**[Phát triển ngành công nghiệp điện ảnh trong chính sách gia tăng “sức mạnh mềm” văn hóa của Hàn Quốc](https://www.tapchicongsan.org.vn/the-gioi-van-de-su-kien/-/2018/817159/phat-trien-nganh-cong-nghiep-dien-anh%C2%A0trong-chinh-sach-gia-tang-%E2%80%9Csuc-manh-mem%E2%80%9D-van-hoa-cua-han-quoc.aspx)**

**NGUYỄN MINH TIỆP - HOÀNG THỊ THU THỦY**

*Viện Văn hóa nghệ thuật quốc gia Việt Nam*

20:34, ngày 21-08-2020

**Những thập niên gần đây, thế giới chứng kiến sự lan tỏa nhanh chóng và mạnh mẽ của “làn sóng Hàn Quốc” thông qua điện ảnh, phim truyền hình và các hình thức văn hóa đại chúng khác,… qua đó khẳng định “sức mạnh mềm” văn hóa của đất nước này. Những kinh nghiệm của Hàn Quốc về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa nói chung, đặc biệt là ngành công điện ảnh nói riêng, trong chính sách gia tăng sức mạnh mềm văn hóa có ý nghĩa quan trọng đối với các quốc gia châu Á trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế.**

**Chiến lược phát triển ngành công nghiệp điện ảnh của Hàn Quốc**

"Sức mạnh mềm" hiện đã và đang ngày càng khẳng định vai trò trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội, là nhân tố quan trọng giúp nâng cao uy tín, vị thế, sức cạnh tranh, tầm ảnh hưởng của quốc gia trên trường quốc tế. Trong bối cảnh đó, Chính phủ Hàn Quốc xác định đường lối phát triển đất nước là tập trung xây dựng và củng cố “sức mạnh mềm”. Điều này vừa phù hợp với xu thế của thời đại, vừa phù hợp với hoàn cảnh và thực lực của Hàn Quốc. Trong những thập niên cuối của thế kỷ XX và những năm đầu của thế kỷ XXI, Hàn Quốc phát huy “sức mạnh mềm” thông qua chú trọng phát triển văn hóa, kinh tế, chính sách đối ngoại và tích cực tham gia các tổ chức quốc tế. Từ chính sách đúng đắn đó, Hàn Quốc đang được thế giới biết đến không chỉ như một quốc gia có bước chuyển mình ngoạn mục về kinh tế, mà còn là một “cường quốc đang lên” trong khu vực về “sức mạnh mềm” văn hóa. Chìa khóa cho bước chuyển đó của Hàn Quốc dựa trên một chiến lược tái định vị thương hiệu quốc gia thông qua quá trình chuyển hóa nguồn tài nguyên văn hóa thành “sức mạnh mềm” văn hóa, trong đó có chiến lược phát triển ngành công nghiệp điện ảnh.

Điện ảnh được coi là một trong những kênh quan trọng nhằm gia tăng “sức mạnh mềm” văn hóa Hàn Quốc. “Sự phục hưng của điện ảnh Hàn Quốc” được thúc đẩy bởi “tình yêu dân tộc” của người Hàn Quốc ngay sau khi đất nước này trải qua cuộc khủng hoảng tài chính vào năm 1998. Hàn Quốc khẳng định quan điểm đưa nhiệm vụ bảo vệ văn hóa quốc gia lên hàng đầu, nhấn mạnh sản phẩm có bản sắc văn hóa Hàn Quốc nhất chính là sản phẩm có tính hấp dẫn nhất; nếu sản phẩm chỉ có tính giải trí phổ thông, không bao hàm cơ sở văn hóa đặc trưng của Hàn Quốc thì đó chỉ là sự bắt chước, không bền vững. Bên cạnh đó, Hàn Quốc chủ trương việc học hỏi, tiếp thu tinh hoa văn hóa nhân loại và việc bảo tồn văn hóa truyền thống phải luôn song hành. Trên cơ sở đó, đã có nhiều sản phẩm điện ảnh của Hàn Quốc được sản xuất theo hướng kết hợp giữa nội dung là những câu chuyện thấm đẫm tình yêu đất nước với phong cách làm phim “bom tấn” của Hollywood, hấp dẫn hàng triệu khán giả, tạo ra những “cơn sốt” phòng vé và gây được tiếng vang lớn. Gần đây, bộ phim “Ký sinh trùng” (Parasite, năm 2019) đã trở thành kỳ tích khi lần đầu tiên một bộ phim châu Á đến từ Hàn Quốc giành bốn “tượng vàng” giải thưởng Oscar, trong đó có hạng mục quan trọng nhất là phim truyện xuất sắc. Sự kiện này càng góp phần khẳng định sự bùng nổ của làn sóng Hallyu trên thế giới và 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.

Cửa hàng bánh pizza ở  phía tây nam Seoul, một trong những địa điểm quay phim "Parasite" (Ký sinh trùng) của đạo diễn Bong Joon-ho cũng đã có tên trong tour du lịch khám phá các địa điểm của Hàn Quốc \_ Ảnh: TTXVN

Trong hai thập niên qua, điện ảnh trong nước Hàn Quốc đã từng bước vươn lên và năm 2018 đã chiếm lĩnh 50,9% thị phần lượng vé bán ra (1). Các bộ phim Hàn Quốc xuất khẩu sang các nước châu Á đều nhận được những phản ứng tích cực. Một số bộ phim thuộc dòng nghệ thuật giành được những giải thưởng lớn trong các liên hoan phim quốc tế. Những thành tựu này đánh dấu sự chuyển biến quan trọng của nền điện ảnh Hàn Quốc từ một “vùng trũng” của điện ảnh thế giới trở thành một trong những thị trường “nóng” nhất ở châu Á (2). Nhìn lại sự thành công của nền điện ảnh Hàn Quốc tại các liên hoan phim gần đây, nhiều chuyên gia cho rằng, tỷ lệ này còn gia tăng.

**Kinh nghiệm phát triển nền điện ảnh của Hàn Quốc**

Sự nổi lên của nền điện ảnh Hàn Quốc được nhìn nhận ở ba góc độ:

*Thứ nhất,*sự trỗi dậy của “tình cảm dân tộc” sau cuộc khủng hoảng tài chính năm 1998 tạo đà cho các chiến dịch ủng hộ phim Hàn Quốc. Doanh thu tăng đột biến ở các phòng vé của điện ảnh trong nước Hàn Quốc vào 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 Quốc thường nói là “tình cảm dân tộc” bằng chính sách bãi bỏ các luật lệ ngặt nghèo trong ngành điện ảnh, từ đó tiến tới phát triển ngành công nghiệp văn hóa này. Thách thức đến từ cuộc khủng hoảng đã buộc Hàn Quốc không chỉ thay đổi về tư duy kinh tế mà còn tìm ra động lực mới để vươn lên, đó là sự gắn kết của tình cảm dân tộc và tinh thần đoàn kết vượt qua gian khó. Hàng loạt chiến dịch chung tay phát triển dòng phim nội địa và bảo vệ những giá trị văn hóa quốc gia được coi là những tiền đề quan trọng góp phần thúc đẩy ngành điện ảnh Hàn Quốc thực hiện cải cách thể chế nhằm giải phóng sức sáng tạo, thúc đẩy điện ảnh phát triển theo hướng công nghiệp hóa và hội nhập quốc tế.

*Thứ hai,*sự pha trộn giữa phong cách và hình thức của phim Hollywood với nội dung thấm đẫm văn hóa địa phương trong những bộ phim “bom tấn”. Từ năm 1987, những công ty phim ảnh lớn của Hollywood đã bắt đầu phát hành trực tiếp các bộ phim của họ thông qua các công ty con đến thị trường Hàn Quốc. Mặc dù những phim được nhập trực tiếp từ Hollywood chỉ chiếm 15% trong tổng số phim nhập khẩu, nhưng hầu hết đều là những phim “bom tấn” nên đạt được nhiều lợi nhuận nhất. Sự xâm nhập của điện ảnh Mỹ qua những công ty con vào Hàn Quốc đã thúc đẩy điện ảnh Hàn Quốc điều chỉnh và có những bước tiến vượt bậc nhằm nâng cao khả năng trong cuộc cạnh tranh với “người khổng lồ về phim ảnh” từ bên kia bán cầu. Trong quá trình này, một số tập đoàn tài phiệt đã bắt đầu đầu tư và tham gia sản xuất phim trong nước từ giữa những năm 90 của thế kỷ XX.

Vào những năm 80 của thế kỷ XX, nhiều sinh viên trẻ và tài năng đã tham gia các công ty sản xuất điện ảnh. Đây là nguồn nhân lực vô cùng quan trọng để phát triển một nền công nghiệp điện ảnh chất lượng trên tất cả các phương diện, như tổ chức lại khâu phát hành, tìm kiếm những nguồn tài chính ổn định từ các tập đoàn tài phiệt,… Họ là những người góp phần sửa đổi những chính sách liên quan đến công nghiệp điện ảnh bằng nhiều cách thức, theo hướng cởi mở và tự do hơn. Hiện nay, hầu hết đội ngũ này đã trở thành những người lãnh đạo trong các lĩnh vực sản xuất, phát hành và đầu tư trong ngành công nghiệp này, đóng vai trò quan trọng trong tạo việc làm mới lại Tập đoàn Điện ảnh Hàn Quốc (MPPC). Trong giai đoạn 1998 - 2002, Chính phủ Hàn Quốc cũng đưa ra nhiều chính sách để quảng bá, hỗ trợ cho điện ảnh, như thành lập Quỹ quảng bá phim và Quỹ quảng bá văn hóa, khuyến khích đầu tư tư nhân vào ngành công nghiệp điện ảnh thông qua giảm thuế. Cùng với “screen quota” - hệ thống hạn ngạch được thực hiện để ngăn phim nước ngoài xâm nhập vào thị trường phim trong nước - thì nhiều chính sách quảng bá khác cũng được triển khai song hành, góp phần đưa ngành công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc 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, mang nét riêng biệt bởi sự pha trộn giữa “chất liệu Hàn Quốc” với phong cách “bom tấn” của Hollywood. 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 đưa 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 “xứ sở kim chi”.

Một rạp chiếu phim tại Thủ đô Seoul, Hàn Quốc\_Ảnh: en.wikipedia.org

*Thứ ba*, sự đổi mới chính sách của Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi cho sự phát triển của ngành công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc. Trước đây, điện ảnh Hàn Quốc phải trải qua nhiều khâu kiểm duyệt hết sức hà khắc. Quá trình công nghiệp hóa và dỡ bỏ một số điều luật “trói buộc”, thực thi các chính sách huy động tài chính và kinh doanh trong công nghiệp điện ảnh là một trong những nguyên nhân chủ chốt mở đường cho sự phát triển nhanh chóng của ngành này, từ đó mang đến những cơ hội to lớn cho giới trẻ - một thế hệ đầy sức sống và sáng tạo của Hàn Quốc, trong việc biểu đạt những ý tưởng mới và táo bạo thông qua ngôn ngữ điện ảnh và âm nhạc. Chính vì vậy, trong giai đoạn này tại Hàn Quốc đã xuất hiện nhiều đạo diễn nổi tiếng và có sức ảnh hưởng lớn.

Mặt khác, sự phát triển của ngành công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc còn chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi sự đầu tư từ cộng đồng doanh nghiệp Hàn Quốc nói chung. Các tập đoàn đầu tư lớn và Chính phủ Hàn Quốc đều đóng một phần quan trọng trong việc tài trợ, sản xuất, phân phối và công chiếu các bộ phim. Giải thưởng Oscar dành cho bộ phim hay nhất thuộc về phim “Ký sinh trùng” là một trong những minh chứng cho thấy sự thành công của ngành điện ảnh Hàn Quốc trên phạm vi toàn cầu cũng như sức mạnh của các tập đoàn đầu tư.

Gần đây, bên cạnh các tập đoàn, các công ty đầu tư mạo hiểm cũng là một nguồn đầu tư lớn đối với điện ảnh Hàn Quốc. Từ năm 1998 đến cuối năm 2005, ngành công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc đã chứng kiến sự ra mắt của 48 quỹ đầu tư với tổng trị giá 535 triệu USD. Hầu hết các quỹ có thời hạn hoạt động khoảng 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 (3). Việc các nhà sản xuất phim triển khai các biện pháp thu hút giới đầu tư có tác động mạnh mẽ đến sự phát triển của ngành công nghiệp điện ảnh.

Chính phủ Hàn Quốc cũng 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 các quỹ đầu tư. Hội đồng Điện ảnh Hàn Quốc (KOFIC) đã đầu tư 46 triệu USD trong thời gian năm 1998 - 2005. Sự tham gia đóng góp của Chính phủ Hàn Quốc đã khuyến khích nhiều nhà đầu tư mới tham gia đầu tư tài chính cho điện ảnh, nhất là vào đầu những năm 20 của thế kỷ XX.

Hướng đi sắp tới của KOFIC là tập trung phát triển theo chiều sâu, nuôi dưỡng tài năng từ cộng đồng các nhà làm phim trẻ độc lập. Trong quá trình này, KOFIC 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…), dựa trên chất lượng tác phẩm chứ không chỉ danh tiếng của nhà làm phim. Chính phủ và các nhà làm phim tin tưởng rằng, những hình ảnh đẹp về đất nước và con người Hàn Quốc sẽ thu hút du khách đến với Hàn Quốc, qua đó góp phần quảng bá văn hóa Hàn Quốc rộng rãi trên khắp thế giới.

**Một số bài học tham khảo đối với Việt Nam**

Từ những năm 90 của thế kỷ XX đến nay, với những chính sách cởi mở, mạo hiểm và quyết đoán của Chính phủ và người dân, cùng tinh thần tự tôn dân tộc, nền công nghiệp điện ảnh Hàn Quốc đã có những bước phát triển nhanh, vững chắc, thực sự mang giá trị cốt lõi của “sức mạnh mềm” văn hóa Hàn Quốc và góp phần quan trọng gia tăng “sức mạnh mềm” quốc gia, đưa Hàn Quốc vươn tầm thế giới về nhiều mặt. Những kinh nghiệm phát triển các ngành công nghiệp văn hóa, trong đó có công nghiệp điện ảnh của Hàn Quốc có ý nghĩa tham khảo với nhiều nước châu Á, trong đó có Việt Nam.

Là một quốc gia có nền văn hóa đa dạng, phong phú với nhiều giá trị đặc sắc, Việt Nam có nhiều tiềm năng và lợi thế để phát huy nguồn tài nguyên văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội, chuyển hóa các giá trị văn hóa thành “sức mạnh mềm” trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Với quan điểm xây dựng văn hóa thực sự trở thành nền tảng tinh thần vững chắc của xã hội, là sức mạnh nội sinh quan trọng bảo đảm sự phát triển bền vững và bảo vệ vững chắc Tổ quốc, vì mục tiêu dân giàu, nước mạnh, dân chủ, công bằng, văn minh, Đại hội XII của Đảng đã đề ra nhiệm vụ phát triển công nghiệp văn hóa đi đôi với xây dựng, hoàn thiện thị trường dịch vụ và sản phẩm văn hóa, coi phát triển công nghiệp văn hóa là một trong những nhiệm vụ trọng tâm trong xây dựng văn hóa, con người Việt Nam thời kỳ mới, cũng như trong chính sách gia tăng “sức mạnh mềm” của quốc gia.

Xuất phát từ yêu cầu thực tiễn, ngày 8-9-2016, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 1755/QĐ-TTg, phê duyệt *“Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”* khẳng định quan điểm, các ngành công nghiệp văn hóa là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế quốc dân, được đặt trong tổng thể phát triển kinh tế - xã hội và gắn liền với việc quảng bá hình ảnh đất nước, con người Việt Nam, góp phần bảo vệ, phát huy bản sắc văn hóa dân tộc trong quá trình giao lưu, hội nhập và hợp tác quốc tế. Trong các ngành công nghiệp văn hóa, điện ảnh là một ngành quan trọng có nhiều lợi thế so sánh và là một kênh hiệu quả để thực hiện các mục tiêu đề ra.

Hướng tới thực hiện mục tiêu được đề ra trong*“Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”*(4)và*“Quy hoạch phát triển điện ảnh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”*(5) được phê duyệt tại Quyết định số 199/QĐ-TTg, ngày 25-1-2014, của Thủ tướng Chính phủ, Việt Nam đã và đang có nhiều nỗ lực để phát triển ngành điện ảnh, trong đó có việc tham khảo và tiếp thu có chọn lọc những kinh nghiệm phát triển ngành công nghiệp điện ảnh của các nước trên thế giới. Cùng với đó là việc tiếp tục hoàn thiện khung pháp lý, cơ chế, chính sách, tạo thuận lợi cho đầu tư phát triển hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật và nguồn nhân lực điện ảnh. Tăng cường huy động các nguồn lực, ngân sách nhà nước, ưu tiên bố trí nguồn vốn đầu tư để nâng cấp, mở rộng và xây mới các công trình điện ảnh quy mô lớn tại Thủ đô Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và thành phố Đà Nẵng; hỗ trợ một phần kinh phí để cải tạo, nâng cấp, xây mới các rạp chiếu phim có quy mô phù hợp tại các địa phương nhận trợ cấp cân đối từ ngân sách trung ương, trong đó ưu tiên các địa phương khó khăn; hỗ trợ kinh phí xây dựng, cải tạo, nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ công tác giảng dạy và học tập, đào tạo nâng cao trình độ giảng viên… Tập trung huy động các nguồn vốn từ các thành phần kinh tế, nhất là từ các doanh nghiệp, đồng thời tăng cường thu hút các nguồn vốn đầu tư từ nước ngoài, các nguồn viện trợ từ các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước trên cơ sở tuân thủ đúng các quy định của pháp luật Việt Nam; đẩy mạnh xã hội hóa trong đầu tư xây dựng, phát triển hệ thống cơ sở vật chất - kỹ thuật và đào tạo nguồn nhân lực điện ảnh. Tăng cường quán triệt, nâng cao nhận thức về vai trò, tầm quan trọng của điện ảnh đối với việc thực hiện nhiệm vụ chính trị của Đảng và Nhà nước; giáo dục và định hướng thẩm mỹ cho nhân dân; bảo đảm quyền hưởng thụ văn hóa bình đẳng cho nhân dân trên mọi vùng, miền trong cả nước. Đẩy mạnh công tác tuyên truyền trên các phương tiện thông tin đại chúng về chiến lược và quy hoạch phát triển điện ảnh nhằm thu hút sự quan tâm của xã hội, thu hút các nguồn lực trong và ngoài nước đầu tư, khai thác, sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực và cơ sở vật chất - kỹ thuật của ngành điện ảnh. Tăng cường giới thiệu phim Việt Nam ra thế giới và giới thiệu phim xuất sắc, có giá trị của nước ngoài tại Việt Nam; xây dựng thương hiệu Liên hoan phim quốc tế Hà Nội; mở rộng hợp tác, liên doanh sản xuất phim với nước ngoài, kết hợp giữa điện ảnh với du lịch để quảng bá hình ảnh đất nước, nét đặc sắc của các vùng, miền; tăng cường hợp tác quốc tế trong đào tạo nguồn nhân lực điện ảnh, qua đó thúc đẩy ngành công nghiệp điện ảnh phát triển bền vững, góp phần gia tăng “sức mạnh mềm” văn hóa quốc gia./.

-------------------------

(1) Xem: [*https://thegioidienanh.vn/100-nam-dien-anh-han-6-dieu-co-the-ban-chua-biet-37760.html*](https://thegioidienanh.vn/100-nam-dien-anh-han-6-dieu-co-the-ban-chua-biet-37760.html)

(2) *“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)

(3) Xem: [*https://www.koreanfilm.or.kr/eng/kofic/intro.jsp*](https://www.koreanfilm.or.kr/eng/kofic/intro.jsp)

(4) Doanh thu của các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GDP, doanh thu của ngành điện ảnh đạt khoảng 250 triệu USD, trong đó phim Việt Nam đạt khoảng 125 triệu USD

(5) Phát triển ngành điện ảnh theo hướng công nghiệp, hiện đại và hội nhập, mang đậm bản sắc dân tộc, phục vụ tốt nhu cầu về đời sống văn hóa, tinh thần của nhân dân, nhất là ở các vùng sâu, vùng xa, vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn; từng bước phấn đấu xây dựng điện ảnh Việt Nam trở thành nền điện ảnh mạnh trong khu vực Đông Nam Á và châu Á