



บทความวิจัย

เรื่อง พัฒนาการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ตั้งแต่ ค.ศ. 2000-2021

โดย

นางสาวสุดาพร พรสมบุญดี

รหัสนักศึกษา 05610927

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อบทความวิจัย	พัฒนาการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ตั้งแต่ ค.ศ. 2000-2021
ผู้เขียน	นางสาวสุดาพร พรสมบุญดี
อาจารย์ที่ปรึกษาบทความวิจัย	อาจารย์ ดร.เพชรดา ชุนอ่อน
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2564

### บทคัดย่อ

บทความวิจัย “พัฒนาการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ตั้งแต่ ค.ศ. 2000-2021” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อเศรษฐกิจเกาหลีใต้ และความสำเร็จของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ในระดับนานาชาติ ค.ศ. 2000-2021 โดยมีวิธีการศึกษาจากการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากเอกสาร หนังสือ ผลงานที่เกี่ยวข้องและข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในรูปแบบภาษาไทย และภาษาอังกฤษมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์

ผลการศึกษาพบว่าตั้งแต่ทศวรรษที่ 1990 เป็นต้นมา รัฐบาลเกาหลีใต้ให้ความสำคัญแก่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมอย่างมาก เพราะรัฐบาลมองว่าอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสามารถนำมาเป็นมูลค่าในการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้ อุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ภาครัฐจึงร่วมมือกับภาคเอกชนโดยลงทุนก่อตั้งสมาพันธ์ภาพยนตร์เกาหลี จัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ เพื่อส่งเสริมภาพยนตร์เกาหลีให้กับผู้ชมในประเทศและต่างประเทศ จนเกิดเป็นกระแส Korean Wave ทำให้ภาพยนตร์เกาหลีกลายเป็นที่นิยมไปทั่วโลก และยังก่อตั้งสถาบัน KOCCA เพื่อพัฒนารูปร่างด้านวัฒนธรรมเกาหลีอย่างครบวงจร ส่งผลให้ผู้ผลิตภาพยนตร์สามารถสร้างสรรค์ผลงานได้อย่างอิสระจนทำให้ภาพยนตร์เกาหลีใต้ได้รับรางวัลสูงสุดแห่งวงการภาพยนตร์โลก เนื่องจากภาพยนตร์เกาหลีใต้กำลังเป็นที่สนใจทั้งในหมู่ผู้ชม สื่อมวลชนและนักลงทุนต่างชาติ Netflix ซึ่งเป็นบริษัทข้ามชาติที่บริการสตรีมมิงภาพยนตร์ผ่านอินเทอร์เน็ตได้เข้ามาร่วมลงทุนสร้างเนื้อหาในเกาหลีใต้จนประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องมากที่สุดในบรรดาเนื้อหาที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเกาหลีใต้เป็นจำนวนมาก ทำให้ภาพยนตร์จากเกาหลีใต้ยิ่งเป็นที่รู้จักมากขึ้น

**คำสำคัญ :** อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี, ภาพยนตร์เกาหลี, Netflix

## กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยเรื่อง พัฒนาการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ตั้งแต่ ค.ศ. 2000-2021 เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450 112 การศึกษาเอกเทศ (Independent Study)

บทความวิจัยชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร. เพชรดา ชุนอ่อน อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณครอบครัว โดยเฉพาะป้า พี่หนุ่ย และเพื่อน ๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ และขอขอบคุณ Tattoo Colour ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

สุดาพร พรสมบุญดี

## สารบัญ

บทคัดย่อ.....	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญรูปภาพ.....	ง
บทความ “พัฒนาการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ตั้งแต่ ค.ศ. 2000-2021”.....	1
บรรณานุกรม.....	30
ประวัติผู้วิจัย.....	36

## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ 1 Netflix ช่วยสร้างเศรษฐกิจในเกาหลีอย่างไรบ้าง.....	19
ภาพที่ 2 จำนวนเนื้อหาจากเกาหลีใต้ที่ติดอันดับ Top 10 Entry ของ Netflix ในประเทศต่าง ๆ.....	23
ภาพที่ 3 ภาพยนตร์เรื่อง Parasite.....	25
ภาพที่ 4 อี มีคยอง รองประธานกลุ่ม CJ Group กล่าวสุนทรพจน์บนเวทีออสการ์.....	25
ภาพที่ 5 ทีมงานเรื่อง Parasite รับรางวัลลบทเวทีออสการ์.....	26

## พัฒนาการของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ตั้งแต่ ค.ศ. 2000-2021

### บทนำ

อุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีใต้ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในโลกและกลายเป็นสินค้าส่งออกหลักของประเทศจนทำให้เกิดความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ ละคร เกม หรือเพลง ฯลฯ อุตสาหกรรมบันเทิงเหล่านี้กลายเป็นที่นิยมของผู้คนทั่วโลกจนเกิดกระแสเกาหลี (Korean Wave) หรือ ฮันรยู (Hallyu) (พัชรี บอนคำ, 2563)

กระแสเกาหลี (Korean Wave) หรือ ฮันรยู (Hallyu) คือปรากฏการณ์การแพร่ของวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลีใต้ออกไปทั่วโลกผ่านสื่อบันเทิง (พัชรี บอนคำ, 2563) และกระแสเกาหลียังเป็นส่วนหนึ่งของ Soft Power (อำนาจอ่อน) หรือนโยบายการขับเคลื่อนเพื่อการส่งออกและเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลี ซึ่งไม่ใช่สิ่งที่ทำแล้วเห็นผลได้ในเวลาอันสั้น แต่ต้องอาศัยการสนับสนุนและการผลักดันจากภาครัฐอย่างจริงจัง โดยนับตั้งแต่ประเทศเกาหลีใต้ประสบปัญหาทางการเงินในปี 1997 กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ได้วางแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านภาพยนตร์และดนตรีให้มีคุณภาพ โดยมีเป้าหมายเพื่อการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีให้เติบโตในอนาคต จนกระทั่งปี 1999 เริ่มมีการใช้คำว่า “ฮันรยู” ในวงการสื่อมวลชนต่างประเทศ เพื่อใช้นิยามคลื่นความนิยมเกาหลีหรือ “กระแสเกาหลี”

ประเทศเกาหลีใต้ใช้กระแสเกาหลีในการส่งออกวัฒนธรรมอย่างภาพยนตร์ ละคร รายการวาไรตี้ เพลง ฯลฯ ไปยังประเทศใกล้เคียง เช่น จีน ไต้หวัน เวียดนาม ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และไทย และเมื่อสร้างชื่อเสียงจนเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมแล้ว ก็นำไปสู่การขายสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเน้นความทันสมัยและผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง ซึ่งปัจจุบันกระแสเกาหลีได้ขยายอิทธิพลไปทั่วเอเชีย รวมถึงทวีปยุโรป และอเมริกา (Tatiya Kaewchan, 2564)

อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบันเทิงที่ประสบความสำเร็จ แม้ในช่วงหลังสงครามเกาหลีมาจนถึงทศวรรษ 1980 อุตสาหกรรมภาพยนตร์จะเผชิญกับความตกต่ำ แต่ประเทศเกาหลีใต้ก็สามารถทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์กลับมาฟื้นฟูได้อีกครั้งภายในทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา จนเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างหนึ่งในการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีไปสู่ตลาดโลกและทำให้ประเทศเกาหลีใต้เป็นที่รู้จักกันไปทั่วอย่างเฉกเช่นทุกวันนี้ โดยปรากฏการณ์ที่เป็นจุดพลิกผันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีมาจากภาพยนตร์เรื่อง ชิริ (Shiri) ภาพยนตร์แนวแอคชั่นเกี่ยวกับสายลับเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ที่ออกฉายภายในปี 1999 ซึ่งเป็นภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกที่ประสบความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่น ฮองกง สิงคโปร์ และไต้หวัน นอกจากนี้เรื่องของรายได้ที่มากเกินคาดแล้ว ยังสร้างค่านิยมใหม่ในหมู่ผู้ชมภาพยนตร์ต่างประเทศอีกด้วย

ภาพยนตร์เกาหลีก็มีคุณภาพไม่แพ้ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเช่นกัน หลังจากนั้นไม่นานภาพยนตร์เกาหลีได้อีกหลายเรื่องก็เดินหน้าเข้าสู่ตลาดโลกอย่างต่อเนื่องและประสบความสำเร็จมาตลอด จนกระทั่งในปี 2020 มีภาพยนตร์เกาหลีสามารถเข้าสู่รายชื่อเข้าชิงรางวัลออสการ์ได้

“รางวัลออสการ์” เป็นงานมอบรางวัลของสหรัฐอเมริกาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จัดโดยสถาบัน The Academy of Motion Picture Arts and Sciences (AMPAS) หรือสถาบันศิลปะภาพยนตร์และวิทยาการ เป็นรางวัลทางภาพยนตร์ที่ถือกันว่าเป็นสากลและเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางทั่วโลก โดยรางวัลสูงสุดในการประกวดภาพยนตร์คือ “รางวัลปาล์มทองคำ” ตั้งแต่มีการจัดงานมอบรางวัลออสการ์ครั้งแรกในปี 1929 มาจนถึงปี 2019 ภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัลปาล์มทองคำล้วนเป็นภาพยนตร์จากอเมริกาหรือยุโรป จนกระทั่งในปี 2020 ภาพยนตร์เรื่อง Parasite ผลงานล่าสุดของผู้กำกับบง จุนโฮ (Bong Joon-ho) เป็นภาพยนตร์เกาหลีได้เรื่องแรกที่ได้รับรางวัลปาล์มทองคำในเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ อีกทั้งยังทำรายได้สูงสุดในหลายประเทศ ภาพยนตร์เรื่อง Parasite นับเป็นภาพยนตร์ภาษาต่างประเทศที่ได้รับรางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยมครั้งแรกในประวัติศาสตร์ 92 ปี ของงานมอบรางวัลออสการ์ ถือว่าเป็นการสร้างความเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้ครั้งยิ่งใหญ่ และยังเป็นจุดเริ่มต้นที่จะทำให้วงการภาพยนตร์จากเอเชียมีโอกาสได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลออสการ์มากขึ้นอีกต่อไป นอกจากนี้การที่ภาพยนตร์เรื่อง Parasite ได้รับรางวัลยังมีส่วนทำให้เศรษฐกิจของประเทศพัฒนา เนื่องจากการได้รับรางวัลทำให้ผู้คนสนใจและรับชมภาพยนตร์เรื่องนี้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ภาพยนตร์เรื่อง Parasite สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมากให้แก่ประเทศเกาหลีใต้จนกลายเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างดี (ทัศนีย์ สาลีโกชน, 2563)

ดังที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้มีการพัฒนาตลอดเวลา และสามารถไปสู่จุดสูงสุดของวงการภาพยนตร์โลกได้ โดยเบื้องหลังของการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้นี้มีปัจจัยสำคัญหลายประการที่นำไปสู่ความสำเร็จระดับนานาชาติ ด้วยเหตุนี้ บทความนี้จึงเป็นการศึกษาประเด็นสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อเศรษฐกิจเกาหลีใต้ และความสำเร็จของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ในระดับนานาชาติตั้งแต่ปี 2000-2021

### ความเป็นมาของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้

จุดเริ่มต้นของการเข้ามาของเครื่องฉายภาพยนตร์ในเกาหลีนั้นไม่มีหลักฐานยืนยันแน่ชัด แต่นักประวัติศาสตร์เชื่อว่าน่าจะเข้ามาในช่วง ค.ศ. 1897-1902 ซึ่งภาพยนตร์ในช่วงแรกที่น่ามาฉายจะเป็นลักษณะของสารคดีข่าวสั้น ๆ หรือบันทึกภาพการณ์สำคัญจากฝรั่งเศสและสหรัฐอเมริกา แต่ใน ค.ศ. 1905 ที่ญี่ปุ่น

บังคับให้เกาหลีลงนามสนธิสัญญาผนวกดินแดน ทำให้เกาหลีต้องอยู่ภายใต้การปกครองของญี่ปุ่น ต่อมาในช่วงทศวรรษ 1910 เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ขึ้นทั่วโลก ส่งผลให้มีนักธุรกิจชาวญี่ปุ่นหลายคนหันมาเริ่มลงทุนสร้างโรงภาพยนตร์ขึ้นมา

ภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกถูกสร้างขึ้นใน ค.ศ. 1919 แต่เนื่องจากในช่วงเวลานั้นเกาหลียังอยู่ภายใต้การปกครองของญี่ปุ่น ทำให้การสร้างภาพยนตร์ต้องผ่านการตรวจสอบจากคณะปกครองชาวญี่ปุ่น ทำให้ภาพยนตร์เกาหลีในช่วง ค.ศ. 1934-1945 เป็นภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อเพื่อสนับสนุนจักรวรรดิญี่ปุ่น ภายหลังจากสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ชาตินิยมอำนาจได้เข้ามาควบคุมดูแลเกาหลี จนนำไปสู่การแบ่งประเทศเกาหลีออกเป็นสองประเทศและสิ่งที่ตามมาคือ สงครามเกาหลี ซึ่งได้สร้างความเสียหายเป็นอย่างมาก บรรดาม้วนฟิล์มภาพยนตร์ที่เคยสร้างมาถูกทำลาย ส่วนอุปกรณ์ในการถ่ายทำภาพยนตร์ก็ถูกทำลายจากภัยสงคราม ทำให้อุตสาหกรรมเกาหลีต้องกลับสู่จุดเริ่มต้นอีกครั้ง

หลังสิ้นสุดสงครามเกาหลี ใน ค.ศ. 1953 รัฐบาลของอิ ซึงมัน ได้กำหนดนโยบายการยกเว้นภาษีแก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ และแก้ไขนโยบายการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ ตลอดจนมีการเปิดรับความช่วยเหลือทั้งด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์การถ่ายทำภาพยนตร์จากต่างประเทศ ถือได้ว่ายุคนี้เป็นยุคที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เจริญมาก แต่ช่วงรัฐบาลของปาร์ค จุงฮี ถือได้ว่าเป็นช่วงตกต่ำของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เนื่องจากได้มีการกำหนดกฎหมายภาพยนตร์ขึ้น กฎหมายนี้ได้ควบคุมและตรวจสอบเนื้อหาภาพยนตร์ ทั้งภาพยนตร์ในประเทศและต่างประเทศ โดยภาพยนตร์ห้ามมีเนื้อหาทางการเมืองอย่างเด็ดขาด รวมถึงมีการก่อตั้งองค์กร Korean Motion Picture Promotion Corporation (KMPPC) เพื่อควบคุมดูแลภาพยนตร์ให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล จนกระทั่งรัฐบาลของชอน ดุฮวาน ได้แก้กฎหมายควบคุมภาพยนตร์โดยลดความเข้มงวดในการตรวจสอบภาพยนตร์และยกเลิกความเข้มงวดของการนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ ผลก็คือทำให้ตลาดภาพยนตร์มีการแข่งขันมากขึ้น ส่วนผลเสียคือภาพยนตร์เกาหลีได้สูญเสียตลาดส่วนใหญ่ให้กับภาพยนตร์ต่างประเทศจนเกือบทำให้ภาพยนตร์เกาหลีต้องปิดตัวลง เมื่อเข้าสู่รัฐบาลของโน แทอู ก็มีการพยายามแก้ไขปัญหาโดยการใช้ประโยชน์จากการเข้ามาของผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ต่างประเทศ เช่น 20<sup>th</sup> Century Fox หรือ Warner Bros. มาพร้อมกับการบังคับใช้นโยบาย screen quota ซึ่งก็คือการกำหนดสัดส่วนระหว่างภาพยนตร์เกาหลีและภาพยนตร์ต่างประเทศที่จะนำออกฉายในโรงภาพยนตร์ โดยบังคับให้โรงภาพยนตร์ต้องฉายภาพยนตร์เกาหลีจำนวนขั้นต่ำ 146 วันต่อปี แต่นโยบายนี้ก็ไม่ได้ช่วยให้รายได้ภาพยนตร์เกาหลีเพิ่มขึ้นแต่อย่างใด (The Prince, 2563)



## พัฒนาการและจุดเปลี่ยนของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้

ปัจจุบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีสามารถประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากมีการสนับสนุนจากรัฐบาลและเอกชน การสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลเกาหลีใต้เริ่มต้นขึ้นอย่างจริงจังหลังสงครามเกาหลียุติลง รัฐบาลเกาหลีใต้แต่ละยุคได้ออกกฎหมาย นโยบายต่าง ๆ เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีให้กลับมารุ่งเรือง แต่บางนโยบายก็ส่งผลให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์กลับมาตกต่ำอีกครั้ง อย่างไรก็ตามช่วงทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา มุมมองของรัฐบาลที่มีต่ออุตสาหกรรมบันเทิงก็สามารถทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์กลับมาฟื้นฟูจนประสบความสำเร็จระดับนานาชาติได้

### อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในช่วงรัฐบาลคิม ยองซัม (ค.ศ. 1993-1998)

ในทศวรรษ 1990 อุตสาหกรรมภาพยนตร์สามารถกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง เนื่องจากประธานาธิบดีคิม ยองซัม เป็นผู้นำคนแรกที่ไม่เห็นความสำคัญของ “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” เขากล่าวว่า “ในศตวรรษที่ 21 ศิลปะและวัฒนธรรมจะเป็นอุตสาหกรรมที่ทรงอำนาจผ่านการพัฒนาสื่อทัศนที่ทันสมัย ดังนั้นประเทศเกาหลีใต้จึงต้องพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อวิสัยทัศน์นานาชาติเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้า” (ก๊อง ฤทธิ์ดี, 2564) รัฐบาลคิม ยองซัม จึงพิจารณาการถึงการควบคุมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของรัฐบาลในการเซ็นเซอร์ภาพยนตร์ที่ขัดต่อสิทธิของประชาชน ทำให้ Korean Motion Picture Promotion Corporation (KMPPC) หรือ สมาคมส่งเสริมภาพยนตร์เกาหลีที่ถูกก่อตั้งในช่วงรัฐบาลปาร์ค จุงฮี เพื่อควบคุมภาพยนตร์ให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาล ถูกลดบทบาทลงจนแทบไม่มีผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ และเปลี่ยนมาใช้ระบบการจัดเรตติ้งที่กำหนดอายุของคนที่จะเข้าชมภาพยนตร์ในแต่ละเรื่องแทน ทำให้หลังจากประเทศเปิดตัวเป็นประชาธิปไตย ภาพยนตร์อเมริกันก็สามารถจัดจำหน่ายและฉายได้โดยตรงในประเทศเกาหลี ทำให้สัดส่วนของภาพยนตร์เกาหลีในช่วงต้นทศวรรษ 1980 อยู่ที่ประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ แต่ใน ค.ศ. 1993 ลดลงเหลือเพียง 15.9 เปอร์เซ็นต์ (Yeong, 2564)

เดิมการสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไม่เป็นภาระแก่รัฐบาลมากนัก เนื่องจากมีกองทุนร่วมลงทุน (Venture Capital) และบริษัทขนาดใหญ่ให้การสนับสนุน หลังจากการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกที่กรุงโซลเมื่อ ค.ศ. 1988 Samsung บริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้ารายใหญ่หลายประเภท, LG บริษัทประกอบกิจการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และ Daewoo บริษัทผลิตรถยนต์รายใหญ่ของประเทศเกาหลีใต้ ได้ตั้งเป้าหมายไปที่ตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ทำให้ทุนทางการเงินเข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์และโทรทัศน์ โดยภาพยนตร์เรื่องแรกที่ได้รับการสนับสนุนถูกสร้างเมื่อ ค.ศ. 1995 นับแต่นั้นเป็นต้นมา บริษัทขนาดใหญ่จำนวนมากได้เข้าสู่อุตสาหกรรมภาพยนตร์และเข้าร่วมการลงทุน นอกจากนี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้เริ่มมีจำนวนนักแสดงเพิ่มมากขึ้น มีการปรับปรุงการตลาดและการส่งเสริมการขาย รวมถึงกลยุทธ์ภาพยนตร์

ฮอลลีวูดอื่น ๆ ผ่านการลงทุนในการผลิตภาพยนตร์เชิงพาณิชย์ ดังนั้นบทบาทของรัฐบาลจึงเป็นการให้สิทธิและประโยชน์เพื่อกระตุ้นให้บริษัทเอกชนเหล่านี้นำเงินมาช่วยเหลืออุตสาหกรรมภาพยนตร์เท่านั้น

นอกจากนี้รัฐบาลได้จัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน (Busan International Film Festival: BIFF) จัดขึ้นครั้งแรกวันที่ 13-21 กันยายน 1996 ที่เมืองปูซาน เทศกาลนี้เป็นหนึ่งในเทศกาลภาพยนตร์ที่สำคัญที่สุดในเอเชีย และมีการจัดขึ้นต่อเนื่องทุกเดือนตุลาคมของทุกปี เพื่อส่งเสริมภาพยนตร์เกาหลีให้กับผู้ชมในประเทศและต่างประเทศ และยังอนุญาตให้ภาพยนตร์ศิลปะและภาพยนตร์เชิงพาณิชย์มีเวทีแสดงผลงานและทำให้คนเกาหลีตระหนักถึงความยิ่งใหญ่ของภาพยนตร์เกาหลีมากขึ้น โดยเป้าหมายหลักของงานได้แก่การแนะนำภาพยนตร์ใหม่และผู้กำกับครั้งแรก โดยเฉพาะภาพยนตร์จากประเทศแถบเอเชีย และลักษณะเด่นอีกประการหนึ่งคือ การดึงดูดใจของคนหนุ่มสาวในงานเทศกาล ทั้งในแง่ของจำนวนผู้ชมที่อายุน้อย และความพยายามในการพัฒนาและส่งเสริมเยาวชนที่มีความสามารถ ภายในงานมีการฉายภาพยนตร์ 173 เรื่อง จาก 31 ประเทศ มีทั้งภาพยนตร์ที่หายากหรือยังไม่ได้ฉายที่ไหนมาเปิดฉายในงานนี้ก่อน นอกจากนี้ยังมีการแสดงต่าง ๆ ตามถนน รวมถึงร้านค้า ร้านอาหาร ฯลฯ ทำให้ผลตอบรับจากการจัดงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซานได้รับการตอบรับที่ดีอย่างมาก และสิ่งที่เป็นจุดสำคัญของงานหรือสิ่งที่ผู้สร้างภาพยนตร์แต่ละประเทศรอคอยก็คือ การมอบรางวัลให้แก่ผู้สร้างภาพยนตร์ที่สร้างสรรค์ผลงานจนได้รับการคัดเลือกเพื่อส่งเสริมภาพยนตร์ในเอเชีย หลังจากเทศกาลจบลง ในย่านนี้ก็ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับกับงานนี้โดยเฉพาะ จนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่หรือที่รู้จักกันในชื่อ BIFF Square (ChilloutKorea, 2558)

ในปีถัดไป รัฐบาลได้จัดเทศกาลภาพยนตร์ที่สำคัญอีกหนึ่งงาน ซึ่งก็คืองานเทศกาลภาพยนตร์มหัศจรรย์นานาชาติบูเชอน (Bucheon International Fantasy Film Festival: BiFan) จัดขึ้นครั้งแรกวันที่ 29 สิงหาคม 1997 เป็นงานเทศกาลภาพยนตร์ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในเดือนกรกฎาคม ที่เมืองบูเชอน ประเทศเกาหลีใต้ เทศกาลภาพยนตร์นี้จะมุ่งเน้นไปที่ภาพยนตร์สยองขวัญ ลึกลับ และแฟนตาซีของประเทศเกาหลีใต้และต่างประเทศ โดยให้ความสนใจเป็นพิเศษกับภาพยนตร์เอเชีย ทั้งเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภายในงานจะประกอบไปด้วยงานทั้งหมด 8 ส่วน ได้แก่ 1) Bucheon Choice 2) World Fantastic Cinema 3) Fantastic Short Film (ภาพยนตร์สั้นยอดเยี่ยม) 4) Forbidden Zone (เขตต้องห้าม) 5) Family Fanta 6) Ani-Fanta 7) Special Programs (โปรแกรมพิเศษ) และ 8) Retrospectives (ย้อนหลัง) ในด้านการมอบรางวัล เทศกาลภาพยนตร์นี้ไม่มีการแข่งขัน ยกเว้นหมวด Bucheon Choice ซึ่งรางวัล “Golden Kebbi” มอบให้ในภาพยนตร์ “Best of Bucheon” นอกจากนี้ยังมีการมอบรางวัล Network for the Promotion of Asian Cinema (NETPAC) หรือรางวัลจากเครือข่ายส่งเสริมภาพยนตร์เอเชียเป็นประจำทุกปี รางวัลนี้มอบให้ในเทศกาลภาพยนตร์ระดับนานาชาติที่ได้รับการคัดเลือกเพื่อส่งเสริมภาพยนตร์ในเอเชีย

โดยมีเกณฑ์การเลือกจากภาพยนตร์ที่โดดเด่นและค้นพบความสามารถใหม่จากบรรดาผู้สร้างภาพยนตร์ โดยรางวัลนี้ไม่ได้มีเพียงแค่เทศกาลภาพยนตร์มหัศจรรย์นานาชาติบูซอนเท่านั้น แต่ภายในงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซานและเทศกาลภาพยนตร์ทั่วโลกที่อยู่ในองค์กร NETPAC ก็มีการมอบรางวัลนี้เช่นเดียวกัน

ในขณะที่ประเทศกำลังพัฒนา ในช่วง ค.ศ. 1997-1998 กลับชะงักลงเนื่องจากวิกฤตการณ์ทางการเงินในเอเชีย ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้อย่างมาก ช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ กลุ่มแซ็บโบลหรือกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ที่ทรงอิทธิพลทางการค้าและการลงทุนในประเทศเกาหลีได้เป็นนายทุนรายใหญ่ที่สนับสนุนให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้ จึงมีส่วนร่วมในการสร้างภาพยนตร์และมีสิทธิ์ขาดในการเลือกนักแสดง แต่หลังจากเกิดวิกฤตการณ์ทางการเงินที่เป็นเหตุให้คุณภาพของภาพยนตร์ตกต่ำ กลุ่มแซ็บโบลจึงเริ่มให้ความสนใจในอุตสาหกรรมภาพยนตร์น้อยลงและกลับไปสนใจทำธุรกิจหลักที่มีอยู่และเริ่มถอนเงินทุนออกจากธุรกิจภาพยนตร์ แต่ก็ทำให้เกิดกลุ่มนายทุนใหม่เข้ามาแทนที่ ได้แก่ CJ Group บริษัทผลิตภาพยนตร์ สำนักพิมพ์ภาพยนตร์ การลงทุนและนิทรรศการ, Orion Corporation บริษัทกระจายเสียง, และ Lotte Corporation บริษัทผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์ ที่ปัจจุบันได้กลายเป็นายทุนรายใหญ่ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้โดยถือครองส่วนแบ่งรวมกันถึง 80 เปอร์เซ็นต์ จากวิกฤตดังกล่าวได้กลายเป็นแรงสนับสนุนอย่างมหาศาลให้ประเทศเกาหลีใต้ต้องปรับตัวและมุ่งเน้นพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างจริงจัง (พัชรี บอนคำ, 2563)

### **อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในช่วงรัฐบาลคิม แดจุง (ค.ศ. 1998-2003)**

ความรุ่งเรืองทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ เกิดขึ้นมาจากสถานการณ์ในยามที่ประเทศประสบความยากลำบาก ประธานาธิบดีคิม แดจุง ขึ้นมามีอำนาจใน ค.ศ. 1998 ในช่วงเวลาที่เกาหลีไต่ยังอยู่ในสภาพไม่คล่องตัวจากวิกฤติทางการเงินเอเชียใน ค.ศ. 1997 พร้อมกับยุคที่ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน การแข่งขันในด้านเศรษฐกิจโดยอาศัยทรัพยากรที่จับต้องได้เพียงอย่างเดียวจึงไม่เพียงพออีกต่อไป เนื่องด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติมีจำกัด ปัจจุบันหลายประเทศพยายามจะผลักดันให้เกิดนโยบายทางเศรษฐกิจโดยมุ่งเน้นไปที่เรื่องของการพัฒนานวัตกรรมทั้งทางเทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ดังนั้นจึงเกิด Creative Economy หรือ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมทรัพยากรที่มีด้วยการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์จนเกิดเป็นความยั่งยืนของสินค้าและบริการ

Soft Power ก็มีความเกี่ยวข้องกับ Creative Economy โดยการสร้างอิทธิพลการเปลี่ยนแปลงอะไรบางอย่างที่ทำให้ผู้คนมีส่วนร่วมอยากปฏิบัติตามโดยไม่ต้องบังคับ การสร้างอำนาจในลักษณะนี้จะได้รับการยอมรับมากกว่า Hard Power มีการระบุมุมความคิดในเรื่อง Soft Power ประกอบไปด้วย วัฒนธรรม ค่านิยม

และนโยบายต่างประเทศ เมื่อมองเห็นศักยภาพทั้งมูลค่าทางวัฒนธรรมและมูลค่าทางพาณิชย์แล้ว รัฐบาลทั่วโลกจึงเริ่มลงทุนในการพัฒนา Soft Power ผ่านอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้กลายเป็นอาวุธสำคัญที่ทำให้ Creative Economy ของประเทศตนเองเติบโต

รัฐบาลคิม แดจุง จึงอาศัยพลัง Soft Power เปลี่ยนโฉมเศรษฐกิจของประเทศตัวเอง โดยรัฐมนตรีกระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว กล่าวว่าคิม แดจุง รู้สึกประหลาดใจกับรายได้ที่สหรัฐอเมริกาได้รับจากภาพยนตร์และรายได้ที่สหราชอาณาจักรได้รับจากการแสดงดนตรีบนเวที (Euny Hong, 2014) คิม แดจุงจึงตัดสินใจพัฒนาประเทศด้วยการผลักดันเทคโนโลยีสารสนเทศและส่งเสริมวัฒนธรรมป๊อป การเลือกวัฒนธรรมป๊อปเป็นจุดขายมีข้อดีคือ ไม่จำเป็นต้องมีโครงสร้างพื้นฐานมากมาย (ดังเช่น การสร้างอุตสาหกรรมการผลิตต่าง ๆ ซึ่งต้องมีระบบสาธารณูปโภค ถนน โลจิสติกส์และระบบอื่น ๆ รองรับ) สิ่งที่ต้องใช้เพื่อสร้างกระแสวัฒนธรรมป๊อปคือ เวลาและความสามารถเฉพาะตัว ดังนั้นจากที่เคยมุ่งเน้นกำลังในการผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์เพียงอย่างเดียว จึงเปลี่ยนเป็น Creative Economy ในแบบที่หลายประเทศต้องจับตามอง สิ่งที่เป็นแรงบันดาลใจเริ่มต้นให้กับรัฐบาลคิม แดจุงก็คือ ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง Jurassic Park ใน ค.ศ. 1993 ที่ทำรายได้ทั่วโลกกว่า 10,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเทียบกับประเทศเกาหลีใต้ผลิตรถยนต์ทั้งหมด 1.5 ล้านคัน รัฐบาลคิม แดจุงจึงเริ่มสนับสนุนวงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และเป็นที่มาของ Hallyu หรือ Korean Wave

การทบทวนแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อหาทางลดการพึ่งพาอุตสาหกรรม เพราะด้านหนึ่งของประเทศของเกาหลีใต้เป็นประเทศที่ขาดทรัพยากรธรรมชาติ และอีกด้านหนึ่งคือความท้าทายที่มาจากประเทศคู่แข่งอย่างประเทศจีน ประเทศเกาหลีใต้จึงมุ่งพัฒนาการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม เพื่อเป็นการสร้างรายได้จากต่างประเทศ และยกระดับความก้าวหน้าของประเทศ รัฐบาลจึงใช้กลยุทธ์การพัฒนาด้วยการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม ดิจิทัลเทคโนโลยี และการส่งออกภาคบริการที่ประกอบไปด้วย ภาพยนตร์ ดนตรี และเกมออนไลน์ ให้เป็นแหล่งสำคัญของการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ภายใต้อำนาจ “แผนพัฒนาสนับสนุนอุตสาหกรรมคลื่นเกาหลี” (Hallyu Industry Support Development Plan) รัฐบาลคิม แดจุงกำหนดเป็นเป้าหมายว่า ภายใน 2 ปี อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะมีมูลค่า 290 พันล้านเหรียญสหรัฐ มากกว่ามูลค่าอุตสาหกรรมเซมิคอนดักเตอร์ที่มีมูลค่า 280 พันล้านเหรียญสหรัฐต่อปี อีกทั้งรัฐบาลยังเพิ่มงบประมาณให้แก่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจาก 14 ล้านดอลลาร์สหรัฐใน ค.ศ. 1998 เป็น 84 ล้านดอลลาร์สหรัฐใน ค.ศ. 2001 (ปริดี บุญชื้อ, 2564)

การส่งเสริมการเพิ่มการผลิตสินค้าวัฒนธรรม รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ใช้ “รูปแบบของความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน” ซึ่งเป็นรูปแบบที่ประสบความสำเร็จมาแล้วจากการพัฒนาอุตสาหกรรม

อิเล็กทรอนิกส์ การต่อเรือ รถยนต์ และอุตสาหกรรมส่งออกอื่น ๆ กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวได้ประกาศใช้นโยบาย Korea: Culture, Creativity and Content เพื่อพัฒนาแผนธุรกิจสำหรับตลาดต่างประเทศให้กับการส่งออกละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เพลง การออกแบบ ฯลฯ รวมทั้งการให้เงินกู้แก่ผู้ประกอบการ และการฝึกฝนแก่ศิลปิน ส่งผลสถาบันการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์และการผลิตสื่อบันเทิงต่าง ๆ มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น รัฐบาลจึงตั้งเป้าหมายให้สินค้าวัฒนธรรมสำหรับคนหมู่มาก (Popular Culture) เป็นแหล่งสำคัญของการขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ค.ศ. 1998 ถือได้ว่าเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของวงการภาพยนตร์เกาหลี เพราะในปีนั้นภาพยนตร์เกาหลีมีส่วนแบ่งตลาดในประเทศเพียง 24 เปอร์เซ็นต์ แต่มีภาพยนตร์เกาหลีจำนวน 4 เรื่อง ได้รับเชิญให้ไปฉายที่เทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ สาเหตุมาจากก่อนหน้านี้ 2 ปี หรือใน ค.ศ. 1996 เจ้าหน้าที่ระดับบริหารของเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ได้มีโอกาสเข้าชมภาพยนตร์เกาหลีในงานมหกรรมภาพยนตร์นานาชาติปูซาน นับตั้งแต่ ค.ศ. 1998 เป็นต้นมา ภาพยนตร์เกาหลีจึงได้ไปที่เมืองคานส์ราว 4-10 เรื่องในแต่ละปี

ต่อมา ค.ศ. 1999 ได้มีการปฏิรูป Korean Motion Picture Promotion Corporation (KMPPC) โดยการตั้งชื่อใหม่ว่า Korean Film Commission (KOFIC) หรือ สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งเกาหลี ที่เป็นหน่วยงานย่อยมาจากกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนและประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคณะกรรมการขององค์กรมีจำนวน 9 คน ที่ได้รับแต่งตั้งจากกระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมการผลิตภาพยนตร์ (The Prince, 2563) โดยบทบาทหลักของสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งเกาหลีในประเทศจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) สนับสนุนด้านการวางแผนและการพัฒนาโปรเจกต์ โดยทางสมาพันธ์ภาพยนตร์จะช่วยจัดสรรทุนให้แก่ นักเขียนบท ผู้กำกับ ผู้อำนวยการสร้างและบริษัทผลิตภาพยนตร์ ในการขยายโอกาสการพัฒนาโปรเจกต์ที่ไม่จำกัดประเภทและรูปแบบ 2) สนับสนุนเงินทุนแก่โปรเจกต์ประเภทภาพยนตร์ทดลองและภาพยนตร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ เพื่อเป็นการค้นหาผู้กำกับหน้าใหม่มาเป็นกำลังสำคัญของวงการภาพยนตร์ในอนาคต 3) สนับสนุนด้านการจัดจำหน่าย เน้นการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ที่ไม่ค่อยได้รับโอกาสเผยแพร่ โดยเฉพาะ ภาพยนตร์อิสระ ภาพยนตร์ศิลปะ รวมถึงให้การสนับสนุนการจัดเทศกาลภาพยนตร์ ส่วนการสนับสนุนภาพยนตร์เกาหลีในต่างประเทศ สมาพันธ์ภาพยนตร์จะทำหน้าที่สร้างโอกาสให้ภาพยนตร์เกาหลีได้เข้าร่วมเทศกาลภาพยนตร์ประเทศต่าง ๆ รวมทั้งเป็นตัวกลางในการพบปะธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการในเกาหลีและผู้จัดจำหน่ายนานาชาติ ตามเทศกาลภาพยนตร์และตลาดภาพยนตร์สำคัญทั่วโลก เพื่อให้เกิดการจัดซื้อภาพยนตร์เกาหลีไปฉายในประเทศอื่น ๆ นอกจากนี้สมาพันธ์ภาพยนตร์ยังจัดทำฐานข้อมูลในเว็บไซต์ KoBiz (Korean Film Biz Zone) นำเสนอข้อมูลภาพยนตร์เกาหลีทุกมิติ ตั้งแต่รายชื่อภาพยนตร์ที่เข้าฉาย รายชื่อ

บริษัทผลิตภาพยนตร์ บุคลากรในด้านการผลิต รายงานข่าวเชิงลึก รวมถึงบทความและบทวิเคราะห์ภาพยนตร์เกาหลี เพื่อให้ผู้สนใจทั้งในประเทศและนอกประเทศได้ศึกษาค้นคว้า (ภาณุ อารี, 2563)

อีกหนึ่งปรากฏการณ์สำคัญที่เป็นจุดพลิกผันของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีได้คือ ภาพยนตร์เรื่อง *Shiri* ภาพยนตร์แนวแอคชั่นออกฉายใน ค.ศ. 1999 ที่ใช้ทุนการสร้างประมาณ 3.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เนื่องจากภาพยนตร์เรื่องนี้ได้รับการวิจารณ์ว่า สร้างออกมาได้อย่างตื่นเต็นเร้าใจจนสามารถเทียบได้กับภาพยนตร์เรื่อง *The Fugitive (1993)* ซึ่งเป็นภาพยนตร์ฮอลลีวูดที่เข้าชิงรางวัลออสการ์หลายรางวัลได้ โดยภาพยนตร์เรื่อง *Shiri (1999)* สร้างรายได้เฉพาะภายในประเทศเกาหลีได้เป็นเงินมากถึง 24 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จนกล่าวได้ว่าเป็นภาพยนตร์ที่เปิดศักราชยุคใหม่ให้แก่ภาพยนตร์เกาหลีอย่างแท้จริง เนื่องจากมีผู้เข้าชมภาพยนตร์เรื่องนี้ในโรงภาพยนตร์ประมาณ 6 ล้านคน ซึ่งเป็นจำนวนมากที่สุดในประวัติศาสตร์ของเกาหลี ทำลายสถิติภาพยนตร์เรื่อง *Titanic (1997)* ที่เป็นภาพยนตร์ระดับโลก (มีผู้ชม 4.5 ล้านคนในเกาหลี) และเป็นภาพยนตร์เรื่องแรกที่เปิดตัวในอันดับ 1 เมื่อเข้าฉายในประเทศฮ่องกงและประเทศญี่ปุ่น โดยมีผู้ชมถึง 1 ล้านคนภายในช่วงระยะเวลาที่สั้นที่สุด (ภายใน 10 วัน นับจากวันที่เปิดฉาย) อีกทั้งยังได้รับรางวัลต่าง ๆ มากมาย ทั้งในประเทศและระดับนานาชาติ เช่น รางวัลตัดต่อยอดเยี่ยม จากเทศกาลภาพยนตร์เอเซีย-แปซิฟิก, รางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยม จากสมาคมวิจารณ์ภาพยนตร์ของเกาหลี และ 6 รางวัลเกียรติยศจาก Golden Bell Awards ที่เปรียบเสมือนรางวัลออสการ์ของเกาหลี เป็นต้น ทำให้ภาพยนตร์เรื่อง *Shiri (1999)* ถูกซื้อไปฉายที่ต่างประเทศมากที่สุดและเป็นที่ดึงดูดความสนใจของสื่อมวลชนต่างประเทศอย่างมาก ถือว่าเป็นหนึ่งในคลื่นเกาหลี (Korean Wave) อย่างแรกที่ได้เผยแพร่ในระดับสากล เป็นผลให้นานาชาติเริ่มรู้จักกับความเป็นเกาหลีมากขึ้น

ต่อเนืองจากรัฐบาลคิม ยองซัม ที่มีการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน ค.ศ. 1999 รัฐบาลคิมแดจุง มีการประชุมแผนส่งเสริมปูซาน (Pusan Promotion Plan: PPP) เพื่อเปิดตัว 1) Asian Film Market โดยเป็นตลาดสำหรับงานอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน 2) Asian Cinema Fund เป็นโครงการระดมทุนเพื่อช่วยกระตุ้นการผลิตภาพยนตร์ที่เป็นอิสระมากขึ้น เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่มั่นคง รองรับโครงการในระยะและหมวดหมู่ต่าง ๆ กองทุน Asian Cinema Fund จำนวน 9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จะถูกนำไปใช้เพื่อสนับสนุน 7 โครงการในการพัฒนาภาพยนตร์ หลังการผลิตภาพยนตร์ 5 เรื่อง และภาพยนตร์สารคดี 13 เรื่อง และภายใต้โครงการนี้ยังมี กองทุนพัฒนาสคริปต์ มีวัตถุประสงค์ที่จะช่วยให้นักเขียนพัฒนาบทให้เสร็จสมบูรณ์, Post-Production กองทุนรวมจากการสนับสนุนของบริษัทเกาหลีและสมาพันธ์ภาพยนตร์ กองทุนนี้ ผู้กำกับประเทศนั้น ๆ จะได้รับเชิญไปประเทศเกาหลีเพื่อทำงานด้านเสียงและ DI (Digital Intermediate) กับทาง Post-Production House ของเกาหลี เพื่อช่วยให้ผู้กำกับสร้างภาพยนตร์

ของเขาให้เสร็จภายในฟิล์ม 35 มิลลิเมตร และเครือข่ายเอเชียสารคดีกองทุน ที่ได้รับเริ่มใน ค.ศ. 2002 ได้รับการสนับสนุนจาก 6 มหาวิทยาลัยและบริษัทในภูมิภาคปูซาน เป็นส่วนหนึ่งของเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซานและมีชั้นเรียนปริญญาโทและคลินิกเพื่อรักษาเสถียรภาพของสภาพแวดล้อมสำหรับการผลิตสารคดี 3) Asian Film Academy (AFA) เป็นโปรแกรมการศึกษาที่นักสร้างภาพยนตร์และผู้กำกับจากเอเชียรวมตัวกันเพื่อไต่ตรองและเตรียมพร้อมสำหรับอนาคตของภาพยนตร์เอเชีย

ค.ศ. 2000 รัฐบาลมีการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติซอนจู (Jeonju International Fantastic Film Festival: JIFF) เป็นเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติลำดับที่ 3 ของเกาหลี จัดขึ้นครั้งแรกวันที่ 28-4 พฤษภาคม 2000 และจัดต่อเนื่องทุกเดือนเมษายนของทุกปี เทศกาลนี้เป็นเทศกาลภาพยนตร์ที่มีการแข่งขันเพียงบางส่วนเท่านั้น เน้นฉายภาพยนตร์อิสระ ภาพยนตร์ดิจิทัล และภาพยนตร์เอเชียนอกกระแส เพื่อมุ่งเน้นไปที่หลักสูตรศิลปะภาพยนตร์ร่วมสมัย และเน้นไปที่ภาพยนตร์ทดลองที่เรียกว่า Expanded Cinema (การขยายขอบเขตภาพยนตร์ไปสู่รูปแบบอื่น) Expanded Cinema อาจเป็นโอกาสที่ดีที่สุดสำหรับผู้กำกับที่จะได้ฉายภาพยนตร์ทดลองที่งานนี้ ซึ่งใน ค.ศ. 2000 ภายในงานมีการฉายภาพยนตร์ 292 เรื่อง จาก 21 ประเทศ

หลังจากที่ภาพยนตร์เกาหลีได้เริ่มเป็นที่รู้จักแก่ทั่วโลก ภาพยนตร์เรื่อง *Il Mare (2000)* ก็ถูกฮอลลีวูดซื้อไปสร้างในรูปแบบใหม่ออกมาเป็นเรื่อง *The Lake House (2006)* ที่คิอานู รีฟส์ และแซนดรา บูลล็อกรับบทนำ, ภาพยนตร์ดังเรื่อง *My Sassy Girl (2001)* หรือ “ยัยตัวร้ายกับนายเจ๋มเจ๋ม” ในชื่อไทย ก็สามารถครองอันดับหนึ่งของ Box Office ทั่วเอเชีย DVD ภาพยนตร์เรื่องนี้ถูกจำหน่ายกระจายออกไปอย่างกว้างขวาง และกลายเป็นที่นิยมไปทั่วทั้งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และทั่วโลก ฮอลลีวูดก็ซื้อเพื่อนำไปทำใหม่เป็น *My Sassy Girl (2008)*, *A Tale of Two Sisters (2002)* ถูกทำใหม่เป็น *The Uninvited (2009)*, ภาพยนตร์สยองขวัญ *Into the Mirror (2003)* ก็ถูกซื้อไปทำใหม่เป็นเรื่อง *Mirrors (2008)*, *Addicted (2003)* กลายเป็น *Possession (2009)* ในรูปแบบของภาพยนตร์อเมริกัน และภาพยนตร์ชื่อดังอย่าง *Old Boy (2003)* ของผู้กำกับพัค ชานออค ก็ถูกนำไปทำใหม่เป็น *Old Boy (2013)* ตามรูปแบบการกำกับของสไปค์ ลี และอีกหลายเรื่องที่ต่างประเทศซื้อไปเพื่อทำใหม่ (นพปฎล พลศิลป์, 2564) ทำให้ใน ค.ศ. 2001 กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวได้จัดให้ในปีนั้นเป็นปีแห่งการท่องเที่ยวเกาหลี ทั่วประเทศเลยจัดงานกันอย่างคึกคัก ตั้งแต่เทศกาลกีฬา เทศกาลดนตรี เทศกาลอาหาร เทศกาลแฟชั่น ไปจนถึงเทศกาลการเล่นต่าง ๆ จนเกิดเป็นกระแส แต่ที่โดดเด่นและสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ ได้แก่ เพลง ภาพยนตร์ และละครโทรทัศน์ กล่าวได้ว่าตั้งแต่ทศวรรษ 2000 เป็นต้นมา ไม่เพียงแต่ภาพยนตร์ที่ถูกต่างประเทศซื้อไป แต่รายการ ละครโทรทัศน์ของเกาหลีก็ถูกซื้อไปด้วยเช่นเดียวกัน จึงนับได้ว่าเป็นก้าวแรกที่ประเทศเกาหลีประสบความสำเร็จในการส่งออกวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

### อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในช่วงรัฐบาลโน มูฮยอน (ค.ศ. 2003-2008)

เมื่อเข้าสู่รัฐบาลยุคใหม่ ประเทศเกาหลีก็เร่งใช้ประโยชน์จากความสำเร็จก่อนหน้านี้มาพัฒนาประเทศ รัฐบาลโน มูฮยอน จึงได้สร้างวลี “Creative Korea” (Sirrom Techasriamornrat, 2564) พร้อมเพิ่มเงินอุดหนุนทางด้านวัฒนธรรม และแต่งตั้งผู้กำกับอี ชางดง ผู้กำกับที่เคยสร้างปรากฏการณ์ให้กับวงการภาพยนตร์เกาหลีได้ด้วยผลงานที่กวาดรางวัลจากเวทีโลกอย่าง Green Fish, Peppermint Candy, Oasis, Secret Sunshine และ Poetry ให้เป็นรัฐมนตรีวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวช่วง ค.ศ. 2003-2004 เหตุการณ์นี้เกิดจากรัฐบาลโน มูฮยอน ทำตามคำเรียกร้องของคนในวงการภาพยนตร์ เพราะวงการภาพยนตร์ต้องการคนที่เข้าใจอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างแท้จริงมาส่งเสริมอุตสาหกรรม ปูพื้นฐานความรู้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยคนในวงการต่างเสนอชื่ออี ชางดง (ผู้เริ่มต้นผลักดันให้เกิดระบบโควตา หรือการกำหนดสัดส่วนจำนวนวันที่ภาพยนตร์เกาหลีจะได้อัดในโรงภาพยนตร์แต่ละปี) เพื่อให้เขาเข้าไปเจรจาข้อตกลงการค้าเสรีระหว่างเกาหลีและอเมริกาที่กำลังจะเกิดขึ้น หลังจากทีอี ชางดง ได้เป็นรัฐมนตรีวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว เขาก็ต้องเผชิญกับแรงกดดัน จนต้องยอมปรับเปลี่ยนระบบโควตาในที่สุด

ค.ศ. 2006 สหรัฐอเมริกาคัดค้านให้เกาหลีลด Screen Quota หมายถึง สหรัฐอเมริกาคัดค้านให้เกาหลีต้องฉายภาพยนตร์ฮอลลีวูดมากขึ้น และให้ลดวันที่กฎหมายกำหนดว่าโรงภาพยนตร์ต้องฉายภาพยนตร์เกาหลีให้น้อยลงครึ่งหนึ่ง (จาก 146 วัน เป็น 73 วัน) เกิดการประท้วงใหญ่โตจากคนสร้างภาพยนตร์เกาหลีที่ต้องการปกป้องภาพยนตร์ในประเทศจากอำนาจทางวัฒนธรรมของอเมริกา แต่สุดท้ายรัฐบาลก็ต้องยอมแรงกดดันจากฝั่งอเมริกาในที่สุด แต่ถึงแม้ Screen Quota จะลดลง แต่ภาพยนตร์เกาหลียังคงครองส่วนแบ่งการตลาดเกิน 50 เปอร์เซ็นต์ ตลอดมาทุกปีจนถึงปัจจุบัน (เทียบกับประเทศไทย ภาพยนตร์ไทยมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณเพียง 15-20 เปอร์เซ็นต์ ทุกปี) (ก้อง ฤทธิ์ดี, 2564) นอกจากนี้ในปีเดียวกัน รัฐบาลโน มูฮยอน ก็ได้ก่อตั้ง Korea Foundation of International Culture Exchange ให้มีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน มิใช่เพียงเพื่อยกระดับแบรนด์เกาหลีเท่านั้น แต่ยังพยายามสร้างความเจริญรุ่งเรืองผ่านการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติหลายกิจกรรม เช่น World Culture / Press Opinion Leaders Invitation Program, Asia Song Festival และอื่น ๆ เป็นต้น

ในทุก ๆ ปี มีการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติทั้ง 3 ที่ (ปูซาน, บูซอน และซอนจู) เป็นประจำทุกปีอยู่แล้ว แต่เทศกาลภาพยนตร์มหัศจรรย์นานาชาติบูซอน (BiFan) ค.ศ. 2005 กลับต้องเผชิญกับการคว่ำบาตรเพื่อประท้วงสิ่งที่นักวิจารณ์มองว่าเป็นการแทรกแซงโดยนายกเทศมนตรีเมืองบูซอน งานแข่งขันที่เรียกว่า RealFanta จัดขึ้นในปีนั้นในวันเดียวกันกับ BiFan โดยอดีตผู้อำนวยการเทศกาลคิม ฮงจุน แต่เทศกาลนี้ก็



กลับมาอีกครั้งใน ค.ศ. 2006 โดยไม่มีข้อโต้แย้งใด ๆ ภายใต้การดูแลของผู้สร้างภาพยนตร์รุ่นใหม่อย่างอี จางโฮ และทีมเขียนโปรแกรมใหม่

### **อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในช่วงรัฐบาลอี มยองบัก (ค.ศ. 2008-2013)**

รัฐมนตรีอี มยองบัก ที่เข้ารับตำแหน่งเป็นประธานาธิบดีใน ค.ศ. 2008 ก็ให้ความสำคัญกับการส่งออกทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ และใน ค.ศ. 2009 ได้มีการก่อตั้งสถาบัน “The Korea Creative Content Agency” หรือ “KOCCA” ขึ้นมาอย่างเป็นทางการ ผ่านการร่วมมือจากหลายองค์กร เพื่อวางแผน บริหารจัดการ และพัฒนาธุรกิจด้านวัฒนธรรมเกาหลีอย่างครบวงจร โดยการส่งเสริมให้เนื้อหาสาระความเป็นเกาหลี สอดแทรกลงไปนในสื่อบันเทิงต่าง ๆ หน้าที่ของ KOCCA คือ การออกกฎระเบียบที่คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา พัฒนาเทคโนโลยี สนับสนุนภาคเอกชนโดยเฉพาะรายเล็ก ๆ ในการจัดตั้งธุรกิจด้านเนื้อหาวัฒนธรรม รวมทั้งยังร่วมลงทุนและให้กู้ยืมไปจนถึงมีสตูดิโอให้เช่าในราคาถูกอีกด้วย หน้าที่ของ KOCCA ยังครอบคลุมไปถึงการสนับสนุนการขยายตลาดวัฒนธรรมไปยังต่างประเทศ เพื่อเป็นธุรกิจส่งออก ซึ่งปัจจุบันมีสำนักงานที่ต่างประเทศอยู่ทั้งสิ้น 8 สาขา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และจีน 2 สาขา ปัจจุบัน KOCCA ได้ให้การส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมอยู่ 12 ธุรกิจ ได้แก่ ระบบโทรทัศน์คลื่นดิจิทัล (Broadcasting), เพลง (Music), เกม (Game), การ์ตูน (Comics), ภาพเคลื่อนไหว (Animation) , คาแรคเตอร์ (Character licensing), แฟชั่น (Fashion), การขยายไปยังต่างประเทศ (Overseas expansion), เทคโนโลยีวัฒนธรรม (Culture Technology R&D), การสร้างเนื้อหา สำหรับคนรุ่นหลัง (Next-generation content), การพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development) และการสร้างศูนย์สนับสนุนและเรียนรู้ด้านธุรกิจ (CKL Business support center & Academy) ดังนั้นไม่ว่าจะขาดเงินทุน ขาดสคริปต์ ไม่มีสถานที่ หรือต้องการค้นคว้าข้อมูลการตลาด KOCCA ก็สามารถอำนวยความสะดวกและจัดทำให้ได้ เรียกได้ว่าเป็นองค์กรที่สนับสนุนอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมของเกาหลีอย่างแท้จริง (พัชรี บอนคำ, 2563)

ค.ศ. 2011 งานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน (BIFF) ครั้งที่ 16 มีการย้ายเทศกาลไปยังสถานที่ถาวรแห่งใหม่คือ Busan Cinema Center ในเมืองเซ็นแทม จากแต่เดิมอยู่ที่เมืองฮินแด Busan Cinema Center มีโครงสร้างมูลค่า 150 ล้านดอลลาร์ ออกแบบโดย Coop Himmelblau กลุ่มสถาปัตยกรรมในออสเตรีย และมีโรงภาพยนตร์เนื้อที่ประมาณ 30,000 ตารางเมตร มีโรงละครกลางแจ้ง 4,000 ที่นั่ง หน้าจอในร่ม 4 จอภายใต้หลังคา LED, ศูนย์สื่อ, พื้นที่เก็บของ และห้องประชุมที่อนุญาตให้จัดเทศกาล รวมถึงจัดสถานที่เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และกิจกรรมการศึกษาได้

### อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในช่วงรัฐบาลพัค กึนฮเย (ค.ศ. 2013-2017)

ในยุคต่อมาของรัฐบาลพัค กึนฮเย ประกาศว่า “การส่งเสริมคุณค่าทางวัฒนธรรม” จะเป็นหนึ่งในนโยบายหลักในการบริหารงาน (Sirarom Techasriamornrat, 2564) เพราะช่วงเวลานี้ตรงกับความสำเร็จของเพลง “Gangnam Style” จาก “Psy” ที่มีผู้ชมบน YouTube กว่า 4 พันล้านครั้ง จึงทำให้รัฐบาลปรับแผนเลือกสนับสนุนเงินหลายล้านเหรียญสหรัฐให้กับกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว รวมถึงมีแผนพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงฉบับที่สอง (2014-2016) ออกมาเพื่อตั้งเป้าหมายที่จะทำให้ประเทศเกาหลีใต้กลายเป็นผู้นำในด้านอุตสาหกรรมบันเทิงด้วย 5 ยุทธศาสตร์และ 17 วัตถุประสงค์หลัก (อีรึจุงฮา มาศประสิทธิ์, 2563)

#### 1. สร้างมูลนิธิเพื่อการลงทุน เงินกู้ และเทคโนโลยี

- กระจายแหล่งเงินทุนเพื่อการลงทุนและเงินให้กู้ยืม
- พัฒนาลาดใหม่ ๆ ที่เป็นการรวมกันระหว่างวัฒนธรรมและเทคโนโลยี
- พัฒนาระบบเพื่อความต้องการทางเศรษฐกิจในเชิงสร้างสรรค์
- ช่วยให้อุตสาหกรรมบันเทิงระดับล่างเติบโต

#### 2. สนับสนุนบริษัทสตาร์ทอัพ การสร้างงาน และการฝึกฝนทักษะเชิงสร้างสรรค์

- ขยายพื้นที่สำหรับการรวมและการสร้าง cultural contents
- ให้ความสำคัญกับบริษัทสตาร์ทอัพและการสร้างงาน
- ฝึกทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ต่าง ๆ พัฒนาอาชีพให้ยั่งยืน

#### 3. สนับสนุนการเข้าสู่ตลาดระดับโลก

- ขยายพื้นที่ให้กับการรวมและการสร้าง Cultural Content
- สร้างมูลนิธิเพื่อช่วยเหลือบริษัทที่เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ
- ขยายการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือ

#### 4. สนับสนุนการพัฒนาและการใช้ระบบนิเวศน์อย่างมีประสิทธิภาพ

- สร้างพื้นฐานสำหรับการเติบโตร่วมกัน และการปรับปรุงทางการค้าให้มีความเป็นธรรม
- เสริมสร้างรากฐานในการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและสนับสนุนการบังคับใช้

- ส่งเสริมสภาพแวดล้อมและพื้นฐานในการเข้าถึง Cultural Content อย่างไม่จำกัด

## 5. เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านเนื้อหาและสร้างระบบความร่วมมือเพื่อการเติบโตด้านอุตสาหกรรม

- เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านเนื้อหาในสาขาชั้นนำ
- หล่อเลี้ยงอุตสาหกรรมบันเทิง
- ขยายตลาดสำหรับเนื้อหาด้านดิจิทัลที่มีร่วมกัน
- พัฒนาความร่วมมือในการส่งเสริมระบบเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิง

แต่ใน ค.ศ. 2014 ประธานาธิบดีพัค กึนฮเย กลับ blacklist แก่บุคคลในอุตสาหกรรมบันเทิง ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้สร้างภาพยนตร์ นักเขียน นักแสดง และศิลปิน ทั้งหมดเกือบ 10,000 คน เนื่องจากเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน (BIFF) ปีนั้นได้ฉายภาพยนตร์สารคดีที่ชื่อว่า *Diving Bell: The truth Shall Not Sink With Sewol (2014)* เนื้อหาเกี่ยวกับเหตุการณ์เรือเซวอล (Sewol) ล่ม เมื่อวันที่ 16 เมษายน 2014 ส่งผลให้มีผู้เสียชีวิตมากกว่า 300 ราย เกือบทั้งหมดเป็นนักเรียน ทันทีที่รัฐบาลทราบ จึงมีความพยายามคว่ำบาตรงานดังกล่าว และไม่อนุญาตให้ฉายภาพยนตร์เรื่องนี้ เพราะกระทบต่อภาพลักษณ์ของรัฐบาลพัค กึนฮเย และเป็นการวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของเธอ นอกจากนั้นเนื้อหายังพาดพิงถึงนายกรัฐมนตรีเมืองปูซาน (ซูบยองซู) อีกด้วย ส่งผลให้งานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซานในปีนั้นดำเนินไปอย่างไม่ราบรื่นนัก หลังจากรณีภาพยนตร์โสกนาฏกรรมเรือเซวอล เทศกาลภาพยนตร์ระดับโลกหรือเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน (BIFF) ก็กลายเป็นพื้นที่วิพากษ์วิจารณ์การเมืองเกาหลีอย่างสมบูรณ์แบบ และกล่าวได้ว่าเป็นยุคมืดของเทศกาลนี้เลยก็ว่าได้ หลังจากนั้น ค.ศ. 2015 สมาพันธ์ภาพยนตร์เกาหลี (Korean Film Council) ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาลและเป็นนายทุนใหญ่รายสำคัญ ได้ลดงบประมาณสนับสนุนงานออกครึ่งหนึ่ง ท่ามกลางความไม่พอใจของกลุ่มคนสร้างภาพยนตร์ชาวเกาหลีใต้ จนมีการรณรงค์ในโลกออนไลน์พร้อมใจกันขึ้น hashtag #isupportbiff รวมถึง ค.ศ. 2016 รัฐบาลได้ขอความร่วมมือจากหลายประเทศไม่ให้เข้าร่วมงานดังกล่าว อีกทั้งกลุ่มคนสร้างภาพยนตร์เองก็คว่ำบาตรด้วยการไม่ส่งภาพยนตร์เข้าฉายด้วยเช่นกัน และออกมาเรียกร้องให้รัฐบาลยุติการแทรกแซงเสรีภาพในการแสดงออก (Freedom of Expression) ของภาพยนตร์ ในช่วงเวลานี้จึงมีภาพยนตร์ที่พูดถึงการทำงานของรัฐบาลเป็นจำนวนมากและได้รับความนิยมสูง ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ เช่น เรื่อง *Master (2016)* เรื่องราวเกี่ยวกับตำรวจการเงินที่พยายามต่อสู้กับโลกธุรกิจชายตรงขนาดใหญ่ที่แพร่อำนาจและอิทธิพลไปทั่วชนชั้นสูงในเกาหลี ไม่ว่าจะเป็นสื่อ นักการเมือง ไปจนถึงกลุ่มขบวนการยุติธรรม ผ่านการเหยียบย่ำและล่อลวงผู้อ่อนแอกว่าและผู้รู้เท่าทันน้อยกว่าขึ้นไป หรือ

เรื่อง *The King (2016)* เรื่องของอัยการยากจนคนหนึ่งที่ยืนยันว่า อำนาจคือสิ่งสำคัญที่สุดในชีวิต เข้าได้ล้มรสอันหอมหวานของอำนาจที่นำมาสู่เงินทองและความสำเร็จผ่านช่องโหว่ทางกฎหมาย ส่วนหนึ่งที่ส่งผลให้เรื่องราวของบทภาพยนตร์แอ็คชั่น แต่สอดแทรกการวิพากษ์ทางการเมือง ได้รับความนิยมเพิ่มสูง อาจมาจากการที่ประชาชนเองเริ่มรับรู้และตระหนักถึงปัญหาทางการเมืองที่ตนเองเผชิญอยู่ในโลกแห่งความจริง (ชลิตา สุนันทาภรณ์, 2560)

### อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในช่วงรัฐบาลมุน แจอิน (ค.ศ. 2017-ปัจจุบัน)

การขึ้นรับตำแหน่งเป็นประธานาธิบดีคนใหม่อย่างมุน แจอิน ถือเป็นความหวังสำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมวัฒนธรรมบันเทิงเกาหลีใต้อย่างยิ่ง เพราะเขากล่าวอย่างชัดเจนว่า “จะผลักดันและสนับสนุนศิลปวัฒนธรรมเกาหลีใต้ให้เติบโตและไปไกลกว่าที่เป็นในทุกวันนี้” และ “การ blacklist คือ ความรุนแรงที่ชาติปฏิบัติต่อศิลปะและศิลปินของตนเอง ซึ่งถือเป็นการละเมิดสิทธิพื้นฐานของระบอบประชาธิปไตย” (ชลิตา สุนันทาภรณ์, 2560) อีกทั้งจะต้องมีการตรวจสอบรายชื่อ blacklist เหล่านั้นอย่างเร่งด่วน รวมถึงจะจัดการงบประมาณสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั้งหมดให้เป็นเหมือนที่ควรเป็นดั้งเดิม เนื่องจากในสมัยรัฐบาลพัค กึนฮเย ได้ใช้งบประมาณจากภาครัฐกว่า 40 เปอร์เซ็นต์ ในแต่ละปีเพื่อเป็นเงินทุนสนับสนุนภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาส่งเสริมรัฐบาลหรือชาตินิยมสูง และเตรียมปลดที่นั่งคนที่เป็นพรรคพวกของพัค กึนฮเย ในตำแหน่งเหล่านั้นออกทั้งหมด โดยในเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา เจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องกับการทำบัญชีรายชื่อ blacklist ถูกตำรวจเข้าจับกุมได้แก่ คิม จงต็อก และโซ ยุนซัน อดีตรัฐมนตรีกระทรวงวัฒนธรรมคิม คีชุน เจ้าหน้าที่ระดับสูงผู้ทำงานใกล้ชิดกับพัค กึนฮเย อย่างไรก็ตาม แม้รัฐบาลจะเปลี่ยนสมัยแล้ว แต่ทุกอย่างยังคงไม่ราบรื่นเพราะเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน (BIFF) 2017 ซึ่งจัดขึ้นอยู่ในเวลานี้ก็ดำเนินไปด้วยงบประมาณที่เต็มไปด้วยข้อจำกัด แต่เหล่าผู้ผลิตภาพยนตร์ต่างก็คาดหวังว่ามุน แจอิน จะทำตามคำพูดที่กล่าวไว้ จึงทำให้รัฐบาลมุน แจอินสนับสนุนทางด้านวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องด้วยเงินอุดหนุนและเพิ่มแรงจูงใจด้านภาษี และยังได้ใช้ Soft Power ยกระดับสถานะประเทศของเกาหลีใต้ โดยเริ่มนโยบาย “New Southern Policy” ยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างเกาหลีใต้กับอินเดียและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อสร้างตลาดที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของอุตสาหกรรมบันเทิง (Sirarom Techasriamornrat, 2564) อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมภาพยนตร์ก็ยังสามารถให้ประเทศเกาหลีใต้ค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมบันเทิงด้านอื่น ๆ โดยข้อมูลล่าสุดที่ได้จาก Korea Creative Content Agency ในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรมเกาหลีใต้ ระบุว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้สร้างรายได้เพียง 2,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2018 เท่านั้น (ทัศนีย์ สาลีโภชน, 2563)

จนกระทั่ง ค.ศ. 2019 ภาพยนตร์เรื่อง Parasite ผลงานกำกับของบัง จุนโฮ ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลออสการ์ครั้งที่ 92 จำนวน 6 สาขา และได้รับรางวัล 4 สาขา ได้แก่ ภาพยนตร์ยอดเยี่ยม ผู้กำกับภาพยนตร์ยอดเยี่ยม ภาพยนตร์นานาชาติยอดเยี่ยม และบทภาพยนตร์ดั้งเดิมยอดเยี่ยม รวมถึงสามารถคว้ารางวัลใหญ่อย่าง Outstanding Performance by a Cast in a Motion Picture จากเวทีของสมาคมนักแสดงภาพยนตร์และโทรทัศน์ หรือ SAG Awards 2020 ได้สำเร็จ ส่งผลให้คิม ยองโฮ โฆษกสมาพันธ์ภาพยนตร์เกาหลี (Korean Film Council) มองว่าการได้รับรางวัลออสการ์ของ Parasite จะกลายเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้ภาพยนตร์เกาหลีเติบโตในระดับโลก ทางรัฐบาลมุน แจอิน ก็แสดงความยินดีกับทีมงานเบื้องหน้าและเบื้องหลังของภาพยนตร์เรื่อง Parasite ที่สร้างประวัติศาสตร์ในรอบ 92 ปี ของรางวัลออสการ์ เพราะภาพยนตร์เรื่องนี้เป็นภาพยนตร์เกาหลีได้และเป็นผลงานจากทวีปเอเชียเรื่องแรกที่ได้รับรางวัลเหล่านี้ ประธานาธิบดีมุน แจอิน จึงให้คำมั่นว่ารัฐบาลจะเดินหน้านับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศอย่างเต็มที่ต่อไป เพื่อให้ได้มีผลงานสร้างประวัติศาสตร์ในระดับนานาชาติอีกครั้ง นอกจากนี้ความช่วยเหลือจากภาครัฐยังเป็นการย้ำจุดยืนด้านนโยบายให้เสรีภาพสื่อในการแสดงความคิดเห็น “โดยมีการปิดกั้นน้อยที่สุด” ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ให้กับการบุคคลในวงการภาพยนตร์ (เดลินิวส์, 2565)

เนื่องจาก ค.ศ. 2019 เกิดวิกฤต COVID-19 ที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ได้รับผลกระทบหนักหนาสาหัส รัฐบาลเกาหลีใต้ก็ไม่วางเฉย รีบออกมาตรการเยียวยาผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ด้วยการประกาศยกเว้น ไม่ต้องจ่ายเงินสมทบเข้า “กองทุนพัฒนาภาพยนตร์” เป็นการชั่วคราว โดยชง นัมกิ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีการคลังเกาหลีใต้ ประกาศเมื่อวันที่ 31 มีนาคมว่ารัฐบาลจะยกเว้นให้โรงภาพยนตร์ต่าง ๆ ไม่ต้องจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนพัฒนาภาพยนตร์เพื่อลดค่าใช้จ่ายในช่วงที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 แถบการยกเว้นนี้ยังมีผลย้อนหลังไปถึงเดือนกุมภาพันธ์ด้วย (ทัศนีย์ สาลีโกชน, 2563) ทั้งนี้กฎหมายเกาหลีใต้ระบุเอาไว้ว่าโรงภาพยนตร์ในประเทศจะต้องหักเงิน 3 เปอร์เซ็นต์ที่ได้จากยอดขายตั๋วภาพยนตร์ มาจ่ายสมทบเข้าสมาพันธ์ภาพยนตร์เกาหลี (Korean Film Council) หรือ KOFIC เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ท้องถิ่น โดยเงินที่หักเข้ากองทุนพัฒนาภาพยนตร์นี้ในแต่ละปีจะมีมูลค่าราว 43 ล้านเหรียญสหรัฐ อย่างไรก็ตาม ถ้าเป็นโรงภาพยนตร์อิสระหรือโรงภาพยนตร์ขนาดเล็กที่มียอดขายตั๋วต่อปีไม่ถึง 8 แสนเหรียญสหรัฐ ก็จะได้รับยกเว้น ไม่ต้องจ่ายเงินสมทบเข้ากองทุนพัฒนาภาพยนตร์ในส่วนนี้ ซึ่งจริง ๆ แล้ว ตอนแรกทางการเกาหลีจะเพียงแค่อัดเงินมาจ่ายสมทบเข้ากองทุนภาพยนตร์ออกไปเท่านั้น แต่พอพิจารณาเห็นว่าสถานการณ์ปัจจุบันค่อนข้างรุนแรงจึงตัดสินใจยกเว้นการจ่ายเงินก้อนนี้ไปเลย ไม่เพียงเท่านั้น รัฐบาลเกาหลียังเตรียมออกมาตรการช่วยเหลือคนในอุตสาหกรรม

ภาพยนตร์เอาไว้อีกหลายอย่าง เช่น การให้เงินช่วยเหลือ (ตามมูลค่าตลาด) แก่ภาพยนตร์ 20 เรื่องที่มีกำหนดเข้าฉายช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ แต่ต้องเลื่อนหรือยกเลิกการฉายเพราะการแพร่ระบาดของ COVID-19

ต่อมา สำนักข่าว Variety รายงานว่ารัฐบาลเกาหลีใต้เตรียมออกกฎหมายห้ามโรงภาพยนตร์ฉายภาพยนตร์เรื่องเดียวกันเกินกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศ เพื่อป้องกันการผูกขาดของโรงภาพยนตร์บล็อกบัสเตอร์หรือภาพยนตร์รายใหญ่ที่สร้างรายได้มหาศาล ซึ่งเป็นการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2019 กระทรวงวัฒนธรรมเปิดเผยว่าจะทำการแก้ไขพระราชบัญญัติส่งเสริมภาพยนตร์และวิดิทัศน์ และยื่นร่างแก้ไขกฎหมายดังกล่าวต่อรัฐสภาของเกาหลีใต้เพื่อทำการพิจารณาต่อไป (workpointTODAY, 2562) ซึ่งกฎหมายที่ทำการแก้ไขดังกล่าว ได้จำกัดไม่ให้โรงภาพยนตร์ฉายภาพยนตร์เรื่องเดียวกันเกินกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ ของโรงภาพยนตร์ทั้งหมดในประเทศระหว่างเวลา 13.00-23.00 นาฬิกา หรือช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์ภาพยนตร์จำนวนมากที่สุด โดยทางกระทรวงวัฒนธรรมยังได้เปิดเผยว่าในระหว่าง ค.ศ. 2016-2018 มีภาพยนตร์ถึง 12 เรื่อง ที่ถูกฉายในโรงภาพยนตร์ของเกาหลีใต้มากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ของโรงภาพยนตร์ทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากช่วง ค.ศ. 2013 และ ค.ศ. 2015 ที่มีเพียง 3 เรื่อง ธุรกิจโรงภาพยนตร์ของเกาหลีใต้มากกว่า 90 เปอร์เซ็นต์ ถูกครอบครองโดยบริษัทใหญ่อย่าง ซีเจ ซีจีวี (CJ CGV) ลอตเต้ ซีเนม่า (Lotte Cinema) และ เมก้าบ็อกซ์ (Megabox) ซึ่งการที่ธุรกิจดังกล่าวตกอยู่ในมือของบริษัทเพียงไม่กี่รายได้สร้างความกังวลในอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างมาก โดยเฉพาะการที่บริษัทที่ได้กล่าวไปข้างต้นได้ทำการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ของตนเองด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ยังมีการเปิดเผยว่าผู้ประกอบการที่ใช้กลยุทธ์ควบรวมธุรกิจแนวดิ่ง (Vertical Integration) หรือการควบรวมกิจการทั้งต้นน้ำปลายน้ำ ในที่นี้คือบริษัทที่ประกอบกิจการภาพยนตร์และผลิตภาพยนตร์เอง มักจะกำหนดการฉายที่เอื้อให้แก่ภาพยนตร์ของตนเองมากกว่า รวมถึงภาพยนตร์รายใหญ่จากฮอลลีวูด ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตภาพยนตร์อิสระ ที่ผลิตภาพยนตร์ระดับกลางและภาพยนตร์ระดับเล็ก พัก ยางอู รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว จึงกล่าวว่า “ทางกระทรวงจะพยายามทำให้ดีที่สุด เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในสถานะที่การเกิดเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ที่ซึ่งแพลตฟอร์มออนไลน์และเทคโนโลยี 5G กำลังเติบโตขึ้น” (workpointTODAY, 2562) อีกทั้งกระทรวงวัฒนธรรมยังได้ประกาศถึงแผนงานอื่น ๆ ประกอบไปด้วย การจัดตั้งองค์กรภาพยนตร์อาเซียน-สาธารณรัฐเกาหลี (ASEAN-Republic of Korea Film Organization) ซึ่งเป็นองค์กรที่สนับสนุนความร่วมมือในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ภายในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเปิดตัวกองทุนสำหรับผู้ที่ต้องการผลิตภาพยนตร์ขนาดเล็กและขนาดกลาง

## อิทธิพลของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อเศรษฐกิจเกาหลีใต้

จากความสำเร็จของรัฐบาลเกาหลีใต้ในการปฏิรูปเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยการสร้างและสนับสนุนให้วัฒนธรรมเกาหลีเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงทั่วโลก เริ่มตั้งแต่การมุ่งเน้นมาพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างจริงจัง จนเกิดเป็นกระแส Korean Wave หรือ Hallyu ใน ค.ศ. 2000 ปรากฏการณ์นี้สร้างรายได้ให้แก่เกาหลีใต้เป็นเงินกว่า 4,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ผ่านการส่งออกวัฒนธรรม ยกตัวอย่างการส่งออกละครโทรทัศน์เรื่อง แดจังกึม จอมนางแห่งวังหลวง ที่ทำรายได้จากลิขสิทธิ์ถึง 103.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐในตอนนั้น (พัชรี บอนคำ, 2563) ส่งผลให้เศรษฐกิจของเกาหลีพัฒนาได้อย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ค.ศ. 2004 เกาหลีใต้มีมูลค่าการส่งออกละครโทรทัศน์อยู่ที่ประมาณ 71.46 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าถึง 69.6 เปอร์เซ็นต์ และในปีเดียวกันนี้เอง ราคาขายลิขสิทธิ์ละครเกาหลีต่อ 1 ยูนิต (ยูนิตละ 50 นาที) พุ่งสูงขึ้น 84 เปอร์เซ็นต์ จาก 2,198 เหรียญสหรัฐ เป็น 4,046 เหรียญสหรัฐ ในช่วงเวลาเดียวกัน ภาพยนตร์เกาหลีก็มียอดขายเพิ่มขึ้นจากเดิมอยู่ที่ 31 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไปถึงระดับ 75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นถึง 141 เปอร์เซ็นต์

จากการจัดอันดับของอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมของโลก ค.ศ. 2016 เกาหลีใต้อยู่ในอันดับที่ 8 ของโลก จากเดิมเมื่อ ค.ศ. 2010 อุตสาหกรรมวัฒนธรรมสามารถสร้างรายได้ให้กับเกาหลีใต้ถึง 38 พันล้านเหรียญสหรัฐ ก่อนจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็น 57 พันล้านเหรียญสหรัฐในอีก 5 ปีต่อมา และใน ค.ศ. 2019 อุตสาหกรรมวัฒนธรรมสามารถสร้างรายได้เพิ่มสูงขึ้นถึง 64 พันล้านเหรียญสหรัฐ ทำให้นักลงทุนจากหลาย ๆ ประเทศสนใจที่จะเข้ามาลงทุน เช่น Netflix ที่สนใจเข้ามาเป็นผู้ร่วมลงทุนในการสร้างสรรค์เนื้อหาชั้นเยี่ยมกับอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีใต้

นับตั้งแต่ ค.ศ. 2016 เป็นต้นมา แพลตฟอร์มสตรีมมิงภาพยนตร์ชื่อดังอย่าง Netflix ก็ได้เข้ามาลงทุนสร้างเนื้อหาในเกาหลีใต้ โดยใช้เงินจำนวน 6.2 ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ และความสำเร็จที่เกิดขึ้น สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้เกาหลีใต้ สูงถึง 4.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ แล้วยังทำให้เกิดการจ้างงานอีกกว่า 16,000 ตำแหน่ง ความสำเร็จของเนื้อหาจากเกาหลีใน Netflix ปรากฏขึ้นมาให้เห็นอย่างไม่เคยขาดช่วง นับจากเรื่องแรกที่เห็นความสำเร็จชัดที่สุดคือ *Kingdom (2019)* เป็นต้นมา เนื้อหาจากเกาหลีได้ไปเผยแพร่ ไม่เพียงบนแพลตฟอร์มของ Netflix แต่ได้เผยแพร่ในสายตาและในความรู้ของผู้ชมทั่วทุกภูมิภาคของโลก และทำเงินให้ประเทศมากมายทั้งทางตรงและทางอ้อม Netflix ลงทุนสร้างสรรค์เนื้อหาท้องถิ่นในหลายประเทศทั่วโลก รวมทั้งในประเทศไทยด้วย แต่เกาหลีใต้ประสบความสำเร็จอย่างโดดเด่นและน่าสนใจมาก อาจกล่าวได้ว่าประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องมากที่สุดในปีบรรดาเนื้อหาที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษของ Netflix ก็ว่าได้

โดย Netflix สนใจความสำเร็จของเนื้อหาจากเกาหลีใต้ ถึงขั้นจ้าง Deloitte บริษัทที่ปรึกษาทางธุรกิจระดับโลก ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่เน็ตฟลิกซ์ได้สร้างขึ้นต่อระบบนิเวศสร้างสรรค์ของเกาหลีใต้ ตั้งแต่ที่ Netflix เริ่มเข้าไปในเกาหลีใน ค.ศ. 2016 มาจนถึงสิ้น ค.ศ. 2020 ซึ่งในรายงานการศึกษามีข้อมูลที่น่าสนใจ ดังนี้ (รุ่งนภา พิมมะศรี, 2564)



ภาพที่ 1 Netflix ช่วยสร้างเศรษฐกิจในเกาหลีได้อย่างไรบ้าง

ที่มา : <https://thematter.co/entertainment/korea-soft-power-in-netflix/157679>

## 1. Netflix ร่วมสร้างเนื้อหาเกาหลีแล้วมากกว่า 80 เรื่อง

จาก ค.ศ. 2016 จนถึงวันนี้ *Okja* (2017) ภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกของ Netflix ที่เผยแพร่ใน ค.ศ. 2017 จนถึง *Squid Game* (2021) ซีรีส์เรื่องล่าสุดที่กำลังโด่งดังเป็นกระแสไปทั่วโลก Netflix ลงทุนสร้างสรรค์เนื้อหาดั้งเดิมในภาษาเกาหลีไปแล้วเป็นจำนวนมากกว่า 80 เรื่อง/รายการ

## 2. Netflix ลงทุนสร้างไปแล้วกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ

นับจาก ค.ศ. 2016 ถึง ค.ศ. 2020 Netflix ใช้เงินลงทุนสำหรับสร้างสรรค์เนื้อหาภาษาเกาหลีไปแล้วเป็นเงิน 6.2 ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ และด้วยความสำเร็จที่ผ่านมาของเนื้อหาจากเกาหลีใต้ ทำให้ใน ค.ศ. 2021 นี้ Netflix เพิ่มเงินลงทุนสร้างเนื้อหาภาษาเกาหลีมากขึ้นหลายเท่า เป็นจำนวนถึง 4.4 ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ



### 3. สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเกาหลีใต้ 4 พันล้านเหรียญสหรัฐ

การลงทุนผลิตเนื้อหาในเกาหลีของ Netflix ได้สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเกาหลีใต้กว่า 4 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ตั้งแต่การสร้างสรรค้บท กระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย สำนักพิมพ์/สิ่งพิมพ์ เว็บตูน ไปจนถึงสินค้าอุปโภคบริโภค และมีส่วนช่วยสร้างงานรวมมากกว่า 16,000 ตำแหน่งตลอด 5 ปีที่ผ่านมา เฉพาะใน ค.ศ. 2020 ก็สร้างงานเป็นจำนวนถึง 5,800 ตำแหน่ง โดยมูลค่าทางเศรษฐกิจ 4 พันล้านเหรียญสหรัฐ เกิดขึ้นใน 3 หมวดใหญ่ ได้แก่

#### 3.1) การผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์/ซีรีส์/รายการ 2.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ

#### 3.2) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ 80 ล้านเหรียญสหรัฐ

- สิ่งพิมพ์ 49 ล้านเหรียญสหรัฐ
- เว็บตูนและคอมมิค 33 ล้านเหรียญสหรัฐ
- ดนตรี 6 ล้านเหรียญสหรัฐ

#### 3.3) อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 2.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ

- ท่องเที่ยว 1.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ
- อาหาร 3.5 ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ
- ความงาม 2.3 ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ
- เสื้อผ้า 1.27 ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ

#### การสร้างผลกระทบเศรษฐกิจทางตรง

มูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น หากแบ่งเป็นผลกระทบทางตรงและทางอ้อม ผู้ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการที่ Netflix ลงทุนสร้างเนื้อหาคือ บริษัทและคนทำงานในกระบวนการต่าง ๆ ตั้งแต่ปริโรรดักชัน โปสต์โปรดักชัน ไปจนถึงการจัดจำหน่าย เช่น ในกระบวนการถ่ายทำมีการทำสัญญาเช่าโรงถ่ายทำ 2 แห่ง ในเมืองพางจูและย็อนช็อน

#### การสร้างผลกระทบเศรษฐกิจทางอ้อม

ส่วนผลกระทบทางอ้อมที่เป็นผลมาจากอิทธิพลของเนื้อหาภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือรายการ ที่เรียกรวม ๆ ได้ว่า “K-Culture” ภูมิใจผู้ชมให้เกิดการใช้จ่าย ท่องเที่ยว ซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งในทึ้นี้รวมถึงบาง

เรื่องที่มีให้ชมใน Netflix แต่ไม่ใช่เนื้อหาที่ Netflix ลงทุนสร้างด้วย และผลกระทบในทางอ้อมจาก K-Culture นี้แบ่งเป็น 3 หมวดธุรกิจคือ

### 1. หมวดธุรกิจเนื้อหา ผลสำรวจพบว่า คนดู Netflix 42 เปอร์เซ็นต์ มีการติดตามเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์หรือซีรีส์ที่ตัวเองประทับใจ ประกอบด้วย

- เว็บตูน/คอมมิก 25 เปอร์เซ็นต์ 3 อันดับแรกคือ 1. *Sweet home (2020)* 2. *The Uncanny Counter (2020)* 3. *Itaewon Class (2020)*
- งานวรรณกรรม นิยาย 11 เปอร์เซ็นต์ 3 อันดับแรกคือ 1. *Kingdom (2019)* 2. *Stranger (2019)* 3. *Train to Busan (2016)*
- ดนตรี 23 เปอร์เซ็นต์ 3 อันดับแรกคือ 1. *Hospital Playlist (2020)* 2. *Itaewon Class (2020)* 3. *Crash Landing on You (2019)*

คิม โยอัน CEO of Book Recipe Publishing กล่าวว่า “ในอดีต หนังสือยอดนิยมนิยมถูกสร้างเป็นภาพยนตร์ ทุกวันนี้เมื่อภาพยนตร์ได้รับความนิยมก็ถูกตีพิมพ์เป็นหนังสือ เนื้อหาที่เกี่ยวกับภาพยนตร์และละครเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านในปัจจุบัน” (รุ่งนภา พิมมะศรี, 2564)

ผู้เชี่ยวชาญท่านหนึ่งในธุรกิจเว็บตูน กล่าวว่า “หลังจากการเปิดตัวซีรีส์ที่สร้างจากเว็บตูนบน Netflix สมาชิกทั่วโลกเพิ่มเข้ามาอ่านมากขึ้น ซึ่งปกติจะกระจายไปอ่านเนื้อหาอื่น ๆ ในแพลตฟอร์มของเราด้วย เหล่าผู้ผลิตต่างตื่นตัวกับความฝันที่จะประสบความสำเร็จไปทั่วโลก ซึ่งไม่เคยมีมาก่อน” (รุ่งนภา พิมมะศรี, 2564)

### 2. ภาคการท่องเที่ยว

นอกจากความรู้สึกของผู้ชมที่เมื่อดูภาพยนตร์หรือซีรีส์ที่ชอบก็มักอยากจะไปตามรอยสถานที่ถ่ายทำกันเป็นธรรมดาอยู่แล้ว การโปรโมตการท่องเที่ยวด้วยเนื้อหาของภาพยนตร์หรือละครที่ได้รับความนิยมก็เป็นวิธีการที่ทางการเกาหลีได้ใช้มาหลายปี และเนื้อหาใน Netflix หลายเรื่องก็ถูกนำไปใช้ในด้วยเช่นกัน เช่น การโปรโมตด้วยเนื้อหาหรือธีมเกี่ยวกับชอมบี้ของเกาหลีจากเรื่อง *Kingdom (2019)* เพียงเรื่องเดียวก็มีส่วนช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวและฟื้นฟูเศรษฐกิจในภูมิภาคของเกาหลีได้เป็นอย่างดี สถานที่ถ่ายทำกว่า 20 แห่งในหลายเมืองทั่วประเทศได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ไปตามรอยซีรีส์เรื่องโปรด รวมถึงเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายใช้สอยในพื้นที่ของทีมงานกองถ่ายในระหว่างถ่ายทำด้วย

**3. หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค** ประกอบด้วย ความงาม เสื้อผ้า อาหาร ซึ่งเนื้อหาและการโฆษณาแฝงในภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการ นำไปสู่การอุปโภค บริโภค และการท่องเที่ยว เป็นเงินดั่งที่กล่าวไปในหัวข้อข้างบน

### Netflix เป็นโอกาสของบริษัทและนักสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมบันเทิง

Netflix มีส่วนช่วยปรับปรุงผลประกอบการของบริษัทโปรดักชันในเกาหลีใต้ บริษัทต่าง ๆ ที่ได้ร่วมงานกับ Netflix มีความสามารถในการทำกำไรดีขึ้น เนื่องจากไม่ต้องแบกรับความเสี่ยงที่เชื่อมโยงอยู่กับความสำเร็จของภาพยนตร์/ซีรีส์ ช่องทางการจัดจำหน่ายเนื้อหาหลากหลาย และด้วยความที่ไม่ต้องกังวลเรื่องเงินทุน ก็ทำให้สตูดิโอผู้สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความกล้าในการสร้างสรรค์เนื้อหามากขึ้น นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพของผลงาน

คิม อีนิฮี ผู้เขียนบทละคร Kingdom กล่าวว่า “ฉันเขียนบท *Kingdom (2019)* หลังจากเรื่อง *Signal (2016)* การถูกตัดออกและสิ่งต่าง ๆ เช่นนั้นคงเป็นการยากที่จะผ่านการเซ็นเซอร์สำหรับฉายในโทรทัศน์ และฉันยังคิดว่าขอมบี้ในละครประวัติศาสตร์จะเป็นไปไม่ได้ เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่สูง แต่ Netflix พร้อมทั้งจะให้การสนับสนุนทางการเงินแก่เราอย่างเต็มที่ และฉันรู้สึกขอบคุณสำหรับการสนับสนุนของพวกเขา” (รุ่งนภา พิมมะศรี, 2564)

ในด้านบริษัทวีซวลเอฟเฟกต์ต่าง ๆ ก็ได้รับผลกระทบโดยตรง โดยมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเกือบ 4 เท่าจากเมื่อ 10 ปีก่อน ด้วยการลงทุนที่เพิ่มขึ้นของ Netflix ทำให้เทคโนโลยีวีซวลเอฟเฟกต์ถูกนำมาใช้กับการผลิตละครมากขึ้น จากเดิมก่อนหน้า Netflix จะเข้ามา อุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีใช้วีซวลเอฟเฟกต์ในการผลิตภาพยนตร์เท่านั้น เมื่อมีการนำมาใช้กับการผลิตละครหรือซีรีส์มากขึ้น พร้อมทั้งได้แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางเทคนิคกับทีมงานของ Netflix บริษัทวีซวลเอฟเฟกต์ของเกาหลีใต้จึงได้รับประโยชน์ทั้งรายได้และเกิดการพัฒนาคูณภาพผลงานด้วย

นอกจากนั้นยังรวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องอย่าง ธุรกิจพากย์เสียง และแปลคำบรรยาย ยกตัวอย่างกรณีของบริษัท IYUNO ที่เพิ่มจำนวนพนักงานแปลมากขึ้นเท่าตัวหลังจากร่วมงานกับ Netflix และเพิ่มจำนวนภาษาจากก่อนหน้าที่แปล 10 ภาษาเป็น 60 ภาษา และเป็นโอกาสให้ได้รับเงินลงทุนจาก SoftBank Vision Fund ในปีนี้ด้วย

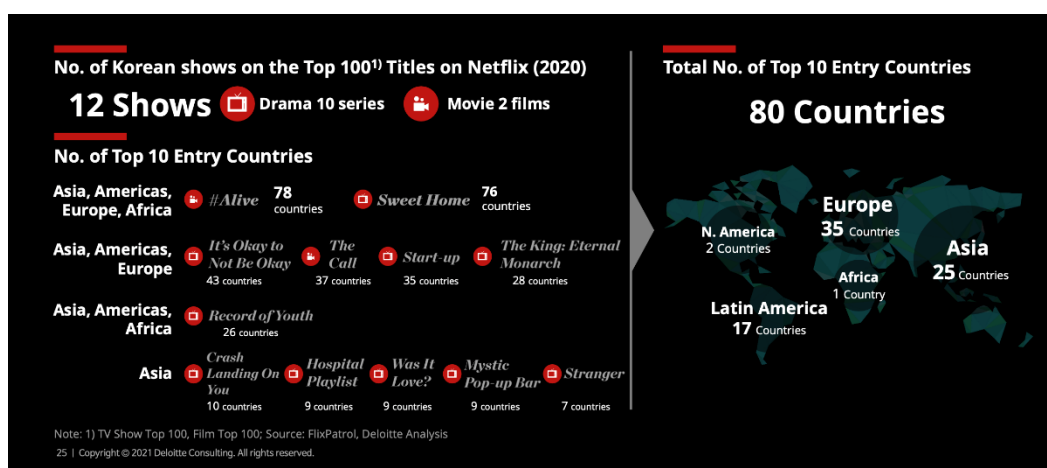
## ผลักดัน ECO-System ธุรกิจ OTT (Over-The-Top TV) ลงทุนกับเนื้อหาเกาหลีเพิ่มขึ้น

ความสำเร็จของ “Netflix Original” ภาษาเกาหลี มีส่วนโดยตรงในการผลักดันให้บริษัทผู้ให้บริการ OTT (Over-The-Top TV) ทั้งจากในและต่างประเทศเพิ่มการลงทุนกับการจัดหาและผลิตเนื้อหาเกาหลีมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น

- Wavve บริษัทรายใหญ่ด้านสตรีมมิงของเกาหลีได้กล่าวเมื่อเดือนมีนาคม ค.ศ. 2021 ว่า จะลงทุนในเนื้อหาเกาหลี 2.6 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ภายใน 5 ปี
- ชาวเดือนเมษายน ค.ศ. 2021 ที่ผ่านมากล่าวว่า Studio & New บริษัทผลิตภาพยนตร์ได้เซ็นสัญญา 5 ปีเพื่อจัดหาเนื้อหาป้อนให้ Disney Plus แพลตฟอร์มสำหรับชมภาพยนตร์อย่างน้อย 1 ชิ้นต่อปี
- Coupang บริษัท E-Commerce รายใหญ่จะลงทุน 88 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับ Coupang Play แพลตฟอร์มสำหรับชมภาพยนตร์และละครโทรทัศน์
- ส่วน CJ ENM บริษัทผลิตภาพยนตร์รายใหญ่ วางแผนจะลงทุน 6.4 ร้อยล้านเหรียญสหรัฐ ใน ค.ศ. 2021 และ 4 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในอีก 5 ปีข้างหน้า

## ตัวเลขพิสูจน์ความสำเร็จคอนเทนต์เกาหลีได้ในระดับสากล

ค.ศ. 2020 มีเนื้อหาจากเกาหลีที่ได้รับความนิยมติดอันดับ 100 ใน Netflix จำนวน 12 เรื่อง เป็นซีรีส์ 10 เรื่อง และภาพยนตร์ 2 เรื่อง



ภาพที่ 2 จำนวนเนื้อหาจากเกาหลีใต้ที่ติดอันดับ Top 10 Entry ของ Netflix ในประเทศต่าง ๆ

ที่มา : <https://plus.thairath.co.th/topic/money/100558>

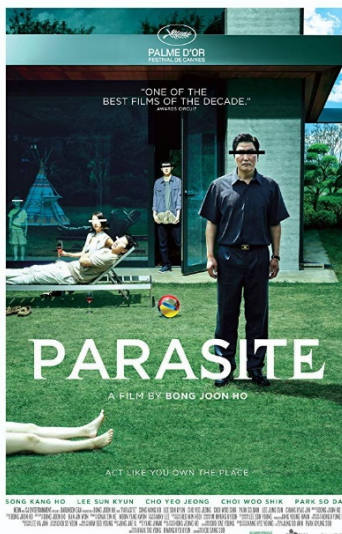
Netflix กล่าวว่า “การเติบโตของเราจะเกิดขึ้นไม่ได้เลย หากปราศจากการสนับสนุนจากผู้ผลิตคนเก่ง ๆ โปรดักชันเฮาส์ และบริษัทเกาหลี เราารู้สึกตื่นเต้นมากที่ได้มาอยู่ที่นี่ และช่วยทำให้เรื่องราวที่น่าอัศจรรย์ของเกาหลีเกิดมีชีวิตขึ้นมาได้ต่อไป เป็นเวลา 5 ปีที่เหลือเชื่อ เราแทบรอไม่ไหวแล้วว่าจะเกิดอะไรขึ้นต่อไป” (รุ่งนภา พิมมะศรี, 2564)

Netflix เข้าไปลงทุนทำเนื้อหาในเกือบทุกประเทศที่พวกเขาเข้าไปให้บริการ เป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดความสนใจของคนในประเทศนั้น ๆ และขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างความหลากหลายของเนื้อหา ซึ่งเป็นหนึ่งในจุดขายของ Netflix

ประเทศเกาหลีใต้เป็นฐานการผลิตเนื้อหาของ Netflix ที่ประสบความสำเร็จมาก เพราะมีปัจจัยภายในประเทศที่เอื้อต่อการคว้าโอกาส อุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีใต้อยู่ในทิศทางที่ดีอยู่แล้วก่อนที่ Netflix จะเข้าไป อย่างที่กล่าวไปว่ารัฐบาลเกาหลีใต้จริงจังกับการสนับสนุนอุตสาหกรรมบันเทิงมาก พอ Netflix เข้าไปจึงเป็นสองแรงที่ช่วยเสริมกัน เกิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจที่มีแต่จะเพิ่มสูงขึ้น ทั้งต่อเกาหลีใต้และต่อ Netflix

### ความสำเร็จของภาพยนตร์เกาหลีใต้ในระดับนานาชาติ

ความสำเร็จของการเผยแพร่กระแสวัฒนธรรมเกาหลีจนเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลกได้พิสูจน์ถึงความสามารถของรัฐบาลในการส่งเสริมวัฒนธรรมเกาหลี หากแต่รัฐบาลไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยเดียวที่ส่งผลถึงความสำเร็จนั้น ถ้ารัฐบาลเกาหลีมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้สนับสนุน ภาคอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงก็รับบทบาทเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่กระแสวัฒนธรรมเกาหลี การผลิตส่งออกผลิตภัณฑ์ด้านความบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ ละคร และเพลง ทำให้เกิดความนิยมไปทั่วโลก และสิ่งที่ภาคอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงจะขาดไปไม่ได้ก็คือ นักลงทุนภาคเอกชน ในที่นี้ขอกกล่าวถึงบริษัท CJ ENM (CJ Entertainment & Media) บริษัทผลิตภาพยนตร์ สำนักพิมพ์ภาพยนตร์ การลงทุนและนิทรรศการ หรือบริษัทที่อยู่ในเครือ CJ Group ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่อง Parasite เพื่อมาเป็นตัวอย่างของความสำเร็จของภาพยนตร์เกาหลีใต้ในระดับนานาชาติ



ภาพที่ 3 ภาพยนตร์เรื่อง Parasite

ที่มา : <https://www.sanook.com/movie/90169/>

ภาพยนตร์เรื่อง *Parasite* (2019) เป็นภาพยนตร์ภาษาต่างประเทศเรื่องแรกในประวัติศาสตร์ภาพยนตร์เกาหลีและทวีปเอเชียที่สามารถได้รับรางวัลสูงสุดออกสการ์ได้ ถือเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี โดยความสำเร็จของภาพยนตร์เรื่องนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้าไม่มีผู้สนับสนุนอย่าง CJ ENM มาเป็นทุนสร้างภาพยนตร์เรื่องนี้ ย้อนกลับไปในเดือนมีนาคม ค.ศ. 2018 CJ ENM ได้ประกาศร่วมลงทุนเป็นจำนวนเงิน 10.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ กับบริษัทผลิตภาพยนตร์ชื่อ Barunson E&A เพื่อสร้างภาพยนตร์เรื่อง *Parasite* (2019) นอกจากนี้ มีรายงานข่าวเพิ่มเติมว่าทาง CJ ENM ยังได้ลงทุนอีก 8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในการดำเนินการประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เรื่องนี้ เพื่อนำทางไปสู่ความสำเร็จบนเวทีออกสการ์ (Kim Jae-heun, 2022) อีกทั้งการปรากฏตัวของรองประธานกลุ่ม CJ Group อี มีคยอง บนเวทีเพื่อกล่าวสุนทรพจน์ในการรับรางวัลออกสการ์แสดงให้เห็นว่าเธอมีบทบาทในการสนับสนุนภาพยนตร์เรื่อง *Parasite* มากน้อยเพียงใด



ภาพที่ 4 อี มีคยอง รองประธานกลุ่ม CJ Group กล่าวสุนทรพจน์บนเวทีออกสการ์

ที่มา : [http://english.hani.co.kr/arti/english\\_edition/e\\_international/927987.html](http://english.hani.co.kr/arti/english_edition/e_international/927987.html)

สิ่งสำคัญอีกประการที่ทำให้ภาพยนตร์เรื่อง *Parasite* (2019) ได้รับรางวัลภาพยนตร์ยอดเยี่ยมก็คือ เนื้อหาที่สะท้อนถึงปัญหาชนชั้นและความเหลื่อมล้ำของสังคม ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เพิ่มเนื้อหาหลากหลายในภาพยนตร์เพื่อขยายฐานคนดู โดยฮัน ซังอุง นักวิเคราะห์ด้านภาพยนตร์จาก Eugene Investment & Securities กล่าวว่า “ความสำเร็จจากภาพยนตร์ ซีรีส์หลาย ๆ เรื่องของเกาหลีใต้ในประเทศเอเชีย มีส่วนทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีพัฒนาการที่ก้าวหน้าขึ้น จากเดิมที่เกาหลีใต้นิยมผลิตเนื้อหาแนว Romantic Comedy หรือ Romantic Drama เท่านั้น ภายหลังเราได้เห็นเนื้อหาแนวใหม่ ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น” (Prakai, 2563) ดังนั้น รางวัลออสการ์ที่ภาพยนตร์เรื่อง *Parasite* เป็นผู้ชนะได้รับมาจึงมีนัยยะสำคัญอย่างมากต่อการปฏิรูปอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้เพื่อเพิ่มฐานลูกค้านอกประเทศมากขึ้น



ภาพที่ 5 ทีมงานเรื่อง *Parasite* รับรางวัลบนเวทีออสการ์

ที่มา : <https://www.posttoday.com/world/614368>

สำนักข่าว BBC กล่าวว่า รางวัลแห่งความสำเร็จนี้ของภาพยนตร์เรื่อง *Parasite* (2019) ถือเป็นความก้าวหน้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ที่เด่นชัด และได้รับการยอมรับในระดับสากลอย่างเป็นทางการ ไม่ใช่แค่ในทวีปเอเชียเท่านั้น ซึ่งเป็นการสั่นคลอนวงการฮอลลีวูดอยู่ไม่น้อย ในฐานะที่เป็นผู้ครองสัดส่วนส่วนแบ่งการตลาดรายใหญ่ของโลก โดยภาพยนตร์เรื่อง *Parasite* (2019) สามารถทำรายได้เฉพาะแค่ box office ของสหรัฐอเมริกา มากถึง 165 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เทียบกับ ค.ศ. 2017 ที่ภาพยนตร์เรื่อง *Moonlight* (2016) ของสหรัฐอเมริกา ได้รับรางวัลออสการ์สาขาภาพยนตร์ยอดเยี่ยมเช่นเดียวกัน แต่ทำรายได้ใน box office ได้น้อยกว่า อยู่ที่ 65 ล้านดอลลาร์สหรัฐเท่านั้น และหลังจากความสำเร็จนี้ทำให้ปัจจุบันประเทศเกาหลีใต้ เป็นผู้ส่งออกภาพยนตร์ชั้นนำของโลกลำดับที่ 5 รองจาก สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร (Prakai, 2563)

## สรุป

การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในช่วงทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา เริ่มพัฒนาขึ้นมาได้ เพราะประธานาธิบดีคิม ยองซัม เห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่สามารถนำมาสร้างเป็นมูลค่าทางสินค้าได้ จึงเริ่มผลักดันและลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซานหรือเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซอน เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้ให้เป็นที่รู้จักกับนานาชาติมากขึ้น

แต่ใน ค.ศ. 1997-1998 เกิดวิกฤตทางการเงินภายในประเทศ จึงทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ชะงัก เนื่องจากผู้ลงทุนถอนเงินทุนออก ประธานาธิบดีคิม แดจุง จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ด้วยการพัฒนา Soft Power ผ่านอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ค.ศ. 1999 จึงมีการก่อตั้ง Korean Film Commission (KOFIC) หรือ สมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งเกาหลีเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยเฉพาะ และในปีเดียวกันภาพยนตร์เรื่อง *Shiri* (1999) เป็นภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จจนเป็นที่สนใจของสื่อมวลชนต่างประเทศ จนถือว่าเป็นหนึ่งในจุดกำเนิดของคลื่นเกาหลี (Korean Wave) จนทำให้ภาพยนตร์เกาหลีใต้เรื่องอื่น ๆ เริ่มเป็นที่รู้จักแก่ทั่วโลก อีกทั้ง ค.ศ. 2000 มีการจัดเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติซอนจู เน้นการฉายภาพยนตร์อิสระ หรือภาพยนตร์เอเชียนอกกระแส เพื่อเป็นการสนับสนุนภาพยนตร์ระดับเล็ก

เมื่อเข้าสู่ยุครัฐบาลโน มูฮยอน ประเทศเกาหลีก็เร่งใช้ประโยชน์จากความสำเร็จก่อนหน้านี้มาพัฒนาประเทศ แต่ใน ค.ศ. 2006 เกาหลีใต้กลับต้องเผชิญกับแรงกดดันจากสหรัฐอเมริกาเพื่อให้ลด Screen Quota แม้รัฐบาลเกาหลีใต้ต้องยอมแรงกดดันจากสหรัฐอเมริกาในที่สุด อย่างไรก็ตามภาพยนตร์เกาหลีใต้ก็ยังครองส่วนแบ่งการตลาดเกิน 50 เปอร์เซ็นต์มาจนถึงปัจจุบัน

ต่อมารัฐบาลของอี มยองบัก เห็นความสำเร็จของรัฐบาลยุคก่อน ๆ จึงให้ความสำคัญกับการส่งออกทางวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน ใน ค.ศ. 2009 จึงมีการก่อตั้งสถาบัน “The Korea Creative Content Agency” หรือ “KOCCA” ขึ้นมาอย่างเป็นทางการเพื่อพัฒนารูรูกิจด้านวัฒนธรรมเกาหลีอย่างครบวงจร และมีการปรับปรุงงานเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซานโดยการย้ายไปยังสถานที่ถาวรแห่งใหม่คือ Busan Cinema Center ในเมืองเซ็นทัม เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และกิจกรรมการศึกษาได้

แต่อุตสาหกรรมภาพยนตร์กลับต้องมาตกต่ำอีกครั้ง เนื่องจากในยุครัฐบาลพัค กึนฮเย กลับ blacklist แก่บุคคลในอุตสาหกรรมบันเทิงเกือบ 10,000 คน เนื่องจากเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน ค.ศ. 2014 ได้ฉายภาพยนตร์สารคดีที่ชื่อว่า *Diving Bell: The truth Shall Not Sink With Sewol* (2014) เนื้อหาเกี่ยวกับ



เหตุการณ์เรือเซวอล (Sewol) ล่ม จึงกระทบต่อภาพลักษณ์ของรัฐบาลพัค กึนฮเย และเป็นการวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของเธอก็ทำให้ ค.ศ. 2015 สมาพันธ์ภาพยนตร์เกาหลี (Korean Film Council) ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐบาลและเป็นนายทุนใหญ่รายสำคัญ ได้ลดงบประมาณสนับสนุนงานออกครั้งหนึ่ง และใน ค.ศ. 2016 รัฐบาลได้ขอความร่วมมือจากหลายประเทศไม่ให้เข้าร่วมงานดังกล่าว ทำให้ผู้คนไม่พอใจและออกมาเรียกร้องให้รัฐบาลยุติการแทรกแซงเสรีภาพในการแสดงออก (Freedom of Expression) ของภาพยนตร์ จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในยุครัฐบาลพัค กึนฮเยเป็นช่วงตกต่ำอย่างมาก

เมื่อถึงช่วงรัฐบาลของมุน แจอิน ถือเป็นความหวังสำคัญของกลุ่มอุตสาหกรรมวัฒนธรรมบันเทิงเกาหลีใต้อย่างยิ่ง เพราะประธานาธิบดีมุน แจอิน กลับมาสนับสนุนทางด้านวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องด้วยเงินอุดหนุนและเพิ่มแรงจูงใจด้านภาษี และยังได้ใช้ Soft Power ยกกระดับสถานะประเทศของเกาหลีใต้ด้วยการเริ่มนโยบาย “New Southern Policy” เพื่อสร้างตลาดที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของอุตสาหกรรมบันเทิง จนกระทั่ง ค.ศ. 2019 ภาพยนตร์เรื่อง Parasite ได้รับรางวัลสูงสุดของออสการ์ ซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้และทวีปเอเชีย จึงทำให้ประธานาธิบดีมุน แจอิน จึงให้คำมั่นว่ารัฐบาลจะเดินหน้าสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศอย่างเต็มที่ต่อไปและให้เสรีภาพสื่อในการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ เพื่อเสริมสร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ให้กับการบุคคลในวงการภาพยนตร์

หลังจากที่รัฐบาลสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์จนเป็นที่รู้จักแก่ทั่วโลก ทำให้นักลงทุนต่างชาติสนใจที่จะเข้ามาลงทุนกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี เช่น แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งชื่อดังอย่าง Netflix ที่สนใจความสำเร็จจากเนื้อหาภาพยนตร์และซีรีส์จากเกาหลีใต้ ทำให้ Netflix เข้ามาร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาเกาหลีมากกว่า 80 เรื่อง มีการลงทุนไปมากกว่า 1 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยการเข้ามาลงทุนของ Netflix ทำให้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเกาหลีใต้กว่า 4 พันล้านเหรียญสหรัฐ อีกทั้งการสร้างเนื้อหาจากภาพยนตร์ ซีรีส์ยังช่วยให้เกิด K-Culture ที่จูงใจให้ผู้ชมเกิดการใช้จ่าย ท่องเที่ยว ซื้อสินค้าและบริการตามภาพยนตร์ รวมถึงยังสร้างรายได้และอาชีพใหม่ให้แก่อุตสาหกรรมด้านอื่น ๆ

แม้ว่าความสำเร็จอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้มาจากการสนับสนุนของรัฐบาล หากแต่รัฐบาลไม่ได้เป็นเพียงปัจจัยเดียวที่ส่งผลถึงความสำเร็จนั้น แต่ยังคงมีภาคอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงที่คอยเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่กระแสวัฒนธรรมเกาหลีเช่นเดียวกัน จึงทำให้ประเทศเกาหลีใต้เป็นที่รู้จักแก่ทั่วโลก นอกจากนี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจเกาหลีใต้อย่างมาก ไม่เพียงแค่การสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ แต่ยังสร้างอาชีพและโอกาสใหม่ ๆ แก่ผู้คนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ รวมถึงอุตสาหกรรมด้านอื่น ๆ ภายในประเทศ จึงเห็นว่าปัจจุบันผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมเกาหลีใต้ต้องการที่จะมีอาชีพด้านงานศิลป์และการ

สร้างสรรค์มากกว่าการทำงานเป็นพนักงานในองค์กรใหญ่ ซึ่งสอดคล้องกับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร เป็นปัจจัยช่วยเร่งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ จากอุตสาหกรรมหนักมาสู่การให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์สินทางปัญญา

## บรรณานุกรม

### หนังสือและเอกสารตีพิมพ์

ณัชชา แก้วประกายแสงกุล. (2555). “บทบาทของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเกาหลี.” สารนิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐกร สอนสอาด. (2558). “นโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีตั้งแต่หลังการปกครองของญี่ปุ่น ค.ศ. 1946 ถึงทศวรรษ 1990.” สารนิพนธ์ปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปิยะการณ ไกรนรา. (2552). “นโยบายต่างประเทศเกาหลีใต้ ด้านเศรษฐกิจ การเมือง: กรณีศึกษาการส่งออกวัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมภาพยนตร์.” วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Kim. (2000). “Building the Korean Film Industry’s Competitiveness: Abolish the Screen Quota and Subsidize the Film Industry.” *Washington International Law Journal* 9,2: 354-378

Parc. (2016). “The effects of protection in cultural industries: the case of the Korean film policies.” *International Journal of Cultural Policy* 23,5: 2-15

### สื่ออิเล็กทรอนิกส์

ก้อง ฤทธิณี. (2564). **นโยบายภาพยนตร์เกาหลี: 30 ปี แห่งอุดมการณ์วัฒนธรรม**. เข้าถึงเมื่อ 11 มกราคม 2565. เข้าถึงได้จาก <https://fapot.or.th/main/information/article/view/769>

คนมองหนัง. [นามแฝง]. (2563). “**ชนชั้นนำ**” เบื้องหลังความสำเร็จของ “**ชนชั้นปรสิต**”. เข้าถึงเมื่อ 9 มีนาคม 2565. เข้าถึงได้จาก [https://www.matichonweekly.com/column/article\\_275975](https://www.matichonweekly.com/column/article_275975)

ฉัตรวี เสนอนิสศักดิ์. (2562). **Parasite ในโลกความเหลื่อมล้ำ ใครกันนำโกรธที่สุด**. เข้าถึงเมื่อ 3 ตุลาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <https://themomentum.co/parasite-bong-joon-ho/>

ชาญชนะ หอมทรัพย์. (2563). **อุตสาหกรรมหนังเกาหลี: สตาร์พร้อมไทย 15 ปีผ่านไปถึงฝั่งออสการ์.**

เข้าถึงเมื่อ 3 ตุลาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <https://waymagazine.org/the-cinema-of-south-korea/>

ชลิตา สุนันทาภรณ์. (2560). **ดาร์คไซด์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้.** เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2565.

เข้าถึงได้จาก [https://waymagazine.org/political\\_turmoil\\_kr\\_film\\_industry/](https://waymagazine.org/political_turmoil_kr_film_industry/)

เตลินิวส์. (2563). **รัฐบาลเกาหลีใต้เดินหน้ายกระดับวงการภาพยนตร์.** เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2565. เข้าถึงได้

จาก <https://d.dailynews.co.th/foreign/756884/>

ทัศนีย์ สาลีโกชน. (2563). **จาก ‘BTS’ ‘Parasite’ เมื่อความบันเทิง ขับเคลื่อนเศรษฐกิจเกาหลีใต้.** เข้าถึง

เมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2565. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/1484>

ทัศนีย์ สาลีโกชน. (2563). **Parasite เขียนประวัติศาสตร์ใหม่ให้ Oscar 2020.** เข้าถึงเมื่อ 3

ตุลาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/865703>

ทัศนีย์ สาลีโกชน. (2563). **แอบส่องมาตรการเยียวยาอุตสาหกรรมหนังเกาหลี.** เข้าถึงเมื่อ 1 มีนาคม 2565. เข้าถึง

ได้จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/1729>

ธีร์จุฑา มาศประสิทธิ์. (2563). **อุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศเกาหลีใต้.** เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2565.

เข้าถึงได้จาก [https://www.ditp.go.th/contents\\_attach/583457/583457.pdf](https://www.ditp.go.th/contents_attach/583457/583457.pdf)

พัชรี บอนคำ. (2563). **“อุตสาหกรรมบันเทิง” เศรษฐกิจเกาหลี หมดดีดจากรัฐบาล.** เข้าถึงเมื่อ 3

ตุลาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <https://urbancreature.co/southkorea-koreanwave/>

พลอย มัลลิกะมาส. (2555). **อันยองฮาเซโย “โคเรียเวฟ” (Korea Wave) ตอนที่ 2 : อุตสาหกรรม**

**ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์.** เข้าถึงเมื่อ 11 มกราคม 2565. เข้าถึงได้จาก

<https://hr.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/%E0%B8%AD%E0%B8%B1%E0%B8%99-%E0%B8%A2%E0%B8%AD%E0%B8%87-%E0%B8%AE%E0%B8%B2-%E0%B9%80%E0%B8%8B-%E0%B9%82%E0%B8%A2-%E2%80%9C%E0%B9%82%E0%B8%84%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2-%E0%B9%80%E0%B8%A7%E0%B8%9F%E2%80%9D--korea-wave->

[-%E0%B8%95%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-2--](https://hr.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88-2--)

[-%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%95%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0](https://hr.tcdc.or.th/th/Articles/Detail/%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%95%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0)

%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B9%82%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%99%E0%B9%8C

นพปฎล พลศิลป์. (2564). **การเดินทางของภาพยนตร์เกาหลี จากโรงหนังในกรุงโซล ไปถึงโรงภาพยนตร์ทั่วโลก.** เข้าถึงเมื่อ 11 มกราคม 2565. เข้าถึงได้จาก <https://www.gqthailand.com/culture/article/why-korean-films-are-now-showing-at-theaters-worldwide>

บัญชา ธนบุญสมบัติ. (2559). **10 แง่มุมน่าทึ่งว่าด้วย “คลื่นวัฒนธรรมเกาหลี”.** เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2565. เข้าถึงได้จาก [https://www2.mtec.or.th/th/e-magazine/admin/upload/300\\_13.pdf](https://www2.mtec.or.th/th/e-magazine/admin/upload/300_13.pdf)

ปรีดี บุญซื่อ. (2564). **กลยุทธ์ที่ทำให้เกาหลีใต้ กลายเป็นยักษ์ใหญ่การส่งออกสินค้าวัฒนธรรม เช่น หนังสื Squid Game.** เข้าถึงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2565. เข้าถึงได้จาก <https://thaipublica.org/2021/10/pridi272/>

ภาณุ อารี. (2563). **เจาะแผนสนับสนุนวงการหนังท็อปโพร่ของโลก. [ตอนที่ 1: เกาหลีใต้].** เข้าถึงเมื่อ 11 มกราคม 2565. เข้าถึงได้จาก <https://filmclubthailand.com/articles/special-scoop/film-policy-1southkorea/>

ยุทธศักดิ์ คณาสวัสดิ์. (2549). **เส้นทางสู่ความยิ่งใหญ่ของภาพยนตร์เกาหลีใต้.** เข้าถึงเมื่อ 3 ตุลาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9490000016022>

รุ่งนภา พิมมะศรี. (2564). **ตัวอย่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เกาหลีใต้ทำเงิน 1.6 แสนล้านบาท จากการผลิตคอนเทนต์ลง Netflix.** เข้าถึงเมื่อ 4 มีนาคม 2565. เข้าถึงได้จาก <https://plus.thairath.co.th/topic/money/100558>

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2563). **วางแผนฟิล์มถึงไฟล์หนังดิจิทัล: สสำรวจภาพรวมอุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลีใต้.** เข้าถึงเมื่อ 3 ตุลาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <https://www.cea.or.th/th/single-research/Korea-film-industry-overview>



A7%E0%B9%83%E0%B8%88%E0%B8%A2%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%88%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%8A%E0%B8%99/%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B7%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%AA%E0%B8%9A%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B9%87%E0%B8%88.html

Sirarom Techasriamornrat. (2021). **ผ่านมา 23 ปี Soft Power ‘เกาหลี’ ไปไกลแค่ไหน ทำไม ‘ไทย’ ยังอยู่ที่เดิม**. เข้าถึงเมื่อ 20 มกราคม 2565. เข้าถึงได้จาก <https://workpointtoday.com/23-year-soft-power-thai-korean/>

Tatiya Kaewchan. (2564). **เมื่อโลกมองเกาหลี ทำไม 26 คำศัพท์เกาหลี ถูกบรรจุในพจนานุกรมอังกฤษ?**. เข้าถึงเมื่อ 29 กุมภาพันธ์ 2565. เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/life/2219940>

The Prince. [นามแฝง]. (2563). **ความเป็นมาของภาพยนตร์เกาหลีใต้**. เข้าถึงเมื่อ 3 ตุลาคม 2564. เข้าถึงได้จาก [https://intrend.trueid.net/south/songkhla/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B5%E0%B9%83%E0%B8%95%E0%B9%89-trueidintrend\\_107364](https://intrend.trueid.net/south/songkhla/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%87%E0%B8%99%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A0%E0%B8%B2%E0%B8%9E%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B5%E0%B9%83%E0%B8%95%E0%B9%89-trueidintrend_107364)

Wikipedia. (2021). **เครือข่ายส่งเสริมภาพยนตร์เอเชีย**. เข้าถึงเมื่อ 11 มกราคม 2565. เข้าถึงได้จาก [https://sawadee.wiki/wiki/Network\\_for\\_the\\_Promotion\\_of\\_Asian\\_Cinema](https://sawadee.wiki/wiki/Network_for_the_Promotion_of_Asian_Cinema)

Wikipedia. (2021). **เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติปูซาน**. เข้าถึงเมื่อ 11 มกราคม 2565. เข้าถึงได้จาก [https://hmong.in.th/wiki/Busan\\_International\\_Film\\_Festival](https://hmong.in.th/wiki/Busan_International_Film_Festival)

Wikipedia. (2021). เทศกาลภาพยนตร์มหัศจรรย์นานาชาติบูเชอน. เข้าถึงเมื่อ 11 มกราคม 2565.

เข้าถึงได้จาก

[https://hmong.in.th/wiki/Bucheon\\_International\\_Fantastic\\_Film\\_Festival](https://hmong.in.th/wiki/Bucheon_International_Fantastic_Film_Festival)

WorkpointTODAY. (2019). เกาหลีใต้ ผ่านกฎหมาย ห้ามฉายหนังเรื่องเดียวกันเกินครั้งโรง ป้องกัน

การผูกขาดในอุตสาหกรรมภาพยนตร์. เข้าถึงเมื่อ 16 กุมภาพันธ์ 2565. เข้าถึงได้จาก

<https://workpointtoday.com/movies-korean-laws/>

Yeong. (2564). การพัฒนาแบบก้าวกระโดดของหนังเกาหลี. เข้าถึงเมื่อ 11 มกราคม 2565. เข้าถึงได้

จาก <https://www.creatrip.com/th/blog/11385>



## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวสุดาพร พรสมบุญดี
วัน เดือน ปีเกิด	23 เมษายน พ.ศ. 2543
ที่อยู่	1093 ซอยเพชรเกษม 94 แขวงบางแคเหนือ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 10160
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2561	สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนปัญญาวรคุณ จังหวัดกรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2565	กำลังศึกษาในระดับปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาเอเชีย ศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขต พระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม