کیفیت، محتوای پیام و تکرار آن نیز در افزایش اثربخشی قدرت نرم نقش تعیین کننده ای ایفا می کند (ibid: 7). بنابراین، قدرت نرم صرفاً نتیجه برخورداری از منابع فرهنگی نیست، بلکه به کیفیت انتقال این منابع، نحوه ادراک مخاطبان و میزان اعتبار بازیگری که پیام را تولید می کند نیز وابسته است.

بر همین اساس، نای سه منبع اصلی قدرت نرم را شامل جذابیت فرهنگی، ارزش های ایدئولوژیک و نهادها و قواعد بین المللی معرفی می کند (Russakova & Zhakyanova, 2023: 4). فرهنگ زمانی به منبع قدرت نرم تبدیل می شود که برای سایر جوامع جذاب و الهام بخش باشد؛ ارزش های سیاسی هنگامی قدرت آفرین هستند که در عمل نیز مشروعیت و مقبولیت داشته باشند و نهادهای بین المللی نیز زمانی قدرت نرم یک کشور را تقویت می کنند که بتوانند ارزش ها، هنجارها و قواعد مورد نظر آن را در سطح جهانی بازتولید و مشروعیت بخشند. از این رو، اگر کشوری بتواند قواعد و نهادهای بین المللی را در راستای ارزش ها و منافع خود شکل دهد، اقدامات آن در نگاه سایر بازیگران مشروع تر تلقی خواهد شد و ظرفیت بیشتری برای اثرگذاری بر رفتار

دیگران خواهد داشت (Nye, 2009: 2). در نتیجه، قدرت نرم بیش از آنکه محصول یک منبع واحد باشد، حاصل تعامل میان فرهنگ، ارزش‌ها، نهادها و ادراکات بین‌المللی است.

با وجود اهمیت نظریه قدرت نرم، این نظریه با محدودیت‌هایی نیز مواجه است. نخست آنکه قدرت نرم همواره در خدمت اهداف مثبت قرار نمی‌گیرد و حتی تبلیغات نیز می‌تواند گونه‌ای از قدرت نرم تلقی شود؛ زیرا تغییر نگرش دیگران لزوماً به معنای تحقق اهداف اخلاقی یا مطلوب نیست (Ibid). دوم آنکه اثربخشی قدرت نرم به برداشت عمومی از رفتار یک کشور وابسته است و هرگونه تعارض میان ارزش‌های ادعایی و عملکرد واقعی، می‌تواند جذابیت آن را کاهش دهد. برای مثال، شره‌نشان می‌دهد که حتی برخورداری از ظرفیت‌های گسترده فرهنگی و رسانه‌ای نیز نمی‌تواند آثار منفی ناشی از کاهش همکاری‌های بین‌المللی یا تضعیف مشروعیت یک کشور را جبران کند؛ زیرا قدرت نرم تنها زمانی کارآمد است که تصویر بین‌المللی آن کشور با ارزش‌های اعلام شده‌اش سازگار باشد (Schere, 2021: 57). افزون بر این، در شرایطی که دولت‌ها کنترل گسترده‌ای بر جریان اطلاعات اعمال می‌کنند یا رقابت ایده‌ها در محیطی نابرابر شکل می‌گیرد، امکان بهره‌گیری مؤثر از قدرت نرم نیز با محدودیت مواجه می‌شود (Kroenig et al., 2010: 6).

با وجود این، مهم‌ترین محدودیت نظریه نای از منظر پژوهش حاضر آن است که اگرچه این نظریه منابع و سازوکارهای کلی اثرگذاری قدرت نرم را به خوبی تبیین می‌کند، اما درباره چگونگی شکل‌گیری و تولید این منابع توضیح چندانی ارائه نمی‌دهد. به بیان دیگر، نظریه قدرت نرم روشن می‌سازد که فرهنگ، ارزش‌ها و نهادها می‌توانند به افزایش جذابیت بین‌المللی یک کشور بینجامند، اما کمتر به این پرسش می‌پردازد که دولت‌ها چگونه می‌توانند از طریق سیاست‌های توسعه‌ای، این منابع را ایجاد، تقویت و به مزیت رقابتی در عرصه بین‌المللی تبدیل کنند. این خلأ نظری به ویژه در بررسی تجربه کشورهای مانند کره جنوبی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ زیرا قدرت نرم این کشور بیش از آنکه بر میراث فرهنگی سنتی استوار باشد، بر توسعه هدفمند صنایع خلاق، نوآوری و سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق مبتنی است. از این رو، برای تبیین فرایند تولید قدرت نرم در کره جنوبی، لازم است نظریه قدرت نرم در پیوند با ادبیات اقتصاد خلاق مورد بررسی قرار گیرد؛ موضوعی که در بخش بعدی به آن پرداخته می‌شود.

۲-۲. اقتصاد خلاق و ظرفیت‌های تولید قدرت نرم

اقتصاد خلاق در دو دهه اخیر به یکی از مهم‌ترین رویکردهای توسعه در جهان تبدیل شده است. برخلاف الگوهای سنتی توسعه که رشد اقتصادی را عمدتاً بر پایه سرمایه فیزیکی، منابع طبیعی و نیروی کار ارزیابی می‌کردند، اقتصاد خلاق بر این فرض استوار است که مهم‌ترین منبع خلق ارزش در اقتصاد معاصر، خلاقیت، دانش، نوآوری و سرمایه فکری انسان است. از این منظر، مزیت رقابتی کشورها بیش از آنکه به میزان برخورداری از منابع طبیعی وابسته باشد، به توانایی آنها در تولید ایده‌های نو، تبدیل دانش به محصول و خلق ارزش‌های جدید اقتصادی و فرهنگی وابسته است. بر همین اساس، اقتصاد خلاق را می‌توان مجموعه



ای از روابط اجتماعی و اقتصادی دانست که بر پایه تولید، توزیع، مبادله و مصرف ایده ها، دانش، نوآوری و راه حل های غیرمتعارف شکل می گیرد و هدف آن خلق ارزش های جدید اقتصادی و اجتماعی است (Moiseienko, 2022: 382). در این معنا، اقتصاد خلاق صرفاً به توسعه فعالیت های هنری محدود نمی شود، بلکه الگویی نوین از سازماندهی اقتصاد است که در آن خلاقیت انسانی به مهم ترین منبع خلق ارزش تبدیل می شود.

ظهور اقتصاد خلاق، بازتابی از تحولات گسترده اقتصاد جهانی و گذار از اقتصاد صنعتی به اقتصاد دانش بنیان است. در چنین شرایطی، دانش، اطلاعات، سرمایه انسانی و نوآوری جایگزین بسیاری از عوامل سنتی تولید شده اند و نقش تعیین کننده ای در افزایش بهره وری و رشد اقتصادی یافته اند. به همین دلیل، تفاوت اصلی اقتصاد سنتی و اقتصاد خلاق در آن است که در اقتصاد خلاق، سرمایه فکری، دانش، اطلاعات و نوآوری به مهم ترین ابزارهای تولید ارزش تبدیل می شوند (ibid: 383). این تحول موجب شده است که اقتصاد خلاق به عنوان مدلی جدید از رشد اقتصادی شناخته شود؛ مدلی که علاوه بر نیاز کمتر به سرمایه گذاری های سنگین در زیرساخت های فیزیکی، بر توسعه سرمایه انسانی، زیرساخت های نرم و ظرفیت های نوآورانه استوار است (ibid). از این رو، بسیاری از کشورها توسعه اقتصاد خلاق را نه صرفاً به عنوان یک سیاست فرهنگی، بلکه به عنوان بخشی از راهبرد توسعه ملی خود مورد توجه قرار داده اند. در همین راستا، مفهوم صنایع خلاق نیز به تدریج جایگاه ویژه ای در ادبیات اقتصاد خلاق پیدا کرد. نخستین تعریف منسجم از این مفهوم توسط وزارت فرهنگ، رسانه و ورزش بریتانیا ارائه شد که صنایع خلاق را صناعی معرفی می کند که بر خلاقیت، مهارت و استعداد فردی استوار هستند و از طریق توسعه دارایی های فکری، ظرفیت ایجاد ثروت و اشتغال را دارند (Hartley, 2007: 12). این صنایع طیف گسترده ای از فعالیت ها، از جمله نشر، رسانه، سینما، موسیقی، طراحی، نرم افزار، بازی های رایانه ای و سایر فعالیت های مبتنی بر مالکیت فکری را در بر می گیرند. به همین دلیل، اصطلاح «صنایع خلاق» به عنوان مفهومی فراگیر، هم فعالیت های فرهنگی مورد حمایت دولت و هم فعالیت های تجاری مبتنی بر بازار را شامل می شود و نسبت به مفهوم اقتصاد خلاق، بیشتر بر حوزه های تولید محصول تمرکز دارد (Pratt, 2013: 13).

رشد سریع صنایع خلاق در سال های اخیر، توجه بسیاری از دولت ها را به خود جلب کرده است. اگرچه بخش قابل توجهی از این رشد سال ها در آمارهای رسمی منعکس نمی شد، اما گسترش مستمر این صنایع موجب شد تا سیاست گذاران اهمیت آنها را در توسعه اقتصادی و اجتماعی بیش از گذشته مورد توجه قرار دهند (ibid: 2). به همین دلیل، بسیاری از دولت ها ناگزیر شدند سیاست ها، برنامه های توسعه و نظام های حمایتی خود را با الزامات اقتصاد خلاق بازنگری کنند (ibid: 6). این تحول بیانگر آن است که اقتصاد خلاق دیگر حوزه ای حاشیه ای یا محدود به فعالیت های فرهنگی نیست، بلکه به بخشی از جریان اصلی توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها تبدیل شده است؛ به گونه ای که تولید فرهنگی و محصولات خلاق، نه تنها از نظر اقتصادی، بلکه از منظر سیاست گذاری و توسعه نیز اهمیت روزافزونی یافته اند (ibid: 2). بدین سبب، یکی از ویژگی های متمایز اقتصاد

خلاق، پیوند عمیق آن با جامعه و فرهنگ است. برخلاف اقتصاد صنعتی که عمدتاً بر تولید کالاهای مادی استوار بود، اقتصاد خلاق بر تولید ارزش‌های نمادین، فرهنگی و اجتماعی تکیه دارد. در این چارچوب، تولید محصولات خلاق تنها به خلق درآمد یا اشتغال منجر نمی‌شود، بلکه فرصت‌هایی برای تقویت انسجام اجتماعی، انتقال دانش، بازنمایی هویت فرهنگی و گسترش تعاملات فرهنگی نیز فراهم می‌آورد (Moiseienko, 2022: 384). از همین رو، برخی پژوهشگران اقتصاد خلاق را فرایندی برای «بازتجسم اقتصاد در جامعه» می‌دانند؛ فرایندی که در آن روابط اقتصادی بار دیگر در متن روابط اجتماعی و فرهنگی قرار می‌گیرد و همکاری، شبکه‌سازی و مشارکت اجتماعی به بخشی از سازوکار خلق ارزش تبدیل می‌شوند (Gandini et al., 2017: ۱۷). در نتیجه، اقتصاد خلاق را نمی‌توان صرفاً الگویی برای افزایش تولید یا رشد اقتصادی دانست، بلکه باید آن را نظامی اجتماعی و فرهنگی تلقی کرد که ارزش اقتصادی را از رهگذر معنا، هویت و خلاقیت تولید می‌کند. در همین چارچوب، اهمیت اقتصاد خلاق تنها به آثار اقتصادی آن محدود نمی‌شود. پیوند میان خلاقیت، فرهنگ، فناوری و اقتصاد، ظرفیت تولید سرمایه فکری را فراهم می‌آورد؛ ظرفیتی که علاوه بر ایجاد درآمد، اشتغال و صادرات، به ارتقای توسعه انسانی، تقویت تنوع فرهنگی و افزایش مشارکت اجتماعی نیز منجر می‌شود (Newbigin, 2019: 3). از این منظر، اقتصاد خلاق بستری را فراهم می‌سازد که در آن محصولات فرهنگی از سطح کالاهای صرفاً اقتصادی فراتر رفته و به حاملان معنا، هویت و ارزش‌های فرهنگی تبدیل می‌شوند. هنگامی که این محصولات بتوانند در بازارهای جهانی مخاطب پیدا کنند، به تدریج تصویری مشخص از فرهنگ، سبک زندگی، ارزش‌ها و توانمندی‌های یک کشور در ذهن مخاطبان خارجی شکل می‌گیرد. بنابراین، اقتصاد خلاق به خودی خود قدرت نرم تولید نمی‌کند، بلکه ظرفیت تولید دارایی‌های فرهنگی و نمادینی را فراهم می‌آورد که در صورت حمایت هدفمند از سوی دولت و حضور موفق در عرصه بین‌المللی، می‌توانند به منابعی برای افزایش جذابیت بین‌المللی و تولید قدرت نرم تبدیل شوند. از این منظر، در پژوهش حاضر اقتصاد خلاق نه صرفاً یک الگوی رشد اقتصادی، بلکه سازوکاری برای تبدیل خلاقیت، نوآوری و سرمایه فرهنگی به منابع قدرت نرم تلقی می‌شود؛ سازوکاری که چارچوب نظری لازم برای تحلیل تجربه کره جنوبی را فراهم می‌آورد.

شکل ۱. مدل مفهومی مبتنی بر چارچوب نظری





۳- روش‌شناسی پژوهش

۳-۱- روش پژوهش: ردیابی فرآیند

در پژوهش‌های علوم سیاسی، جامعه‌شناسی، تاریخ و روابط بین‌الملل، ردیابی فرآیند به یکی از مهم‌ترین روش‌های کیفی برای تحلیل پدیده‌های اجتماعی و تاریخی تبدیل شده است. علت این جایگاه آن است که این روش امکان شناسایی سازوکارهای علی شکل‌دهنده رخدادها را فراهم می‌کند و از طریق بازسازی زنجیره وقایع، نحوه اثرگذاری متغیر مستقل بر متغیر وابسته را آشکار می‌سازد. از این رو، ردیابی فرآیند نه صرفاً به همبستگی میان متغیرها، بلکه به تبیین مسیرها و مکانیسم‌هایی می‌پردازد که در شکل‌گیری پیامدهای تاریخی و اجتماعی نقش داشته‌اند.

پژوهش حاضر نیز بر همین مبنا و با اتکا به روش ردیابی فرآیند انجام شده است. این روش به‌عنوان یکی از رهیافت‌های کیفی، امکان شناسایی یا رد سازوکارهای علی را در یک مطالعه موردی فراهم می‌کند و از طریق بررسی توالی رخدادها، رابطه میان متغیر مستقل و متغیر وابسته را توضیح می‌دهد (Ylikoski, 2015: 635).

از منظر علوم سیاسی، مطالعه موردی اساساً با هدف تبیین روابط علت و معلولی انجام می‌شود؛ بنابراین، پیوند میان اجزای یک کنش یا رخداد بر مبنای رابطه علی تحلیل می‌شود و تمرکز اصلی پژوهش بر کشف مکانیسم‌هایی قرار می‌گیرد که این روابط را شکل داده‌اند (Crasnow, 2022: 230). بر همین اساس، مهم‌ترین کارکرد پژوهش‌های مبتنی بر ردیابی فرآیند، آشکار ساختن مکانیسم‌های علی مؤثر بر پیدایش و تحول رویدادهای تاریخی و اجتماعی است.

بیچ و پدرسن ردیابی فرآیند را در سه قالب متمایز دسته‌بندی می‌کنند. نخست، «ردیابی فرایند برای آزمون نظریه» است. در این نوع، متغیرهای X و Y از پیش مشخص هستند و یا فرضیه‌هایی درباره سازوکار علی میان آن‌ها وجود دارد؛ همچنین ممکن است پژوهشگر با اتکا به نظریه‌های موجود و استدلال منطقی، مکانیسم علی مورد انتظار را تدوین کرده و سپس آن را در پرتو شواهد تجربی مورد آزمون قرار دهد (Beach & Pedersen, 2013: 14).

نوع دوم، «ردیابی فرایند با هدف نظریه‌پردازی» است. در این رویکرد، برخلاف مطالعه‌ای که صرفاً به یک مورد خاص محدود باشد، هدف دستیابی به افق‌های نظری گسترده‌تر است. در خالص‌ترین صورت، تحلیل از داده‌های تجربی آغاز می‌شود و پژوهشگر با بررسی نظام‌مند این داده‌ها، می‌کوشد مکانیسم علی معقولی را کشف کند که بتواند نحوه ارتباط متغیر X با متغیر Y را تبیین کند (Ibid: 16).

سومین گونه، «ردیابی فرایند با هدف توضیح نتیجه» نام دارد. در این شیوه، نقطه آغاز پژوهش یک نتیجه مشخص است که به دلیل پیچیدگی یا ابهام، نیازمند تبیین است. هدف آن است که توضیحی حداقلی اما کافی برای آن نتیجه ارائه شود؛ توضیحی که همه ابعاد اساسی آن را پوشش دهد، بی‌آنکه عناصر غیرضروری یا تبیین‌های زائد به آن افزوده شود (Ibid: 18).



۲-۳- شیوه گردآوری و تحلیل داده‌ها

داده‌های این پژوهش از طریق روش اسنادی گردآوری شده‌اند و به‌منظور افزایش اعتبار یافته‌ها، از منابع متنوع دست اول و دست دوم استفاده شده است. همچنین، طراحی پژوهش بر تلفیق داده‌های کیفی و کمی استوار است تا ابعاد مختلف مسئله پژوهش به‌صورت جامع مورد بررسی قرار گیرد.

در بخش کیفی، خاطرات، اسناد آرشیوی و منابع تاریخی در چارچوب روش ردیابی فرایند تحلیل شده‌اند تا الگوهای تصمیم‌گیری، عوامل مؤثر بر تغییر رویکردها و مکانیسم‌های علی حاکم بر تحولات شناسایی شوند. در کنار این تحلیل، داده‌های آماری استخراج شده از منابع رسمی در قالب نمودارها و تفسیرهای آماری ارائه شده‌اند تا به‌عنوان شواهد مکمل، امکان آزمون تجربی فرضیه‌های حاصل از تحلیل کیفی را فراهم آورند. بدین ترتیب، تلفیق داده‌های کیفی و کمی، ضمن تقویت استحکام استدلال پژوهش، موجب افزایش عینیت و اتکاپذیری یافته‌های تحقیق شده است.

۴. یافته‌های پژوهش

بر مبنای روش ردیابی فرایند، یافته‌های این پژوهش به جای توصیف خطی و زمانی رویدادها، بر اساس توالی علی و مراحل تبدیل سیاست‌های اقتصادی به قدرت نرم تدوین شده است. در این چارچوب تحلیلی، هر مرحله به عنوان پیش شرط و زمینه‌ساز نهادی یا مادی برای مرحله بعدی عمل می‌کند تا در نهایت، زنجیره علی تولید قدرت نرم تکمیل گردد (Pedersen, & Beach, 2013).

۴-۱. شکل‌گیری سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق

شکل‌گیری سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق در کره جنوبی حاصل مجموعه‌ای از تحولات اقتصادی، اجتماعی و فناورانه است که از دهه ۱۹۹۰ به بعد به تدریج مسیر توسعه این کشور را از اقتصاد مبتنی بر تولید صنعتی به اقتصاد مبتنی بر دانش، نوآوری و صنایع فرهنگی تغییر داد. پس از موفقیت کره جنوبی در صنعتی‌سازی و صادرات محصولات تولیدی، سیاست‌گذاران این کشور دریافتند که تداوم رشد اقتصادی مستلزم حرکت به سمت فعالیت‌هایی با ارزش افزوده بالا و مبتنی بر سرمایه انسانی است. از این رو، توسعه اقتصاد خلاق به عنوان راهبردی برای افزایش رقابت‌پذیری ملی و کاهش وابستگی به صنایع سنتی در دستور کار دولت قرار گرفت (Howkins, 2001:7). همچنین، یکی از مهم‌ترین زمینه‌های شکل‌گیری این سیاست‌ها، بحران مالی آسیا در سال ۱۹۹۷ بود. این بحران آسیب‌پذیری اقتصاد کره جنوبی را در برابر وابستگی شدید به صنایع بزرگ و تولیدمحور آشکار ساخت و دولت را به سمت اصلاح ساختار اقتصادی و سرمایه‌گذاری در بخش‌های دانش‌بنیان سوق داد. در این دوره، دولت با افزایش سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، فناوری اطلاعات و ارتباطات و آموزش نیروی انسانی، زیرساخت‌های لازم برای توسعه اقتصاد خلاق را فراهم کرد (OECD, 2014).



عامل مهم دیگر، گسترش فناوری‌های دیجیتال و اینترنت پرسرعت در کره جنوبی بود. این کشور با سرمایه‌گذاری گسترده در زیرساخت‌های ارتباطی، بستری مناسب برای رشد صنایع خلاق از جمله تولید محتوای دیجیتال، بازی‌های رایانه‌ای، موسیقی، فیلم و انیمیشن ایجاد کرد. این زیرساخت‌ها امکان تجاری‌سازی ایده‌های نوآورانه و توسعه شرکت‌های نوپا را فراهم ساخت و اقتصاد خلاق را به یکی از محورهای اصلی توسعه اقتصادی تبدیل نمود (UNCTAD, 2018). از سوی دیگر، موفقیت جهانی موج فرهنگی کره نیز نقش مهمی در تقویت سیاست‌های اقتصاد خلاق ایفا کرد. افزایش محبوبیت محصولات فرهنگی کره‌ای مانند موسیقی **K-pop**، سریال‌های تلویزیونی و فیلم‌ها نشان داد که صنایع فرهنگی می‌توانند علاوه بر ایجاد درآمد، قدرت نرم کشور را نیز افزایش دهند. به همین دلیل دولت کره جنوبی حمایت از صنایع فرهنگی و خلاق را به عنوان بخشی از سیاست توسعه ملی در دستور کار قرار داد و با ایجاد مراکز نوآوری، حمایت مالی از استارت‌آپ‌ها و تقویت همکاری میان دانشگاه، صنعت و دولت، زیست‌بوم اقتصاد خلاق را گسترش داد (Kim, 2016:155).

در نهایت، روی کار آمدن دولت «پارک گئون-هه» در سال ۲۰۱۳ نقطه عطفی در نهادینه شدن سیاست‌های اقتصاد خلاق بود. این دولت با معرفی راهبرد «اقتصاد خلاق» تلاش کرد نوآوری، کارآفرینی و همگرایی فناوری را به موتور جدید رشد اقتصادی تبدیل کند. ایجاد مراکز اقتصاد خلاق و نوآوری در استان‌های مختلف، حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط و توسعه اکوسیستم استارت‌آپی از مهم‌ترین اقدامات این دوره بود که زمینه گسترش اقتصاد مبتنی بر دانش و خلاقیت را بیش از پیش فراهم کرد (Park, 2013; OECD, 2014).

۲-۴. طراحی و اجرای سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق

طراحی و اجرای سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق در کره جنوبی بر پایه یک رویکرد نظام‌مند و دولت‌محور شکل گرفته است که هدف آن تبدیل خلاقیت، نوآوری و فناوری به موتور اصلی رشد اقتصادی بوده است. این سیاست‌ها از اوایل دهه ۲۰۰۰ آغاز شدند، اما با روی کار آمدن دولت «پارک گئون-هه» در سال ۲۰۱۳، مفهوم «اقتصاد خلاق» به عنوان راهبرد اصلی توسعه ملی در مرکز برنامه‌های اقتصادی کشور قرار گرفت. در این چارچوب، اقتصاد خلاق به معنای ایجاد ارزش افزوده از طریق تلفیق دانش، فناوری، فرهنگ و کارآفرینی تعریف شد و دولت تلاش کرد با ایجاد یک اکوسیستم نوآوری، زمینه رشد کسب‌وکارهای خلاق و دانش‌بنیان را فراهم کند (Park, 2013:128). در همین راستا، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های طراحی این سیاست‌ها، هماهنگی میان نهادهای دولتی، دانشگاه‌ها، بخش خصوصی و مراکز پژوهشی بود. دولت کره جنوبی با اتخاذ الگوی «ماریچ سه‌گانه»، همکاری میان صنعت، دانشگاه و دولت را تقویت کرد تا فرآیند تولید دانش، تجاری‌سازی فناوری و توسعه نوآوری با سرعت بیشتری انجام شود. در این چارچوب، وزارت علوم و فناوری، وزارت فرهنگ، ورزش و گردشگری و وزارت تجارت، صنعت و انرژی نقش محوری در تدوین و اجرای سیاست‌های اقتصاد خلاق بر عهده داشتند (Etzkowitz & Zhou, 2017:27).

از مهم‌ترین اقدامات اجرایی، ایجاد مراکز اقتصاد خلاق و نوآوری در سراسر کشور بود. این مراکز با مشارکت شرکت‌های بزرگ کره‌ای مانند سامسونگ، هیوندای، ال‌جی و اس‌کی تأسیس شدند و وظیفه حمایت از استارت‌آپ‌ها، ارائه خدمات مشاوره،



تأمین سرمایه اولیه، آموزش کارآفرینی و ایجاد ارتباط میان شرکت‌های نوپا و صنایع بزرگ را بر عهده گرفتند. این مراکز همچنین نقش مهمی در توسعه فناوری‌های نوظهور، تجاری‌سازی ایده‌های خلاق و ایجاد فرصت‌های شغلی ایفا کردند (OECD, 2014). این در حالی است که حمایت مالی و حقوقی نیز بخش مهمی از اجرای این سیاست‌ها بود. دولت با ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر، اعطای تسهیلات مالی، معافیت‌های مالیاتی و اصلاح قوانین مرتبط با مالکیت فکری، تلاش کرد ریسک فعالیت‌های نوآورانه را کاهش دهد و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی را افزایش دهد. علاوه بر این، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، گسترش اینترنت پرسرعت و سرمایه‌گذاری مستمر در تحقیق و توسعه، زمینه مناسبی برای رشد صنایع خلاق، از جمله بازی‌های رایانه‌ای، تولید محتوای دیجیتال، هوش مصنوعی و صنایع فرهنگی فراهم کرد (UNCTAD, 2018).

یکی دیگر از ابعاد مهم اجرای سیاست‌های اقتصاد خلاق، تمرکز بر توسعه سرمایه انسانی بود. دولت کره جنوبی با اصلاح نظام آموزشی، تقویت آموزش مهارت‌های کارآفرینی، برنامه‌نویسی، طراحی و تفکر خلاق و همچنین حمایت از همکاری دانشگاه‌ها با صنعت، نیروی انسانی مورد نیاز اقتصاد خلاق را تربیت کرد. در کنار این اقدامات، برنامه‌های بین‌المللی سازی شرکت‌های خلاق و حمایت از صادرات محصولات فرهنگی، به‌ویژه در قالب موج کره‌ای، موجب افزایش سهم صنایع خلاق در تولید ناخالص داخلی و ارتقای جایگاه جهانی کره جنوبی شد (Kim, 2016:16). در مجموع، تجربه کره جنوبی نشان می‌دهد که موفقیت سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق حاصل ترکیب برنامه‌ریزی راهبردی، هماهنگی نهادی، سرمایه‌گذاری در فناوری و سرمایه انسانی، حمایت از نوآوری و ایجاد پیوند مؤثر میان دولت، دانشگاه و بخش خصوصی بوده است. این الگو توانسته است اقتصاد کره جنوبی را از یک اقتصاد صنعتی به یکی از پیشروترین اقتصادهای نوآور و خلاق جهان تبدیل کند (OECD, 2014).

۳-۴. توسعه صنایع خلاق به عنوان بستر تولید محصولات فرهنگی

توسعه صنایع خلاق در کره جنوبی یکی از مهم‌ترین محورهای سیاست‌های اقتصاد خلاق بوده است که با هدف افزایش ارزش افزوده اقتصادی، ارتقای قدرت نرم و گسترش صادرات فرهنگی دنبال شده است. صنایع خلاق مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی مبتنی بر خلاقیت، دانش، نوآوری و مالکیت فکری را دربر می‌گیرند و حوزه‌هایی مانند موسیقی، سینما، انیمیشن، بازی‌های رایانه‌ای، مد، طراحی، نشر، رسانه‌های دیجیتال و تولید محتوای فرهنگی را شامل می‌شوند. دولت کره جنوبی با درک ظرفیت بالای این صنایع در ایجاد اشتغال، درآمد و نفوذ فرهنگی، از اوایل دهه ۲۰۰۰ حمایت گسترده‌ای از آن‌ها را در دستور کار قرار داد (UNCTAD, 2018).

یکی از عوامل اصلی موفقیت کره جنوبی در توسعه صنایع خلاق، اتخاذ سیاست‌های حمایتی هدفمند بود. دولت از طریق تدوین برنامه‌های ملی، ارائه مشوق‌های مالی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های فرهنگی و حمایت از شرکت‌های کوچک و متوسط، شرایط مناسبی برای رشد تولیدکنندگان محصولات فرهنگی فراهم کرد. همچنین تأسیس نهادهایی مانند آژانس محتوای خلاق کره



نقش مهمی در توسعه صنایع فرهنگی، آموزش نیروی انسانی، حمایت از صادرات محصولات فرهنگی و جذب سرمایه‌گذاری ایفا کرده است (Jin, 2016:9).

صنعت موسیقی کره جنوبی (K-pop) نمونه‌ای موفق از پیوند میان اقتصاد خلاق و صنایع فرهنگی است. شرکت‌های بزرگ سرگرمی با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، بازاریابی دیجیتال و آموزش حرفه‌ای هنرمندان، توانسته‌اند محصولات فرهنگی رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی تولید کنند. موفقیت گروه‌هایی مانند BTS و BLACKPINK تنها حاصل استعداد هنری نیست، بلکه نتیجه وجود یک اکوسیستم منسجم از سرمایه‌گذاری، آموزش، مدیریت برند و حمایت‌های دولتی است که تولید فرهنگی را به یک صنعت سودآور تبدیل کرده است (Kim & Jin, 2016).

در کنار موسیقی، صنعت فیلم، سریال‌های تلویزیونی و پلتفرم‌های محتوای دیجیتال نیز سهم قابل توجهی در توسعه صنایع خلاق کره جنوبی داشته‌اند. موفقیت جهانی آثار Parasite و سریال Squid Game نشان داد که سرمایه‌گذاری مستمر در کیفیت تولید، نوآوری در روایت و استفاده از فناوری‌های پیشرفته می‌تواند محصولات فرهنگی را به کالاهایی با ارزش اقتصادی و فرهنگی بالا تبدیل کند. این موفقیت‌ها علاوه بر افزایش درآمدهای صادراتی، موجب تقویت تصویر بین‌المللی کره جنوبی و گسترش نفوذ فرهنگی این کشور در سطح جهان شده است (UNESCO, 2022). از سوی دیگر، توسعه صنایع خلاق در کره جنوبی بر پایه ارتباط نزدیک میان فناوری و فرهنگ شکل گرفته است. گسترش اینترنت پرسرعت، هوش مصنوعی، واقعیت مجازی و فناوری‌های دیجیتال، شیوه تولید، توزیع و مصرف محصولات فرهنگی را متحول کرده است. دولت با حمایت از شرکت‌های نوپا و استارت‌آپ‌های فعال در حوزه تولید محتوای دیجیتال، شرایط لازم برای توسعه بازارهای جدید فرهنگی را فراهم کرده و زمینه حضور گسترده تولیدکنندگان کره‌ای در اقتصاد دیجیتال جهانی را ایجاد کرده است (OECD, 2014).

در مجموع، تجربه کره جنوبی نشان می‌دهد که توسعه صنایع خلاق تنها به حمایت از تولید آثار فرهنگی محدود نمی‌شود، بلکه مستلزم ایجاد یک اکوسیستم جامع شامل سیاست‌گذاری هوشمند، سرمایه‌گذاری در فناوری، حمایت از نوآوری، حفاظت از حقوق مالکیت فکری و توسعه بازارهای بین‌المللی است. این رویکرد باعث شده است صنایع خلاق به بستری پایدار برای تولید محصولات فرهنگی، ایجاد اشتغال، افزایش درآمدهای صادراتی و تقویت قدرت نرم کره جنوبی تبدیل شوند (Howkins, 2001:21).

۴-۴. جهانی شدن محصولات فرهنگی کره جنوبی

جهانی شدن محصولات فرهنگی کره جنوبی یکی از برجسته‌ترین دستاوردهای سیاست‌های اقتصاد خلاق این کشور به شمار می‌رود. کره جنوبی با بهره‌گیری از ظرفیت صنایع خلاق، فناوری‌های نوین و حمایت‌های هدفمند دولت، توانسته است محصولات فرهنگی خود را از بازار داخلی فراتر برده و به برندهایی جهانی تبدیل کند. این روند که با عنوان «موج کره‌ای» یا هالیو شناخته

می‌شود، از اواخر دهه ۱۹۹۰ آغاز شد و به تدریج موسیقی، سینما، سریال‌های تلویزیونی، بازی‌های رایانه‌ای، مد، زیبایی و سبک زندگی کره‌ای را به بخش مهمی از بازار جهانی فرهنگ تبدیل کرد (Kim, 2013:17).

یکی از مهم‌ترین عوامل جهانی شدن محصولات فرهنگی کره جنوبی، تدوین سیاست‌های فرهنگی مبتنی بر صادرات بود. دولت کره جنوبی با شناسایی صنایع فرهنگی به عنوان یکی از بخش‌های راهبردی اقتصاد، برنامه‌های جامعی برای حمایت از تولید، بازاریابی و حضور بین‌المللی محصولات فرهنگی تدوین کرد. این حمایت‌ها شامل سرمایه‌گذاری در تولید محتوا، اعطای تسهیلات مالی، تقویت نظام مالکیت فکری، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال و حمایت از حضور شرکت‌های فرهنگی در بازارهای بین‌المللی بود. همچنین نهادهایی مانند آژانس محتوای خلاق کره نقش مهمی در معرفی محصولات فرهنگی کره به بازارهای جهانی و توسعه همکاری‌های بین‌المللی ایفا کردند (Jin, 2016:10). گسترش فناوری‌های ارتباطی و پلتفرم‌های دیجیتال نیز نقش تعیین‌کننده‌ای در جهانی شدن فرهنگ کره‌ای داشته است. توسعه اینترنت پرسرعت، شبکه‌های اجتماعی و خدمات پخش آنلاین، امکان دسترسی مخاطبان سراسر جهان به محصولات فرهنگی کره را فراهم کرد. پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب و نتفلیکس موجب شدند موسیقی **K-pop**، سریال‌های تلویزیونی و فیلم‌های کره‌ای بدون وابستگی به رسانه‌های سنتی در بازارهای جهانی توزیع شوند. موفقیت جهانی گروه‌هایی مانند و همچنین آثاری مانند **Parasite** و **Squid Game** نشان داد که فناوری دیجیتال می‌تواند مرزهای جغرافیایی را درنوردد و محصولات فرهنگی را به کالاهایی جهانی تبدیل کند (Jin, 2016; UNESCO, 2022). از همین رو، جهانی شدن محصولات فرهنگی کره جنوبی علاوه بر دستاوردهای اقتصادی، به افزایش قدرت نرم این کشور نیز منجر شده است. بر اساس نظریه قدرت نرم، جذابیت فرهنگی می‌تواند بر نگرش و رفتار سایر کشورها تأثیر بگذارد و جایگاه بین‌المللی یک کشور را تقویت کند (Nye, 2004:20). محبوبیت جهانی موسیقی، فیلم، غذا، مد و محصولات آرایشی کره‌ای موجب افزایش گردشگری، رشد صادرات کالاهای فرهنگی و حتی افزایش تقاضا برای یادگیری زبان کره‌ای شده است. به همین دلیل، فرهنگ به یکی از ابزارهای مهم دیپلماسی عمومی و تقویت تصویر بین‌المللی کره جنوبی تبدیل شده است (Kim, 2013). بدین سبب، تجربه کره جنوبی نشان می‌دهد که جهانی شدن محصولات فرهنگی نتیجه تعامل میان سیاست‌گذاری دولتی، سرمایه‌گذاری در صنایع خلاق، توسعه فناوری‌های دیجیتال و حضور فعال بخش خصوصی در بازارهای جهانی است. این تجربه بیانگر آن است که اقتصاد خلاق می‌تواند علاوه بر ایجاد درآمد و اشتغال، ابزاری مؤثر برای افزایش قدرت نرم، ارتقای برند ملی و تقویت جایگاه بین‌المللی کشورها باشد (UNCTAD, 2018).

۴-۵. فرایند تبدیل محصولات فرهنگی به جذابیت بین‌المللی

تبدیل محصولات فرهنگی به جذابیت بین‌المللی در کره جنوبی حاصل یک فرآیند تدریجی، برنامه‌ریزی‌شده و چندبعدی است که در آن سیاست‌گذاری فرهنگی، توسعه صنایع خلاق، نوآوری فناورانه و بازاریابی جهانی به صورت هماهنگ عمل کرده‌اند. برخلاف بسیاری از کشورها که موفقیت محصولات فرهنگی آن‌ها بیشتر به عوامل اتفاقی وابسته بوده است، کره جنوبی با طراحی



یک اکوسیستم منسجم توانسته است تولیدات فرهنگی خود را به برندهایی جهانی تبدیل کند. این فرآیند نه تنها به افزایش صادرات محصولات فرهنگی انجامیده، بلکه جایگاه فرهنگی و سیاسی این کشور را نیز در نظام بین‌الملل ارتقا داده است (Jin, 2016:8). نخستین مرحله این فرآیند، تولید محتوای باکیفیت و رقابت‌پذیر است. دولت کره جنوبی از طریق سرمایه‌گذاری در آموزش نیروی انسانی، حمایت از شرکت‌های فرهنگی و توسعه زیرساخت‌های فناوری، شرایطی را فراهم کرده است که تولیدکنندگان بتوانند محصولاتی با استانداردهای جهانی عرضه کنند. در این میان، شرکت‌های فعال در حوزه موسیقی، سینما، بازی‌های رایانه‌ای و رسانه‌های دیجیتال با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، تیم‌های تخصصی و تحقیقات بازار، محصولاتی تولید می‌کنند که علاوه بر حفظ هویت فرهنگی کره، با سلیقه مخاطبان جهانی نیز همخوانی داشته باشد (Kim, 2013:5).

مرحله دوم، برندسازی و بازاریابی بین‌المللی است. شرکت‌های فرهنگی کره‌ای از همان ابتدای فرآیند تولید، بازار جهانی را به عنوان مخاطب اصلی در نظر می‌گیرند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی، پلتفرم‌های پخش آنلاین، تبلیغات دیجیتال، همکاری با برندهای بین‌المللی و تعامل مستمر با هواداران، موجب شده است محصولات فرهنگی کره به سرعت در بازارهای مختلف شناخته شوند. در این میان، شکل‌گیری جوامع هواداری در سراسر جهان نقش مهمی در گسترش محبوبیت موسیقی **K-pop**، سریال‌ها و سایر محصولات فرهنگی ایفا کرده است (Jin & Yoon, 2016).

مرحله سوم، توسعه شبکه‌های توزیع جهانی است. ظهور پلتفرم‌های دیجیتال مانند نتفلیکس، یوتیوب، اسپاتیفای و سایر رسانه‌های برخط، محدودیت‌های جغرافیایی را از میان برداشته و امکان دسترسی مخاطبان جهانی به محصولات فرهنگی کره را فراهم کرده است. این تحول موجب شد تولیدکنندگان کره‌ای بدون وابستگی به شبکه‌های سنتی توزیع، آثار خود را به بازارهای بین‌المللی عرضه کنند. موفقیت جهانی فیلم **Parasite**، سریال **Squid Game** و آثار موسیقی گروه‌هایی مانند **BTS** نمونه‌هایی از بهره‌گیری موفق از این ظرفیت‌های دیجیتال هستند (UNESCO, 2022). در کنار این عوامل، حمایت مستمر دولت نقش مهمی در بین‌المللی شدن محصولات فرهنگی داشته است. دولت کره جنوبی با توسعه دیپلماسی فرهنگی، انعقاد توافق‌نامه‌های فرهنگی، حمایت از حضور هنرمندان در جشنواره‌های بین‌المللی، تقویت نظام مالکیت فکری و حمایت از صادرات صنایع فرهنگی، زمینه گسترش نفوذ جهانی فرهنگ کره را فراهم کرده است. همچنین نهادهایی مانند آژانس محتوای خلاق کره با ارائه خدمات آموزشی، مشاوره‌ای و مالی، مسیر ورود شرکت‌های فرهنگی به بازارهای جهانی را تسهیل کرده‌اند (OECD, 2014). تبدیل محصولات فرهنگی کره جنوبی به جذابیت بین‌المللی تنها نتیجه کیفیت آثار فرهنگی نیست، بلکه حاصل هم‌افزایی میان سیاست‌گذاری فرهنگی، اقتصاد خلاق، فناوری‌های دیجیتال، مدیریت برند و مشارکت فعال بخش خصوصی است. این فرآیند موجب شده است محصولات فرهنگی کره علاوه بر موفقیت اقتصادی، به ابزاری برای تقویت قدرت نرم، ارتقای تصویر ملی و افزایش نفوذ فرهنگی این کشور در عرصه جهانی تبدیل شوند (UNCTAD, 2018).

۴-۶. تبیین سازوکار تولید قدرت نرم کره جنوبی بر پایه سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق

قدرت نرم به توانایی یک کشور در تأثیرگذاری بر ترجیحات، نگرش‌ها و رفتار سایر بازیگران از طریق جذابیت فرهنگی، ارزش‌ها، مشروعیت سیاسی و دیپلماسی عمومی، بدون توسل به اجبار یا قدرت نظامی و اقتصادی، اشاره دارد (Nye, 2004). تجربه کره جنوبی نشان می‌دهد که سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق توانسته‌اند زمینه تولید و تقویت قدرت نرم این کشور را فراهم کنند. در این الگو، اقتصاد خلاق تنها ابزاری برای رشد اقتصادی نیست، بلکه سازوکاری برای تولید سرمایه نمادین، ارتقای برند ملی و افزایش نفوذ فرهنگی در سطح بین‌المللی محسوب می‌شود. از همین رهگذر، نخستین سازوکار تولید قدرت نرم، سرمایه‌گذاری هدفمند در صنایع فرهنگی و خلاق است. دولت کره جنوبی با قرار دادن صنایع فرهنگی در اولویت برنامه‌های توسعه، منابع مالی و نهادی قابل توجهی را به تولید موسیقی، سینما، سریال‌های تلویزیونی، بازی‌های رایانه‌ای، انیمیشن، طراحی و سایر صنایع خلاق اختصاص داد. این سیاست‌ها موجب افزایش کیفیت محصولات فرهنگی و ارتقای توان رقابتی آن‌ها در بازارهای جهانی شد. در نتیجه، محصولات فرهنگی کره‌ای نه تنها درآمد اقتصادی ایجاد کردند، بلکه تصویری جذاب، نوآور و پیشرفته از این کشور در ذهن مخاطبان جهانی شکل دادند (Kim, 2013). دومین سازوکار، هم‌افزایی میان فناوری، نوآوری و تولید فرهنگی است. توسعه زیرساخت‌های دیجیتال، اینترنت پرسرعت، فناوری‌های ارتباطی و پلتفرم‌های آنلاین، امکان تولید، توزیع و مصرف جهانی محصولات فرهنگی را فراهم کرد. شرکت‌های فرهنگی کره جنوبی با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی، خدمات پخش آنلاین و فناوری‌های نوین، توانستند مخاطبان گسترده‌ای در نقاط مختلف جهان جذب کنند. این دسترسی جهانی موجب شد فرهنگ کره‌ای به بخشی از زندگی روزمره میلیون‌ها نفر تبدیل شود و جذابیت فرهنگی این کشور به طور مستمر افزایش یابد (Jin, 2016).

سومین سازوکار، همکاری نظام‌مند میان دولت، بخش خصوصی و نهادهای فرهنگی است. دولت با ایجاد چارچوب‌های قانونی، حمایت از مالکیت فکری، تأمین منابع مالی و توسعه زیرساخت‌ها، زمینه فعالیت شرکت‌های خصوصی را فراهم کرده است. در مقابل، شرکت‌های بزرگ سرگرمی و رسانه‌ای با سرمایه‌گذاری در آموزش، نوآوری، مدیریت برند و بازاریابی بین‌المللی، محصولات فرهنگی را متناسب با نیازهای بازار جهانی تولید و عرضه می‌کنند. این همکاری نهادی باعث شده است که سیاست‌های فرهنگی و اقتصادی در راستای یک هدف مشترک، یعنی افزایش نفوذ فرهنگی و رقابت‌پذیری جهانی، عمل کنند (OECD, 2014). چهارمین سازوکار، پیوند میان محصولات فرهنگی و برند ملی است. موفقیت جهانی موسیقی **K-pop**، فیلم‌های سینمایی، سریال‌های تلویزیونی و سایر تولیدات فرهنگی، تصویری مثبت از کره جنوبی به عنوان کشوری خلاق، نوآور و پیشرفته ایجاد کرده است. این تصویر، به افزایش تقاضا برای سایر کالاها و خدمات کره‌ای، از جمله محصولات آرایشی، مد، فناوری، غذا، گردشگری و آموزش منجر شده است. بدین ترتیب، محصولات فرهنگی به ابزاری برای تقویت برند ملی و افزایش مزیت رقابتی اقتصاد کره جنوبی تبدیل شده‌اند (Anholt, 2007: ۱۳). علاوه بر این، سیاست‌های اقتصاد خلاق زمینه را برای تقویت دیپلماسی عمومی کره جنوبی نیز فراهم کرده‌اند. دولت از طریق برگزاری جشنواره‌های فرهنگی، حمایت از آموزش زبان کره‌ای، گسترش مراکز فرهنگی



در کشورهای مختلف و مشارکت فعال در رویدادهای بین‌المللی، تلاش کرده است جذابیت فرهنگی ایجاد شده توسط صنایع خلاق را به روابط سیاسی، اقتصادی و اجتماعی پایدار تبدیل کند. این اقدامات موجب افزایش شناخت جهانی از فرهنگ کره و تقویت سرمایه اجتماعی و فرهنگی این کشور در سطح بین‌المللی شده است (UNESCO, 2022). در مجموع، سازوکار تولید قدرت نرم در کره جنوبی بر پایه تعامل میان سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق، سرمایه‌گذاری در صنایع فرهنگی، توسعه فناوری‌های دیجیتال، همکاری دولت و بخش خصوصی و بهره‌گیری از دیپلماسی عمومی شکل گرفته است. این تجربه نشان می‌دهد که اقتصاد خلاق می‌تواند هم‌زمان اهداف اقتصادی و فرهنگی را محقق سازد و از طریق افزایش جذابیت بین‌المللی، جایگاه و نفوذ یک کشور را در نظام جهانی ارتقا دهد. از این منظر، قدرت نرم کره جنوبی محصول یک فرآیند سیاست‌گذاری منسجم و بلندمدت است که در آن فرهنگ، نوآوری و فناوری به عنوان منابع راهبردی قدرت مورد استفاده قرار گرفته‌اند (Nye, 2004; UNCTAD, 2018).

شکل ۲. مدل مفهومی مبتنی بر یافته‌های پژوهش



۴-۷. تبیین عوامل موفقیت سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق در تولید قدرت نرم کره جنوبی

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که موفقیت کره جنوبی در تبدیل اقتصاد خلاق به منبعی برای تولید قدرت نرم را نمی‌توان صرفاً با رشد صنایع فرهنگی یا افزایش صادرات محصولات فرهنگی توضیح داد. آنچه تجربه این کشور را از بسیاری از نمونه‌های مشابه متمایز می‌سازد، شکل‌گیری یک نظام سیاست‌گذاری منسجم است که در آن توسعه اقتصادی، سیاست فرهنگی، نوآوری فناورانه و راهبردهای جهانی‌سازی به صورت مکمل و در تعامل با یکدیگر عمل کرده‌اند. برخلاف کشورهایی که حمایت از صنایع فرهنگی را در قالب برنامه‌های محدود یا حمایت‌های مالی مقطعی دنبال کرده‌اند، دولت کره جنوبی از اوایل دهه ۲۰۱۰ اقتصاد خلاق را به عنوان یکی از ارکان راهبرد توسعه ملی در دستور کار قرار داد و با طراحی مجموعه‌ای از سیاست‌های هماهنگ، زمینه پیوند میان نوآوری، کارآفرینی، صنایع فرهنگی و بازارهای جهانی را فراهم ساخت (Affandi & Putri, 2023).

۳: ۲۰۲۳؛ 55: Lopez-Leyva & Guzmán-Solano, 2021). در همین راستا، اجرای راهبرد «اقتصاد خلاق» از سال ۲۰۱۳ تحت هدایت وزارت علم، فناوری اطلاعات و برنامه ریزی آینده، تنها به حمایت از فعالیت‌های فرهنگی محدود نبود، بلکه ایجاد استارت‌آپ‌ها، توسعه کارآفرینی، حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط، تأمین مالی نوآوری، تقویت حقوق مالکیت فکری، گسترش صادرات محصولات خلاق و ایجاد سازوکارهای سرمایه‌گذاری را نیز در بر می‌گرفت که همگی در خدمت شکل‌گیری یک اکوسیستم منسجم برای توسعه صنایع خلاق قرار داشتند (ibid).

عامل مهم دیگر، نقش فعال دولت در ایجاد نهادهای تخصصی برای هدایت و پشتیبانی از صنایع فرهنگی بود. برخلاف بسیاری از کشورها که سیاست‌های فرهنگی میان نهادهای متعدد پراکنده است، کره جنوبی با ایجاد سازمان‌هایی نظیر **KOCCA** سازوکاری متمرکز برای حمایت از صنایع محتوایی ایجاد کرد. این سازمان علاوه بر ارائه حمایت‌های مالی، مسئولیت توسعه بازارهای بین‌المللی، آموزش نیروی انسانی، جذب سرمایه، حمایت از نوآوری و تسهیل حضور شرکت‌های فرهنگی در بازارهای جهانی را نیز بر عهده گرفت. اهمیت این نهاد را می‌توان از روند افزایش بودجه آن دریافت؛ به گونه‌ای که بودجه اولیه ۵۰ میلیون دلاری آن طی سال‌های بعد به حدود ۵۰۰ میلیون دلار در سال رسید و به یکی از مهم‌ترین ابزارهای سیاست فرهنگی و قدرت نرم کره جنوبی تبدیل شد (Scibiorska-Kowalczyk & Cichoń, 2021: 8). همچنین ایجاد صندوق‌های سرمایه‌گذاری تخصصی برای صنایع فرهنگی و مشارکت هم‌زمان سرمایه عمومی و خصوصی، امکان تأمین مالی پروژه‌های پرریسک فرهنگی را فراهم کرد و موجب شد تولیدات فرهنگی از محدودیت‌های رایج بازار سرمایه عبور کنند (ibid).

با این حال، توسعه صنایع خلاق به تنهایی نمی‌توانست به تولید قدرت نرم منجر شود، مگر آنکه این محصولات امکان حضور گسترده در بازارهای جهانی را پیدا می‌کردند. یافته‌ها نشان می‌دهد که کره جنوبی این مسئله را نیز از طریق بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال و توسعه سکوهاى پخش جهانی مدیریت کرد. گسترش پلتفرم‌های برخط مانند **Disney**، **Netflix** و سایر خدمات **OTT** موجب شد محتوای فرهنگی کره جنوبی بدون وابستگی به شبکه‌های سنتی توزیع، در دسترس مخاطبان جهانی قرار گیرد و دامنه نفوذ آن به شکل قابل توجهی افزایش یابد (Affandi & Putri, 2023: 1). هم‌زمان با همه‌گیری کووید ۱۹، میزان مشاهده محتوای کره‌ای در نتفلیکس حدود ۳۷۰ درصد افزایش یافت و میزان مصرف این محتوا در داخل کره نیز از ۵۸/۵ درصد در سال ۲۰۲۰ به ۶۱/۱ درصد در سال ۲۰۲۱ رسید که نشان‌دهنده تقویت جایگاه جهانی محصولات فرهنگی این کشور است (Affandi & Putri, 2023: 3). این روند با یافته‌های گزارش‌های جهانی هالیو نیز همخوانی دارد که نشان می‌دهند گسترش مخاطبان بین‌المللی محصولات فرهنگی کره، علاوه بر افزایش مصرف محتوای فرهنگی، علاقه به سفر، یادگیری زبان کره‌ای و خرید کالاهای ساخت این کشور را نیز افزایش داده است (KOFICE, 2024).



جدول ۸. شرکای تجاری خارجی اصلی کره جنوبی. صادرات کالاهای خلاقانه از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۴ (میلیون یورو)

رتبه	شرکای تجاری	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
۱	جمهوری خلق چین	۳۴۶.۵۵۸	۵۰۰.۴۲۴	۶۰۶.۸۳۶	۵۲۷.۰۲۲	۵۵۵.۷۸۷	۵۷۵.۲
۲	ایالات متحده آمریکا	۴۲۵.۶۴۸	۴۵۸.۰۰۳	۴۵۷.۲۸۴	۴۹۴.۶۷۲	۵۱۷.۶۸	۵۶۸.۰۱
۳	ویتنام	۱۹۸.۴۴۴	۲۴۲.۳۰۳	۳۱۲.۰۴۶	۳۵۸.۰۶۲	۴۴۸.۶۵۶	۵۰۸.۳۳۳
۴	هنگ کنگ SAR	۴۸۰.۲۹۲	۴۲۴.۲۱	۵۵۵.۷۸۷	۳۷۹.۶۳۲	۳۳۱.۴۵۹	۳۷۱.۷۲۳
۵	ژاپن	۳۷۳.۸۸	۳۹۹.۷۶۴	۳۷۴.۵۹۹	۴۳۵.۷۱۴	۳۳۱.۴۵۹	۳۳۵.۷۷۳
۶	اندونزی	۱۴۰.۹۲۴	۱۷۵.۴۳۶	۲۱۷.۱۳۸	۲۳۹.۴۲۷	۲۴۰.۱۴۶	۲۴۴.۴۶
۷	هند	۱۱۵.۷۵۹	۱۳۲.۲۹۶	۱۴۳.۰۸۱	۱۱۰.۷۲۶	۱۴۳.۸	۱۴۵.۹۵۷
۸	امارات متحده عربی	۱۰۷.۱۳۱	۱۲۴.۳۸۷	۱۲۵.۱۰۶	۱۲۹.۴۲	۱۳۵.۱۷۲	۱۲۹.۴۲
۹	استان چین، تایوان	۲۲۷.۲۰۴	۳۳۷.۲۱۱	۳۵۵.۹۰۵	۱۶۶.۸۰۸	۱۰۲.۰۹۸	۹۹.۹۴۱
۱۰	فیلیپین	۴۳.۸۵۹	۵۳.۲۰۶	۶۹.۷۴۳	۸۱.۲۴۷	۹۲.۰۳۲	۹۰.۵۹۴

تبدیل از دلار آمریکا به یورو: ۱ دلار آمریکا = ۰.۷۱۹ یورو (قیمت‌های ثابت ۲۰۰۹).

منبع: (Lopez-Leyva, Guzmán-Solano:2021)

در واقع، آنچه تجربه کره جنوبی را به الگویی متمایز در تولید قدرت نرم تبدیل کرده، هم افزایی میان سیاست صنعتی، سیاست فرهنگی، اقتصاد خلاق و تحول دیجیتال است. مدل توسعه این کشور بر پایه حمایت از صادرات و پرورش صنایع دارای مزیت رقابتی شکل گرفته است؛ مدلی که در آن دولت نه تنها نقش تنظیم گر، بلکه نقش تسهیل گر، سرمایه گذار و هماهنگ کننده را نیز ایفا می کند (Lopez-Leyva & Guzmán-Solano, 2021: 45). از این منظر، جذابیت جهانی محصولات فرهنگی کره جنوبی صرفاً حاصل کیفیت هنری آنها نیست، بلکه نتیجه شکل گیری اکوسیستمی است که در آن سیاست گذاری، سرمایه گذاری، نوآوری، فناوری و راهبردهای صادراتی در یک مسیر مشترک قرار گرفته اند. به همین دلیل، تجربه کره جنوبی نشان می دهد که قدرت نرم نه پیامد خودکار برخورداری از میراث فرهنگی، بلکه حاصل مدیریت راهبردی دارایی های فرهنگی در چارچوب سیاست های توسعه ای است. در چنین شرایطی، اقتصاد خلاق از یک راهبرد اقتصادی فراتر رفته و به سازوکاری برای تولید ارزش های فرهنگی، ارتقای تصویر بین المللی کشور و افزایش قدرت اثرگذاری آن در نظام بین الملل تبدیل می شود؛ موضوعی که گزارش های OECD نیز بر آن تأکید کرده و موفقیت کره جنوبی را نتیجه پیوند نظام نوآوری، سیاست های صنعتی، توسعه فناوری و صنایع خلاق می دانند (OECD, 2023). همچنین یونسکو نیز تأکید می کند که پایداری اقتصاد خلاق زمانی امکان پذیر است که سیاست های فرهنگی با سیاست های توسعه، نوآوری و همکاری میان دولت و بخش خصوصی به صورت یکپارچه طراحی شوند (UNESCO, 2022).



نتیجه‌گیری؛

پژوهش حاضر با هدف تبیین فرایند تبدیل سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق به قدرت نرم در کره جنوبی انجام شد و تلاش کرد با بهره‌گیری از روش ردیابی فرآیند، سازوکارهای علی‌پیوند میان سیاست‌گذاری دولت، توسعه اقتصاد خلاق و شکل‌گیری قدرت نرم را شناسایی کند. پرسش اصلی پژوهش آن بود که سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق چگونه به تولید قدرت نرم در کره جنوبی منجر شده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داد که قدرت نرم کره جنوبی نه حاصل یک فرآیند خودجوش فرهنگی و نه صرفاً پیامد برخورداری از پیشینه تاریخی و تمدنی این کشور است، بلکه محصول یک سیاست‌گذاری منسجم، بلندمدت و هدفمند است که از طریق توسعه اقتصاد خلاق، سرمایه‌گذاری در صنایع فرهنگی و ایجاد بسترهای لازم برای جهانی‌شدن محصولات فرهنگی شکل گرفته است.

همچنین، یافته‌ها بیانگر آن است که دولت کره جنوبی با قرار دادن اقتصاد خلاق در کانون راهبرد توسعه ملی، توانست میان نهادهای دولتی، دانشگاه‌ها، بخش خصوصی و صنایع فرهنگی هماهنگی ایجاد کند و از طریق حمایت‌های مالی، حقوقی، فناورانه و نهادی، زمینه رشد صنایع خلاق را فراهم سازد. در نتیجه این سیاست‌ها، محصولات فرهنگی کره جنوبی از سطح کالاهای صرفاً فرهنگی فراتر رفتند و به دارایی‌هایی با ارزش اقتصادی، نمادین و هویتی تبدیل شدند که توانستند مخاطبان گسترده‌ای در سطح جهانی جذب کنند. این فرآیند به تدریج تصویر بین‌المللی کره جنوبی را به عنوان کشوری نوآور، خلاق و پیشرفته تقویت کرد و ظرفیت اثرگذاری فرهنگی این کشور را به میزان قابل‌توجهی افزایش داد. براساس یافته‌های پژوهش، سازوکار تولید قدرت نرم در کره جنوبی در قالب یک زنجیره علی‌قابل‌تبیین است. این زنجیره از سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق آغاز می‌شود، با توسعه صنایع خلاق و تولید محصولات فرهنگی رقابت‌پذیر ادامه می‌یابد، از طریق بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال، برندسازی و حضور مؤثر در بازارهای جهانی به گسترش مخاطبان بین‌المللی منجر می‌شود و در نهایت با شکل‌گیری تصویری مثبت از فرهنگ، جامعه و توانمندی‌های کره جنوبی، به افزایش جذابیت بین‌المللی و تولید قدرت نرم می‌انجامد. از این منظر، اقتصاد خلاق صرفاً ابزاری برای رشد اقتصادی نیست، بلکه سازوکاری برای تبدیل سرمایه‌های فرهنگی و نوآوری به منابع قدرت در عرصه بین‌المللی محسوب می‌شود. از منظر نظری، این پژوهش نشان داد که اگرچه نظریه قدرت نرم بر نقش فرهنگ، ارزش‌ها و جذابیت در افزایش نفوذ بین‌المللی تأکید می‌کند، اما درباره چگونگی تولید و تقویت این منابع توضیح کافی ارائه نمی‌دهد. پژوهش حاضر با تبیین نقش سیاست‌های توسعه اقتصاد خلاق، این خلأ را تا حدودی پر کرده و نشان داده است که جذابیت فرهنگی را می‌توان از طریق سیاست‌گذاری هدفمند، سرمایه‌گذاری در صنایع خلاق، توسعه فناوری و حمایت از نوآوری به صورت نظام‌مند تولید و بازتولید کرد. از این رو، تجربه کره جنوبی نشان می‌دهد که قدرت نرم بیش از آنکه صرفاً بر میراث فرهنگی متکی باشد، می‌تواند نتیجه مدیریت راهبردی ظرفیت‌های فرهنگی و اقتصادی در چارچوب سیاست‌های توسعه‌ای باشد.



در مجموع، تجربه کره جنوبی بیانگر آن است که قدرت نرم زمانی به شکلی پایدار شکل می‌گیرد که سیاست‌های توسعه اقتصادی، سیاست‌های فرهنگی، نوآوری فناورانه و دیپلماسی عمومی در قالب یک راهبرد منسجم و هماهنگ عمل کنند. چنین الگویی نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در اقتصاد خلاق می‌تواند همزمان اهداف اقتصادی و فرهنگی را محقق سازد و از رهگذر افزایش جذابیت بین‌المللی، جایگاه و نفوذ کشورها را در نظام بین‌الملل ارتقا دهد. از این رو، اقتصاد خلاق را می‌توان یکی از مهم‌ترین ابزارهای نوین تولید قدرت در عصر حاضر دانست که ظرفیت‌های آن فراتر از حوزه اقتصاد بوده و ابعاد فرهنگی، اجتماعی و سیاسی را نیز در بر می‌گیرد.



فهرست منابع؛

- تای جوزف (۱۳۸۹)، قدرت نرم ابزارهای موفقیت در سیاست بین الملل ترجمه سید محسن روحانی و مهدی ذوالفقاری، تهران: امام صادق (ع).
 سعیدی، روح‌الامین، و مقدم‌فر، حمیدرضا. (۱۳۹۳). منابع قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران. مطالعات قدرت نرم، (۱۱).
 صادقی، علی. (۱۴۰۱). واکاوی ابعاد و مولفه‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران در اسناد بالادستی. مطالعات قدرت نرم، (۲۸).
 عترت‌دوست، محمد. (۱۴۰۰). گونه‌شناسی و منبع‌یابی «قدرت نرم» مبتنی بر تحلیل محتوای آیات قرآن کریم. مطالعات قدرت نرم، (۲۷).
 موسوی‌زاده، سید جواد، زرقانی، سید هادی، و امیرفخریان، مصطفی. (۱۴۰۱). طراحی مدل سنجش قدرت نرم کشورهای جهان. جغرافیا، ۲۰(۷۵).
 نای جوزف (۱۳۹۲) آینده قدرت ترجمه احمد عزیزی، تهران: نشر نی.
 هرسیچ، حسین. (۱۳۹۰). تجزیه و تحلیل ویژگی‌ها، مبانی و مؤلفه‌های قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران. مطالعات قدرت نرم، (۳).

Affandi, R. A., & Putri, N. W. (2023). *KOCCA strategy for expanding South Korean cultural content to global audiences amid the COVID-19 pandemic*. E3S Web of Conferences, 426, 02050.

Anholt, S. (2007). *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave Macmillan.

Beach, D., & Pedersen, B. (2013). *Process-tracing methods: Foundations and guidelines*. The University of Michigan Press: Ann Arbor.

Crasnow, S. L. (2022). 11 Process Tracing and Narrative Science. *Narrative Science*, 229.

Etzkowitz, H., & Zhou, C. (2017). *The Triple Helix: University–Industry–Government Innovation and Entrepreneurship*. Routledge.

Gandini, A., Bandinelli, C., & Cossu, A. (2017). Collaborating, competing, co-working, coalescing: Artists, freelancers and social entrepreneurs as the 'new subjects' of the creative economy. In *Collaborative production in the creative industries* (pp. 15-32). London: University of Westminster Press.

Hahm, S. D., & Heo, U. (2025). Comparative analysis of soft power between South Korea and the United States. *Journal of Asian and African Studies*, 60(1), 157–175.

Hartley, J. (2007). The evolution of the creative industries—Creative clusters, creative citizens and social network markets. In *Creative Industries Conference, Asia-Pacific Weeks*.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.

Jin, D. Y. (2016). *New Korean Wave: Transnational Cultural Power in the Age of Social Media*. University of Illinois Press.

Jin, D. Y. (2024). The rise of digital platforms as a soft power apparatus in the New Korean Wave era. *Communication and the Public*. <https://doi.org/10.1177/20570473241234204>

Jin, D. Y., & Yoon, K. (2016). The Social Mediascape of Transnational Korean Pop Culture. *New Media & Society*, 18(7), 1277–1292.

Kanyapong, V. (2023). Soft power strategy in creative content industry with creative economy in South Korea. *Journal of Communication and Innovation NIDA*.

Kim, S. (2022). Cultural industries and soft power: Focusing on value growth of the Korean Wave. *Hyangto Munhwa Yeongu*.

Kim, Y. (2016). *The Korean Wave: Korean Media Go Global*. Routledge.

KOFICE. (2024). *Global Hallyu Survey 2024*. Korean Foundation for International Cultural Exchange.



- Kroenig, M., McAdam, M., & Weber, S. (2010). Taking soft power seriously. *Comparative Strategy*, 29(5), 412-431.
- Lopez-Leyva, S., & Guzmán-Solano, G. (2021). *The Creative Economy as a Factor of Economic Development: Three Different Cases, One Common Objective*. *Culture. Society. Economy. Politics*, 1(2), 41-58.
- Mattern, J. B. (2005). Why "soft power" isn't so soft: Representational force and the sociolinguistic construction of attraction in world politics. *Millennium: Journal of International Studies*, 33(3), 583-612.
- McClory, J. (2015). *The Soft Power 30: A global ranking of soft power*. London: Portland Communications.
- Moiseienko, I. (2022). Using the potential of the creative economy to restore Ukraine. *International Journal of Management and Economics*, 58(4), 381-392.
- Newbiggin, J. (2019). The creative economy-where did it come from and where is it going?. In *A research agenda for creative industries* (pp. 21-26). Edward Elgar Publishing
- Nye, J. (2009). *Joseph Nye on Soft Power*.
- Pratt, A. (2013). Creative industries and development: Culture in development, or the cultures of development.?
- Roselle, L., Miskimmon, A., & O'Loughlin, B. (2014). Strategic narrative: A new means to understand soft power. *Media, War & Conflict*, 7(1), 70-84.
- Russakova, O., & Zhakyanova, A. (2023). THE EVOLUTION OF THE CONCEPT OF SOFT POWER IN THE WORK OF JOSEPH NYE: ANALYSIS OF THE MAIN STAGES. *Izvestiâ KazUMOimÂ Im. Abylaj Hana.*, 51(1).
- Schere, E. (2021). Soft Power-The Underestimated Strategy for Global Influence. *Fletcher F. World Aff.*, 45, 41.
- Schumpeter, J. A. (1976). *Capitalism, Socialism and Democracy* (5rd ed.)
- Ścibiorska-Kowalczyk, I., & Cichoń, J. (2021). *The significance of cultural policy: Case study of South Korea*. *Sustainability*, 13(24), 13805.
- Song, S. (2025). *South Korea's soft power*. Cambridge University Press.
- Tülüce, N. & Yurtkur, A. (2015). Term of Strategic Entrepreneurship and Schumpeter's Creative Destruction Theory. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 207, 720-728.
- UNCTAD. (2018). *Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries*. United Nations Conference on Trade and Development.
- UNESCO. (2022). *Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good*. UNESCO Publishing.
- UNESCO. (2022). *Re|Shaping Policies for Creativity: Addressing Culture as a Global Public Good*. UNESCO Publishing.