

# KINH NGHIỆM GIA TĂNG SỨC MẠNH MỀM VĂN HÓA THÔNG QUA PHÁT TRIỂN ĐIỆN ẢNH CỦA HÀN QUỐC VÀ MỘT SỐ GỢI MỞ VỚI VIỆT NAM

HOÀNG THỊ THÚY\*  
NGUYỄN THỊ THU PHƯƠNG\*\*

**Tóm tắt:** Những năm gần đây, thế giới đang chứng kiến sự gia tăng mạnh mẽ của sức mạnh mềm văn hóa Hàn Quốc thông qua kênh truyền dẫn là ngành điện ảnh. Sự thành công của điện ảnh Hàn Quốc không chỉ là một minh chứng đi ngược cái nhìn thông thường cho rằng, nền điện ảnh của một quốc gia châu Á dễ dàng bị choáng ngợp bởi Hollywood, mà còn là một kinh nghiệm quý đối với nhiều quốc gia trong việc khai thác thành công công nghiệp điện ảnh trong việc gia tăng sức mạnh mềm văn hóa. Với cách tiếp cận đó, bài viết tập trung lý giải kinh nghiệm phát triển điện ảnh của Hàn Quốc, từ đó đưa ra một số gợi mở đối với Việt Nam.

**Từ khóa:** Công nghiệp điện ảnh, sức mạnh mềm văn hóa, Hàn Quốc, Việt Nam

## 1. Khái quát về điện ảnh Hàn Quốc

Những năm gần đây, thế giới đang chứng kiến sự gia tăng mạnh mẽ của sức mạnh mềm văn hóa Hàn Quốc thông qua kênh truyền dẫn là ngành công nghiệp điện ảnh. Gần đây nhất, bộ phim *Parasite* (Ký sinh trùng) đã trở thành kỳ tích khi lần đầu tiên một bộ phim châu Á đến từ Hàn Quốc giành 4 tượng vàng, trong đó có hạng mục quan trọng nhất là *Phim truyện xuất sắc*. Chiến thắng này đã phá vỡ lịch sử 100 năm chưa có bộ phim nào không sử dụng tiếng Anh nhận giải Phim truyện xuất sắc tại Hollywood. *Parasite* cũng đánh dấu lần đầu tiên một đạo diễn người châu Á nhận giải Oscar nhờ một dự án chỉ sử dụng ngôn ngữ, diễn viên bản địa. Đây được coi là một minh chứng cho sự thành công của sức mạnh mềm văn hóa Hàn Quốc thông qua kênh truyền

dẫn là ngành công nghiệp điện ảnh. Không chỉ *Parasite* là một minh chứng đi ngược cái nhìn thông thường cho rằng, nền điện ảnh Hàn Quốc dễ dàng bị choáng ngợp bởi Hollywood, những con số thống kê hàng năm cũng khẳng định sức mạnh riêng của điện ảnh nước này trong chiến lược gia tăng sức mạnh mềm văn hóa. Ngành công nghiệp phim ảnh của Hàn Quốc đã chiếm 40% số vé ở các hệ thống rạp chiếu từ năm 1999 và năm 2001, phim Hàn đã chiếm tới 49,1% thị trường phim ảnh trong nước. Số lượng các rạp chiếu đã tăng 60% kể từ năm 1996, số khán giả tăng nhanh chóng từ 54,7 đến 87,9 triệu người từ năm 1999 đến 2001<sup>1</sup>.

\* Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam

\*\* Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam

<sup>1</sup> Trong những năm gần đây, văn hóa đại chúng Hàn Quốc đặc biệt là phim, phim truyền hình, và âm nhạc đã phổ biến rộng khắp châu Á, đặc biệt là Đài Loan, Singapore, Trung Quốc, Thái Lan, Việt Nam và thậm chí cả Nhật Bản. Hiện tượng này được gọi là Hàn lưu (trong tiếng Hàn, có nghĩa là sự bùng nổ văn hóa đại chúng Hàn Quốc).

**Bảng 1: Doanh thu bán hàng của ngành công nghiệp phim Hàn Quốc, giai đoạn 2009-2018**

(Đơn vị 100 triệu KRW)

Phân loại		2009	2010	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Doanh số bán vé		10.941	11.684	12.358	15.513	16.641	17.154	17.432	17.566	18.140	
Tỉ lệ		91,3%	88,1%	85,5%	82,3%	82,1%	81,2%	76,7%	75,5%	76,3%	
Thị trường bổ sung		888	1.109	1.709	2.676	2.971	3.349	4.125	4.362	4.739	
Tỉ lệ		7,4%	8,4%	11,8%	14,2%	14,7%	15,8%	18,1%	18,7%	19,9%	
Xuất khẩu ra nước ngoài	100 triệu KRW	155	462	382	651	664	628	Phim	509	460	458
								Dịch vụ	664	883	427
								Tổng	1.173	1.343	885
	10.000 USD	1.412	4.222	3.487	5.946	6.308	5.550	Phim	4.389	4.073	4.160
								Dịch vụ	5.720	7.806	3.876
								Tổng	10.109	11.879	8.036
Tỉ lệ		1,3%	3,5%	2,6%	3,5%	3,3%	3,0%	5,2%	5,8%	3,7%	
Tổng cộng		11.984	13.255	14.449	18.840	20.276	21.131	22.730	23.271	23.764	
Tỉ lệ		100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	

*Nguồn: Hội đồng phim Hàn Quốc, Báo cáo Ngành công nghiệp phim Hàn Quốc năm 2018 (Korean Film Council, Korean Film Industry 2018)*

**Bảng 2: Doanh số xuất khẩu phim Hàn Quốc theo quốc gia, 2017-2018**

Hạng (2018)	Quốc gia/vùng lãnh thổ	2018		2017		Tăng trưởng theo năm
		Xuất khẩu (USD)	Tỉ lệ	Xuất khẩu (USD)	Tỉ lệ	
1	Đài Loan	7.153.277	17,2%	3.326.513	8,2%	115,0%
2	Hồng Kông	6.075.720	14,6%	1.233.829	3,0%	392,4%
3	Nhật Bản	4.591.124	11,0%	4.895.393	12,0%	-6,2%
4	Trung Quốc	3.934.860	9,5%	3.172.200	7,8%	24,0%
5	Hoa Kỳ	3.319.603	8,0%	3.102.633	7,6%	7,0%
6	Singapore	2.871.726	6,9%	2.213.700	5,4%	29,7%
7	Việt Nam	1.121.508	2,7%	1.482.346	3,6%	-24,3%
8	Tây Ban Nha	1.158.017	2,8%	203.937	0,5%	467,8%
9	Philippines	670.400	1,6%	1.648.000	4,0%	-59,3%
10	Đức	624.567	1,5%	260.770	0,6%	139,5%
Khác		10.086.445	24,2%	19.186.836	47,1%	-47,4%
Tổng		41.607.247	100,0%	40.726.157	100,0%	2,2%

*Nguồn: Hội đồng phim Hàn Quốc, Báo cáo Ngành công nghiệp phim Hàn Quốc năm 2018 (Korean Film Council, Korean Film Industry 2018)*

Doanh thu tiền vé xem phim tại Hàn Quốc tuy vẫn còn bị thống trị bởi những bộ phim bom tấn Hollywood, nhưng trong 2 thập niên, qua điện ảnh trong nước đã từng bước vươn lên và năm 2018 chiếm lĩnh 50,9% thị phần lượng vé bán ra<sup>2</sup>. Số liệu tại bảng 2 cho thấy, năm 2018, các phim Hàn xuất khẩu sang các nước châu Á đều nhận được những phản ứng rất tích cực đặc biệt là từ các phòng vé. Một số các phim thuộc dòng nghệ thuật của Hàn Quốc cũng giành được những giải thưởng lớn trong các Liên hoan phim quốc tế. Những thành tựu này từng bước cho thấy, sự chuyển biến quan trọng của điện ảnh Hàn Quốc từ một vùng trũng của điện ảnh thế giới trở thành một thị trường “hot” nhất ở châu Á<sup>3</sup>.

## 2. Một số kinh nghiệm phát triển công nghiệp điện ảnh của Hàn Quốc

Nhìn lại sự thành công của điện ảnh Hàn Quốc tại các liên hoan phim trong thời gian gần đây, có thể thấy “sự phục hưng của nền điện ảnh quốc gia” đã đến sau thời gian dài bị quên lãng ở cả hai khía cạnh lợi nhuận và giá trị thẩm mỹ và điều này dựa trên ít nhất ba bài học kinh nghiệm sau:

- *Hiện thực hóa tình cảm dân tộc bằng các chính sách tạo đà cho chiến dịch ủng hộ phim Hàn*

<sup>2</sup> “100 năm điện ảnh Hàn: 6 điều có thể bạn chưa biết” <https://thegioidienanh.vn/100-nam-dien-anh-han-6-dieu-co-the-ban-chua-biet-37760.html>.

<sup>3</sup> ‘Renaissance of Korean National Cinema’ as a Terrain of Negotiation and Contention between the Global and the Local: Analysing two Korean Blockbusters, Shiri (1999) and JSA (2000), Sung Kyung Kim, Hollywood Reporter, 18-04-2000.

Doanh thu tăng đột biến ở các phòng vé của điện ảnh quốc nội Hàn Quốc trong những năm gần đây là kết quả của sự kết hợp nhiều yếu tố, trong đó có sự hiện thực hóa điều mà người Hàn thường tự hào nhân mạnh là “tình cảm dân tộc” bằng chính sách bãi bỏ các luật lệ ngặt nghèo trong ngành điện ảnh, từ đó tiến tới công nghiệp hóa ngành công nghiệp văn hóa này. Trong quá trình thay đổi thể chế, hàng loạt chiến dịch chung tay phát triển phim nội địa và bảo vệ những giá trị văn hóa quốc gia như chiến dịch tẩy chay phim Hollywood, chiến dịch “cùng xem phim Hàn”<sup>4</sup>. Các cuộc biểu tình thành công đòi dỡ bỏ hạn ngạch chiếu phim đã xác lập nên tiền đề quan trọng góp phần quan trọng trong việc thúc đẩy ngành điện ảnh Hàn Quốc thực hiện những cải cách thể chế tiếp theo nhằm giải phóng sức sáng tạo, thúc đẩy công nghiệp điện ảnh theo hướng công nghiệp hóa và hội nhập quốc tế.

- *Tạo sự pha trộn phong cách phim bom tấn của Hollywood với những “chất liệu Hàn Quốc”*

Từ năm 1987 trở đi, những công ty phim ảnh lớn của Hollywood đã bắt đầu phát hành trực tiếp phim của họ thông qua các công ty con đến thẳng thị trường Hàn Quốc<sup>5</sup>. Sự xâm nhập của điện ảnh Hollywood qua những công ty con đã đem đến một sự thay đổi đáng chú ý đối với công nghiệp điện ảnh

<sup>4</sup> ‘Renaissance of Korean National Cinema’ as a Terrain of Negotiation and Contention between the Global and the Local: Analysing two Korean Blockbusters, Tidd.

<sup>5</sup> ‘Renaissance of Korean National Cinema’ as a Terrain of Negotiation and Contention between the Global and the Local: Analysing two Korean Blockbusters, Tidd.

Hàn Quốc như phát triển cơ sở hạ tầng, thay đổi kết cấu, cách thức tổ chức trong ngành điện ảnh dựa vào mô hình phim Hollywood. Quá trình tiếp nhận điện ảnh Mỹ đã giúp điện ảnh Hàn Quốc điều chỉnh và có bước tiến vượt bậc trong việc cạnh tranh với điện ảnh Mỹ. Trong quá trình này, một số các tập đoàn tài phiệt đã bắt đầu đầu tư và tham gia vào việc sản xuất phim nội địa từ giữa những năm 1990. Hiện tượng này đã đưa điện ảnh Hàn Quốc từ vị trí là một ngành văn hóa bình thường thành một trong những ngành công nghiệp có tiềm năng thu được lợi nhuận lớn nhất. Đây cũng là thời điểm giới sinh viên tham gia tích cực vào ngành công nghiệp điện ảnh thông qua việc gia nhập vào hệ thống các công ty sản xuất phim. Với sự hỗ trợ tài chính từ các tập đoàn tài phiệt (chaebol), giới trẻ đã trở thành những người kiến tạo lại, thậm chí góp phần sửa đổi lại những chính sách liên quan đến công nghiệp điện ảnh bằng nhiều cách thức, nhanh chóng, cởi mở và tự do hơn. Từ đó đến nay, một bộ phận không nhỏ của thế hệ này đã trở thành những người lãnh đạo trong các lĩnh vực sản xuất, phát hành và đầu tư phim ảnh. Họ cũng đóng vai trò quan trọng trong việc làm mới lại Tập đoàn điện ảnh Hàn Quốc (MPPC).

Dưới thời của Tổng thống Kim Dae Jung (1998-2002), chính phủ cũng đã đưa ra rất nhiều chính sách để quảng bá hỗ trợ cho điện ảnh, ví dụ như việc thành lập “Film Promotion Fund” (Quỹ quảng bá phim) và “Cultural Promotion Fund” (Quỹ quảng bá văn hóa), đồng thời khuyến khích các thành phần tư nhân đầu tư vào công nghiệp điện

ảnh thông qua việc giảm thuế. Với screen quota (hệ thống hạn ngạch được thi hành để ngăn thị trường nước ngoài xâm nhập vào thị trường phim trong nước), rất nhiều chính sách quảng bá khác nhau, các quá trình cởi trói, dỡ bỏ các điều luật bất lợi... khiến công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc đã biến đổi từ một nền công nghiệp điện ảnh bản địa trở thành một nền công nghiệp có hệ thống và hiện đại ở tầm quốc tế với nét riêng biệt là sự pha trộn giữa phong cách bom tấn của Hollywood với những “chất liệu Hàn Quốc”. Nói cách khác, sự kết hợp giữa yếu tố “địa phương” và yếu tố “toàn cầu hóa” giữa những câu chuyện mang màu sắc Hàn Quốc và phong cách làm phim nước ngoài đã biến điện ảnh Hàn Quốc trở thành một kênh chuyển hóa thành công sức mạnh mềm văn hóa Hàn Quốc ra thế giới và tạo lực lôi cuốn người nước ngoài đến khám phá, trải nghiệm văn hóa Hàn.

*- Dỡ bỏ các điều luật mang tính “trói buộc” và thực thi các chính sách huy động tài chính trong kinh doanh điện ảnh*

Dỡ bỏ một số các điều luật có tính “trói buộc” trong công nghiệp điện ảnh là một trong những kinh nghiệm then chốt mở đường cho sự phát triển nhanh chóng của điện ảnh Hàn Quốc. Trước đó, điện ảnh Hàn phải chịu đựng những kiểm duyệt rất hà khắc từ chính phủ độc tài áp dụng cho những người làm phim và nghệ sĩ trong việc trình chiếu phim hoặc làm những tác phẩm động chạm đến những vấn đề gây tranh cãi, đặc biệt là dưới thời của Park Jung Hee (1963-1979), Chun Do-Hwan (1980-1988).

**Bảng 3: Chính sách hỗ trợ trong ngành công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc**

Năm	Kiểu	Nội dung
1979	Sản xuất	Tổ chức tuyển chọn những người tham gia kịch bản
1989	Cơ sở hạ tầng	Xây dựng phòng thu, phòng thu âm, thiết bị chỉnh sửa, phòng xem trước; hỗ trợ chuyên thăm nước ngoài cho người chiến thắng liên hoan phim trong nước; khóa học bước đầu ở nước ngoài cho các nhà sản xuất; chương trình đào tạo kỹ thuật; chọn phim hay và hỗ trợ tài chính.
	Phân phối	Tổ chức liên hoan phim trong nước; hỗ trợ xuất khẩu phim; can thiệp việc nhập khẩu phim nước ngoài; hỗ trợ triển lãm cho các liên hoan phim quốc tế
1990	Sản xuất	Liên hệ với những người tham gia vào viết kịch bản; lựa chọn phim hay và hỗ trợ tài chính; các tài liệu về khám phá Hàn Quốc; cuộc gọi mở tiếp nhận ý tưởng sáng tạo; cuộc gọi mở về kịch bản.
1999	Cơ sở hạ tầng	Xây dựng xưởng phim; nhập các thiết bị; đào tạo kỹ thuật ở nước ngoài; tài trợ quỹ đầu tư và cho vay thế chấp cho các cơ sở sàng lọc
	Phân phối	Triển khai chương trình hỗ trợ tham gia hội chợ thương mại điện ảnh; chương trình hỗ trợ cho sự kiện trao đổi phim quốc tế
2000	Sản xuất	Triển khai chương trình hỗ trợ sản xuất phim nghệ thuật; chương trình hỗ trợ sản xuất phim HD; chương trình hỗ trợ sản xuất phim độc lập; chương trình hỗ trợ hợp tác quốc tế sản xuất phim; chương trình sản xuất phim kinh phí thấp; tài trợ quỹ đầu tư và cho vay thế chấp cho các cơ sở sàng lọc
2010	Cơ sở vật chất	Hỗ trợ hậu kỳ phim độc lập và sinh viên; chương trình hỗ trợ về thị trường kịch bản; hỗ trợ cho các tổ chức phim; hỗ trợ cho trung tâm truyền thông khu vực; chương trình hỗ trợ quỹ phát triển và trao đổi trước sản xuất hai miền Bắc – Nam (Triền Tiên và Hàn Quốc)
	Phân phối	Sản xuất DVD và hỗ trợ phân phối phim độc lập; hỗ trợ tiếp thị cho sự đa dạng; chương trình hỗ trợ dịch thuật phụ đề và sản xuất in; mạng lưới công nghiệp điện ảnh châu Á; chương trình đào tạo điện ảnh chuyên nghiệp châu Á; xây dựng mạng lưới ở nước ngoài; các trung tâm R&D; xuất bản sách về điện ảnh Hàn Quốc; chuẩn hóa các tiêu đề và cách viết; chương trình hỗ trợ phát hành phim thương mại Hàn Quốc tại Nhật Bản; hỗ trợ phát hành phim độc lập Hàn Quốc tại Nhật Bản; chương trình hỗ trợ cho các nhà làm phim Hàn Quốc tham gia các liên hoan phim quốc tế; chương trình hỗ trợ cho các nhà làm phim Hàn Quốc tham gia vào phòng thí nghiệm của nhà sản xuất quốc tế.

*Nguồn:* Milim KIM (2011), *The Role of the Government in Cultural Industry: Some Observations From Korea's Experience*, Kio Communication Review 33.

Sau “cuộc nổi dậy mùa xuân năm 1987”, khi chính phủ dân chủ của Kim Young Sam lên nắm chính quyền (1993-1997), luật này đã được dỡ bỏ vào năm 1996, mở đường cho những người làm nghệ thuật tự do diễn đạt<sup>6</sup>. Đây là động thái mang đến những cơ hội to lớn cho những người trẻ biểu đạt những ý tưởng mới và táo bạo thông qua ngôn ngữ điện ảnh và âm nhạc, tạo môi trường thể chế thuận lợi cho sự trưởng thành của nhiều đạo diễn nổi tiếng và có sức ảnh hưởng lớn trong và ngoài Hàn Quốc.

Mặt khác, sự phát triển của ngành công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc còn chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các xu hướng và điều kiện trong cộng đồng doanh nghiệp Hàn Quốc nói chung. Các tập đoàn lớn, đầu tư mạo hiểm và chính phủ đều đóng một phần quan trọng trong các bộ phim được tài trợ, sản xuất, phân phối và chiếu cho người xem địa phương. Các chaebol, trong quá trình tái cấu trúc tập đoàn đã sớm nhận ra việc đầu tư vào điện ảnh mang lại lợi ích cho chính họ nên đã đóng một vai trò lớn trong ngành công nghiệp điện ảnh trong thập niên 90 của thế kỷ XX. Nếu như trước khủng hoảng, nhóm chaebol ban đầu tham gia vào ngành công nghiệp điện ảnh bao gồm các công ty nổi tiếng như Samsung, Daewoo và Hyundai, thì sau khủng hoảng một số tập đoàn đã đóng cửa các bộ phim của họ để tập trung vào các hoạt động kinh doanh cốt lõi.

Tuy nhiên, một làn sóng chaebol khác lại vẫn chọn đi theo con đường điện ảnh cũ của mình. Cho tới thời điểm hiện tại, các tập đoàn như: CJ (CJ Entertainment), Orion (Showbox) và Lotte (Lotte Entertainment) đã được xếp hạng là một trong những nhà đầu tư lớn nhất trong ngành công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc. Các bộ phim của chaebol có ảnh hưởng đặc biệt bởi vì chúng được tích hợp theo chiều dọc như các hãng phim Hollywood cũ, với sự đầu tư, sản xuất, phân phối, triển lãm và cả doanh thu quốc tế đều nằm trong cùng một công ty. Công ty điện ảnh lớn nhất Hàn Quốc, CJ Entertainment (trực thuộc Samsung), đã cam kết trong những năm gần đây đầu tư vào 20 tựa phim mỗi năm. Trong năm 2006 và 2007, số tiền đầu tư này trị giá hơn 80 triệu USD<sup>7</sup>. Giải Oscar phim hay nhất thuộc về *Ký sinh trùng* do CJ Entertainment đầu tư là minh chứng cho thấy các tập đoàn đầu tư có sức mạnh như thế nào trong sự thành công của điện ảnh Hàn Quốc trên phạm vi toàn cầu. Việc các công ty này vận hành các chuỗi rạp lớn khiến họ trở nên mạnh hơn bao giờ hết, thậm chí hơn cả các văn phòng chi nhánh của các hãng phim Hollywood.

Bên cạnh các chaebol, các công ty đầu tư mạo hiểm cũng là một nguồn đầu tư lớn cho phim. Các công ty này đã có xu hướng gom tiền của họ vào các quỹ đầu tư tài trợ cho một số lượng lớn các bộ phim. Từ năm 1998

---

<sup>6</sup> Renaissance of Korean National Cinema' as a Terrain of Negotiation and Contention between the Global and the Local: Analysing two Korean Blockbusters, *Shiri* (1999) and *JSA* (2000), Sung Kyung Kim, *Hollywood Reporter*, 18-04-2000.

---

<sup>7</sup> Renaissance of Korean National Cinema' as a Terrain of Negotiation and Contention between the Global and the Local: Analysing two Korean Blockbusters, *Shiri* (1999) and *JSA* (2000), Sung Kyung Kim, *Hollywood Reporter*, 18-04-2000.

đến cuối năm 2005, ngành công nghiệp điện ảnh đã chứng kiến sự ra mắt của 48 quỹ trị giá tổng cộng 535 triệu USD. Hầu hết các quỹ có thời hạn hoạt động 5-6 năm và sẽ dành 50-70% vốn cho tài trợ phim, phần còn lại được đặt vào cổ phiếu hoặc các khoản đầu tư khác<sup>8</sup>. Tuy nhiên, lợi tức đầu tư kém đã khiến nhiều công ty đầu tư mạo hiểm giữ lại tiền của họ trong những năm gần đây. Việc các nhà sản xuất có biện pháp thu hút giới đầu tư trở lại sẽ tạo nên ảnh hưởng mạnh mẽ đến sự phát triển trong tương lai của ngành công nghiệp điện ảnh.

Chính phủ Hàn Quốc cũng đã đóng góp một khoản tiền lớn cho việc làm phim địa phương, không phải với tư cách là nhà đầu tư trực tiếp, mà là người tham gia vào các quỹ đầu tư. Từ năm 1998 đến năm 2005, các tập đoàn kinh doanh nhỏ đã đóng góp tổng cộng 121 triệu USD cho các quỹ điện ảnh và thường sẽ chịu một phần tổn thất nặng nề hơn trong trường hợp các quỹ không thể mang lại lợi nhuận chung. Trong khi đó, Hội đồng phim Hàn Quốc đã đầu tư 46 triệu đô la trong thời gian này, mặc dù Hội đồng phim Hàn Quốc (KOFIC) có xu hướng hoạt động ngang hàng với các nhà đầu tư khác. Sự tham gia này của chính phủ đã khuyến khích nhiều nhà đầu tư mới tham gia tài chính điện ảnh, đặc biệt là vào đầu những năm 2000. KOFIC không có một chiến lược tiếp cận thị trường xuất khẩu cụ thể mà hỗ trợ việc sản xuất phim và hỗ trợ các công ty xuất khẩu phim để tự họ có thể xây dựng và

phát triển chiến lược xuất khẩu phim ra nước ngoài<sup>9</sup>. Hiện tại, phim truyền hình và Kpop đang được ưa chuộng, nhưng tương lai có thể thay đổi. Chính vì thế, hướng đi sắp tới của KOFIC dựa trên sự xác định là Hàn Quốc đã qua thời kỳ đầu tư chiến lược vào phim truyền hình ăn khách, trong tương lai sẽ tập trung phát triển theo chiều sâu, nuôi dưỡng tài năng từ cộng đồng các nhà làm phim trẻ độc lập. Trong quá trình hỗ trợ cộng đồng làm phim độc lập này, Hội đồng sẽ có các tiêu chí khác với đánh giá dòng phim truyền hình. Doanh thu không phải là tiêu chí chính nữa mà thay vào đó là chất lượng phim và các giải thưởng quốc tế uy tín... Hội đồng sẽ đánh giá dựa trên tác phẩm chứ không phải danh tiếng của nhà làm phim. Chính phủ cũng sẽ không kiểm soát các nội dung tiêu cực về đất nước như băng nhóm tội phạm hay các tệ nạn khác, mà thay vào đó, họ tin rằng những hình ảnh đẹp, thu hút du khách đến với Hàn Quốc cũng sẽ được lưu lại thậm chí lưu lại lâu hơn, bởi các hình ảnh tiêu cực thường sẽ bị lãng quên nhanh hơn các hình ảnh tích cực và có sức hấp dẫn mạnh mẽ.

### **3. Thay cho lời kết**

Như vậy, suốt từ những năm 1990 cho đến nay, khi Hàn Quốc với những chính sách cởi mở, mạo hiểm và quyết đoán của nhà nước cùng tinh thần tự tôn dân tộc đã vươn lên trở thành một trong những “cường quốc sức mạnh mềm văn hóa” trong đó có ngành công nghiệp điện ảnh với tốc độ phát triển

<sup>8</sup> <https://www.koreanfilm.or.kr/eng/kofic/intro.jsp>.

<sup>9</sup> Messerlin/Building Consistent Policies on Subsidies in the Film Industry/ Kritika Kultura 32 (2019): 376–396.

nhanh mạnh và vững chắc của thế giới. Trong bối cảnh Việt Nam – Hàn Quốc đang có những hợp tác mạnh mẽ về công nghiệp điện ảnh, Việt Nam đứng trước cơ hội thuận lợi để biến công nghiệp điện ảnh thành một kênh truyền dẫn thành công sức mạnh mềm văn hóa Việt Nam. Thị trường phim Việt đã có sự tăng trưởng bùng nổ trong vài năm qua: doanh thu ngành điện ảnh năm 2017 đạt 3.228 tỷ đồng (tương đương khoảng 140 triệu USD); năm 2018, đạt 3.353 tỷ đồng (tương đương khoảng 145 triệu USD), 6 tháng đầu năm 2019 đạt khoảng 200 tỷ đồng<sup>10</sup>. Chính phủ Việt Nam đang theo đuổi các kế hoạch trung hạn đến dài hạn để mở rộng ngành công nghiệp điện ảnh. Do đó, dựa trên những kinh nghiệm thành công của Hàn Quốc cũng như thực tiễn hợp tác điện ảnh giữa hai bên, Việt Nam cần: (1) tạo sự đồng cảm của khán giả từ những bộ phim hợp tác Việt Nam – Hàn Quốc; (2) công nghiệp hóa điện ảnh Việt Nam thông qua chuyển giao công nghệ làm phim; (3) trở thành thành viên thứ 17 trong mạng lưới Hội đồng Điện ảnh châu Á (AFCNet) có trụ sở tại Busan (Hàn Quốc); (4) tăng cường hợp tác đào tạo điện ảnh Việt Nam – Hàn Quốc. Trong bối cảnh hiện nay, những gợi mở này có thể sẽ mang đến những thể nghiệm mới trong hợp tác sản xuất phim giữa hai nước Việt - Hàn, từ đó đặt nền móng cho sự phát triển của điện ảnh Việt Nam trong tương lai.

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Milim KIM (2011), “The Role of the Government in Cultural Industry: Some Observations From Korea’s Experience”, *Kio Communication Review* 33.
2. Jang, G. & Paik, W. K. (2012), *Korean Wave as Tool for Korea’s New Cultural Diplomacy*, *Advances in Applied Sociology*, 2.
3. Kim, T. Y. & Dal, Y. J. (2016), “Cultural Policy in the Korean Wave: An Analysis of Cultural Diplomacy Embedded in Presidential Speeches”, *International Journal of Communication* 10 (2016), 5514 – 5534.
4. Kim, Y. & Marinescu, V. (2015), “Mapping South Korea’s soft power: sources, actors, tools, and impacts”, *Journal of Sociological Studies* No. 1: 3-12.

---

<sup>10</sup> Số liệu Cục Điện ảnh, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cung cấp.