

BẢN THẢO CHO HỘI THẢO HÈ TẠI PORTO, Bồ Đào Nha (18-19/7/2019)

Xin đừng trích dẫn hoặc đăng lại nếu không có sự đồng ý của tác giả

Kiêu hối xã hội và Kiêu hối văn hóa trong Nền kinh tế nối kết

Lê Thanh Hải

Tóm tắt: Giới nghiên cứu đặt ra khái niệm kiều hối xã hội – social remittance để mô tả dòng chảy giống như kiều hối tiền tệ từ di dân ở nước ngoài về trong nước, ảnh hưởng tới sự phát triển của xã hội. Bên cạnh vốn tài chính – capital thì vốn xã hội – social capital và vốn văn hóa – cultural capital được coi là các yếu tố ảnh hưởng tới sự phát triển bền vững của một quốc gia. Bài viết này phân tích những trải nghiệm của tác giả khi tham gia và tác động vào một số góc cạnh của xã hội Việt Nam, lấy kiều hối xã hội và kiều hối văn hóa làm tham số chính. Mỗi cá nhân người Việt khi có mặt ở nước ngoài – định cư, du học, hay kể cả du lịch, khi vào Việt Nam đều đem theo lượng vốn đó góp cho xã hội, mà nếu đúng chỗ và đúng nhu cầu sẽ tạo ra sự phát triển cho cộng đồng.

Từ ngày có cơ hội ra nước ngoài 30 năm trước tôi luôn tìm hiểu xem Việt Nam cần làm gì để phát triển. Còn khoảng vài năm trở lại đây thì tôi bắt đầu trăn trở nhiều hơn với suy nghĩ xem bản thân mình có thể tác động được gì để kích thích Việt Nam phát triển. Hai câu hỏi ngược chiều đó chính là điểm xuất phát cho bài viết này - một tập hợp của nhiều câu trả lời nhỏ lẻ nhưng liên kết với nhau như một phác thảo mô tả xã hội qua cơ chế truyền tải thông tin, mà kiều hối xã hội và văn hóa là các đơn vị được chuyển đi. Câu hỏi đầu mang tính vĩ mô - macro, tìm giải pháp đơn giản và phổ biến. Câu hỏi sau lại ở tầm vi mô – micro, chủ yếu chỉ là những điều vụn vặt. Thế nhưng cả hai đều cần thiết để nhìn vào xã hội, và bổ sung cho nhau.

Đây cũng chính là một trong số những cách tiếp cận đương đại, nhìn vào một thế giới toàn cầu địa phương – glocalism (từ ghép từ global và local, ví dụ như chiến lược hoạt động của HSBC: glocal local bank). Từ một cá nhân, đến cộng đồng, ra thế giới, là những mối liên kết – quan hệ trong nhiều loại không gian khác nhau (mà như Arjun Appadurai liệt kê ra thành như là technoscape, mediascape, ethnoscape, finanscape và ideoscape). Sự phát triển của phương tiện giao thông, phương tiện truyền thông, phương tiện thanh toán v.v. giúp cho sự nối kết giữa các cá nhân và giữa các cộng đồng phẳng hơn, không còn phải qua thứ bậc như từ xã lên huyện, tỉnh, rồi quốc gia, quốc tế, rồi mới tạo được quan hệ – cũng qua các cấp tương tự – với đối tác ở một nơi nào khác trên thế giới hay trong một kết cấu tổ chức nào khác trong không gian tương tác của hệ thống đó.

Con người đang sống trong một nền kinh tế nối kết – connection/connected economy (như chiến lược hoạt động của Nokia trước đây) với không chỉ B2B (business to business) mà vốn văn hóa (Pierre Bourdieu) hay vốn xã hội (Robert Putnam) có điều kiện dễ dàng chuyển thành tư bản – tức là vốn tài chính, và ngược lại. Phát triển – theo cách hiểu trong hệ thống này – đơn giản là tích lũy vốn (tài chính – xã hội – văn hóa) và rồi gia tăng về lượng kéo theo sự thay đổi về chất (Karl Marx). Tác động để cho một xã hội phát triển có thể hiểu đơn giản như là làm tăng một loại vốn để tạo ra sự thay đổi về chất sau này. Người Việt ở nước ngoài là một nguồn vốn quan trọng, khi mà kiều hối trong những năm qua còn nhiều hơn FDI, theo các báo là gần 16 tỷ USD trong năm 2018.

Kiêu hối xã hội là khái niệm được Peggy Lewitt đưa ra cuối thập niên 1990 và nhanh chóng trở thành mối quan tâm trong các nghiên cứu về di dân. Từ góc độ của bài viết này, có thể hiểu đơn giản đó là tất cả những gì được coi là vốn xã hội mà người Việt ở nước ngoài có thể “gửi” về nước: mối quan hệ, ý tưởng, kỹ năng, chuẩn mực sống v.v. Tương tự vậy, kiều hối văn hóa là những gì mà không chỉ Việt kiều mà cả người Việt du lịch ngắn ngày ra nước ngoài cũng có thể đem về Việt Nam để góp vào lượng vốn văn hóa của xã hội. Bài viết này trình bày một số quan sát của tác giả về ảnh hưởng của sự luân chuyển của kiều hối xã hội và kiều hối văn hóa vào quá trình phát triển.

Nghiên cứu là tác động để phát triển

Nghiên cứu khoa học thường được chia thành 3 tầng cơ bản là khám phá – exploration, mô tả – description, và diễn giải, tìm qui luật – explanation. Mục tiêu của bài viết này nằm ở mức mô tả sâu – thick/deep description (Clifford Geertz), cố gắng khám phá hết mọi sự liên hệ trong thực tại và rút ra bài học kinh nghiệm (try-and-error) từ những thử nghiệm tác động đã làm. Phương pháp trình bày diễn giải cho phép dễ dàng đi từ tầng vĩ mô xuống vi mô hay giữ tầm nhìn ở giữa hai tầng đó – mezo. Tương tự vậy cũng dễ dàng chuyển từ mô hình toàn cầu xuống các vấn đề địa phương, hay còn gọi là địa phương toàn cầu – glocalism.

Quan điểm của tôi cũng không tự giới hạn mình – theo thông lệ thường gặp ở phương Tây – trong nghiên cứu là phải đặt khoảng cách giữa mình và đối tượng, mà – theo quan điểm nổi bật từ ngành xã hội học Ba Lan – cho rằng nhà khoa học phải có trách nhiệm sử dụng kiến thức của mình để tác động vào chính đối tượng mình đang nghiên cứu. Do vậy, chính việc nghiên cứu – có thể xếp vào loại nghiên cứu ứng dụng (applied research/science) – bao gồm cả trách nhiệm cần phải tác động vào xã hội để tạo ra sự thay đổi mang tính tiến bộ. Đó là một vòng lặp liên tục: nghiên cứu – giải pháp – thực hiện – đánh giá – nghiên cứu – giải pháp mới – thực hiện ... Tuy nhiên, hoạt động này cũng khác với người làm công tác phát triển – thực hiện nhiệm vụ phát triển theo một chương trình (quốc tế/quốc gia) có sẵn, được trả lương và có ngân sách để hoạt động, vì mục tiêu hàng đầu ở đây là rút ra bài học kinh nghiệm về phát triển rồi chuyển giao tư duy đó cho xã hội, chẳng hạn như là nội dung của bài viết này.

Hiện tại, triết lý/minh triết của tôi trong công việc phát triển Việt Nam có thể khái quát như là duy trì sự hiện diện của bản thân mình trong môi trường xã hội của những người nói tiếng Việt để qua tác động của mình mà tạo ra sự thay đổi của các cá nhân và cộng đồng đó. Dự phóng (project) này, như vậy, bao gồm hai phần chính: tồn tại, và ảnh hưởng. Một dự án phát triển mà không tính đến sự tồn tại của người làm công tác phát triển trong môi trường có thể coi giống như là bón phân vô cơ mà không tính đến ảnh hưởng phụ (side effect) là về lâu dài sẽ làm hỏng cơ cấu vi sinh và thậm chí là cơ học của đất. Trong khi đó, bản thân sự hiện diện của một loại cây khác trong môi trường – ví dụ như hoa thiên địch bao quanh ruộng lúa – có thể giúp kháng sâu rầy một cách tự nhiên, hay tổ ong giúp tăng năng suất bằng tỷ lệ thụ phấn. Người làm công tác phát triển qua hành vi hàng ngày của mình – đi xe hơi, ngủ máy lạnh, mặc hàng hiệu, xả rác nhựa v.v. – thậm chí còn có thể gây hại rất lớn, hoặc chỉ một việc phụ rất nhỏ – chỉ cho các em nhỏ cách học tiếng Anh qua mạng, mua hàng và dịch vụ tại chỗ, đánh dấu điểm du lịch trên mạng – có thể tạo ra một sự thay đổi rất lớn về cơ bản. Các chuyến thực địa của tôi vừa là nghiên cứu tham gia (participant observation) vừa khảo sát thử nghiệm cho nên mỗi chuyến đi luôn cần chuẩn bị rất nghiêm túc và kỹ càng từ trước rất lâu, đồng thời luôn sẵn sàng tận dụng mọi cơ hội vừa mở ra ngay tại chỗ, đòi hỏi bản thân phải thay đổi nhanh chóng để kịp thích ứng với điều kiện mới.

Sự ảnh hưởng của người làm công tác phát triển, xét cho kỹ, chính là những hoạt động thể hiện ra bên ngoài của hệ tư duy đang chiếm hữu suy nghĩ của người đó, mà thường là do được nhồi nhét trong thời gian học – bao gồm cả học đại học lẫn học nghị quyết hay tập huấn. Do vậy, dự phóng đó mang theo ý đồ của bên muốn tạo ra sự thay đổi – không nhất thiết lúc nào cũng thực sự là có lợi cho đối tượng đang cần phát triển. Khu đô thị mới sẽ tạo ra phát triển về kinh tế vĩ mô nhưng nhìn ở tầm vi mô thì dự phóng này lấy mất đất của người nông dân vốn chưa biết tồn tại như thế nào trong môi trường đô thị công nghiệp và dịch vụ. Chuyển đổi từ trồng lúa thành làm vườn giúp tăng thu nhập nhưng đồng thời đưa người nông dân vào một ma trận tính toán phân-thuốc-tiêu thụ hoàn toàn mới. Phát triển du lịch kéo theo làn sóng văn hóa ngoại lai dễ dàng giết chết văn hóa bản địa – vốn đang là động lực phát triển. Do vậy, trách nhiệm của người làm công tác phát triển là phải luôn biết tự nâng mình lên để ý thức rõ hơn về tác động của những việc mình đang làm, bao gồm cả nguy cơ là chính việc làm đó có thể đe dọa chính sự tồn tại của bản thân, cả trong môi trường công tác lẫn cuộc sống riêng và tương lai sau này.

Như vậy, tôi luôn hình dung mình như một cái cây, cần làm gì để có thể sống được trong môi trường, rồi từ đó tác động vào môi trường xung quanh, để tạo ra sự phát triển cho nó. Hai điều tâm niệm này tưởng chừng đơn giản, nhưng hóa giải vô cùng tinh vi, giúp tôi nhanh chóng xác định được hướng đi khi lạc lối, và dễ dàng nhận ra sự thay đổi của môi trường đòi hỏi bản thân phải xử lý nhanh. Một ví dụ đơn giản như khi về một trường đại học giảng dạy, toàn tâm toàn sức vì sự phát triển của sinh viên và bộ môn, nhưng sự tồn tại của bản thân không phải là điều mong đợi của cơ cấu nhân sự mới, thì toàn bộ dự án cần phải được tính toán lại, mà rút lui có thể là giải pháp tối ưu. Hay như khi về một địa phương khác, các cuộc tiếp xúc tiền trạm giúp bản thân nhanh chóng giảm liều lượng ảnh hưởng, giảm xóc cho nội dung cần truyền đạt trong buổi nói chuyện chính thức và các buổi gặp sau này. Nếu không thể duy trì được sự hiện diện của mình trong cộng đồng cần phát triển, thì chính bản thân cán bộ phát triển đã thất bại từ bước đầu tiên. Nếu truyền đạt lượng kiến thức, dù đúng là cần để phát triển, nhưng lại không để lại được gì trong suy nghĩ của người nghe, hay thậm chí tạo ra hiệu ứng phụ tiêu cực, thì tất cả mọi công sức đã chuẩn bị đều là uổng phí.

Do đó, mức độ ảnh hưởng chính là thước đo để đánh giá hiệu quả trong công tác phát triển. Xét bằng bài toán kinh tế, thì công tác phát triển hiệu quả nhất là khi lượng công sức (vốn tài chính, hàm lượng văn hóa, nỗ lực xã hội v.v.) bỏ ra là ít nhất mà sự thay đổi theo sau đó là cao nhất. Hay như, với một mục tiêu thay đổi thì chọn lựa tốt nhất là loại hình tác động nào rẻ tiền nhất và ít tác dụng phụ tiêu cực nhất. Hoặc ngược lại, với chính những hoạt động mang tính ảnh hưởng hiện có, ta có thể chọn tác động vào vấn đề nào để hiệu suất sẽ là cao nhất. Ví dụ như, cùng với việc dạy con, tôi có thể kết hợp nghiên cứu giáo dục và chia sẻ trên mạng, rồi viết sách, để tạo ra thêm giá trị ảnh hưởng từ cùng một công việc mình đang làm đối với xã hội, tức là cộng đồng mạng mình đang nối kết, và độc giả mua sách đọc báo. Khi triết lý phát triển được gói gọn lại thành thông điệp, như bản mã ADN của cây trái được nén vào hạt giống, thì tác động của nó đối với xã hội sẽ là tối ưu, như chính phương pháp mà thiên nhiên đã chọn lọc để tồn tại và phát triển.

Mỗi bản thân chúng ta là một hạt giống văn hóa – xã hội mà qua kết nối của mình trong môi trường tiếng Việt sẽ tồn tại và tạo ra ảnh hưởng. Hạt giống các loại cây gốc cỏ như bắp hay bắp cải chỉ cần tung ra gặp nước là nảy mầm ngay, rồi lan truyền nhanh chóng, nhưng lại dễ chết khi thiếu nước hay môi trường cạnh tranh khắc nghiệt. Hạt giống cây to sau này cho ra hoa thơm trái lạ, thu hoạch gần như cả đời, nhưng phải ươm cả tháng mới thấy nhú mầm, mà trong suốt thời gian đó thiếu nước hay thiếu đất thì sự phát triển của bộ rễ – không nhìn thấy được từ trên mặt đất – là chết mất. Có giống tre Trung Quốc nổi tiếng vươn cao hàng chục cen-ti-mét một đêm, nhưng trước đó phải mất vài năm chăm sóc bộ rễ nằm im trong lòng đất. Cuộc sống của mỗi con người chúng ta đã được môi trường

lịch sử định hình bộ mã riêng, cần phân tích để coi tồn tại và ảnh hưởng trong cộng đồng nào mới tạo ra được sự phát triển hiệu quả nhất.

Tóm lại, mô hình phát triển, theo cách nhìn của tôi, bắt đầu từ tư duy và hoạt động của cá nhân tôi tác động vào môi trường. Tác động đó có thể gián tiếp qua việc tiếp nhận của môi trường từ hành vi và phát biểu của tôi, hoặc trực tiếp qua những gì tôi cố ý muốn thể hiện và chuyển tải vào đối tượng mình muốn thay đổi. Đơn vị để theo dõi, đo lường hay phân tích là đơn vị thông điệp được truyền đi và hiệu quả của sự thay đổi coi như là do thông điệp đó trực tiếp hay gián tiếp góp phần tạo ra.

Bản đồ tư duy

Bản đồ là phương pháp để con người tóm tắt không gian sống chung quanh ta vào một trật tự qui ước mà chúng ta đang sử dụng để định vị và di chuyển. Bản đồ là thứ rất thường gặp cả khi cần khám phá một khu vực mới – như điểm du lịch, lần khi muốn quản lý một địa bàn đã quá quen thuộc – như ủy ban xã. Bản đồ giúp hệ thống hóa thông tin có được từ đối tượng, mà cũng chính là phương tiện để chuyển giao kiến thức đó cho người khác. Ứng dụng lập bản đồ tư duy trên máy tính bảng (mind map app) là phần mềm rất thường được sử dụng trong giới nhân viên văn phòng và sinh viên cả khi cần làm việc nhóm (team work) lẫn tư duy độc lập.

Ngôn ngữ bản đồ trở thành từ khóa để định hướng trong cuộc sống, như “mất phương hướng”, “sai/lạc đường”, “đường vòng” v.v. Đặc biệt như là “người cầm lái vĩ đại” dùng để chỉ người lãnh đạo biết xem bản đồ để đưa con tàu quốc gia đi đúng hướng trên đại dương thế giới. Cách biểu đạt bóng bẩy này (metaphor) cũng đặt ra thêm nhiều câu hỏi nối tiếp, ví dụ như người cầm lái đó dù rằng đang cầm trên tay một tấm bản đồ hiện đại, nhưng có biết đọc nó không? Hay như là, trong cỗ máy hành chính, hệ thống truyền lực giữa các bộ phận được bảo đảm bằng các phiên họp phổ biến nghị quyết và chính sách, thì tất cả các nút có đang cùng hiểu đúng và sử dụng chính xác cùng một tấm bản đồ tư duy hay không?

Đối với một cá nhân khi tư duy, thì bản đồ cũng chính là chiến lược phát triển không gian xung quanh của cá nhân đó. Ví dụ, vẽ bản đồ (sơ đồ) căn phòng giúp ta sắp xếp lại đồ đạc trong phòng, mua thêm hay bỏ bớt để cuộc sống được thoải mái hơn hay công việc được thuận tiện hơn. Đó chính là bước đầu tiên của phát triển. Hành động vẽ bản đồ một cách thụ động lại kích hoạt tư duy chủ động về phát triển, cũng giống như hoạt động tự nhận thức về bản thân và môi trường sẽ khiến ta thay đổi chính bản thân và tiếp theo là môi trường sống xung quanh, bán kính tùy thuộc vào tầm bao quát của tấm bản đồ tư duy đó.

Như vậy, gieo một tấm bản đồ tư duy có thể tạo ra phát triển trên địa bàn. Những gì khái quát nhất và đơn giản nhất cần gói ghém vào một thông điệp – một bài viết, một buổi nói chuyện, một đoạn video, một sơ đồ, hay thậm chí chỉ một nút nhấn kèm hình ảnh trên facebook – để dễ được nắm bắt và truyền đạt lại, tạo hiệu quả lan tỏa cao và độ nén thông tin để tự mở ra sau này. Hàm lượng bản đồ tư duy trong hạt giống phát triển, do vậy, là một tham số quan trọng khi chuẩn bị tiếp xúc với địa phương. Lượng kiến thức để phát triển luôn có sẵn, nhưng rất nhiều, mà đặc biệt là không dễ được nhận biết trong môi trường mới, cũng như hạt giống không nảy mầm trong mọi điều kiện.

Đây chính là quan niệm về truyền thông phát triển – DevComm, Development Communication, C4D, Communication for Development mà nhiều tổ chức của Liên hiệp quốc sử dụng để thực hiện Mục tiêu thiên niên kỷ lần hai, hay như mũi nhọn cho Philippines thoát nghèo bền vững trong vài chục năm qua. Ngành truyền thông ở nước này bắt đầu từ các chương trình khuyến nông trong chương trình đào tạo của đại học nông lâm ở Los Banos, mà sau lan rộng sang âm nhạc hay công nghệ giải

trí. Trong buổi tiếp xúc tại đại học quốc gia Manila, cô trưởng khoa truyền thông chia sẻ rằng ở nước của cô, khi nói đến Truyền thông thì người ta mặc nhiên hiểu đó là Truyền thông phát triển, tức là truyền thông nhằm mục tiêu phát triển. Tư duy này rõ ràng là hoàn toàn khác với quan niệm về thông tin là tuyên truyền như đang phổ biến hiện nay ở Việt Nam. Quý vị quan tâm hơn về nội dung này có thể tìm đọc quyển sách của tôi về Truyền thông phát triển trong Nền kinh tế nổi kết (NXB Chính trị – Quốc gia – Sự thật 2017).

Nếu để ví dụ một cách đơn giản, thì cùng với một mục tiêu xóa nghèo bền vững, thì bộ máy tuyên truyền của Việt Nam sẽ chi hết mức để cổ động và tuyên truyền khẩu hiệu chống nghèo đói, hay khuyến khích làm giàu. Trong khi đó, với tư duy truyền thông phát triển, thì người ta sẽ nghiên cứu liên ngành để biến mục tiêu này thành những tài liệu cụ thể, ví dụ như giới thiệu giống lúa chống hạn và kháng mặn, hay chi tiền cho cán bộ khuyến nông đem kỹ thuật nuôi trùn/giun quế đi nhân rộng các nơi. Bài viết này cũng như vậy, có thể coi là một phác thảo tư duy về con đường phát triển bền vững, đi từ thực nghiệm đến lý thuyết (grounded theory).

Bài viết này sử dụng khá nhiều hiện tượng trong ngành sinh vật học để diễn giải các vấn đề xã hội, có thể coi là thủ thuật dùng hình tượng – metaphor. Nhiều công trình nghiên cứu xã hội học thời ban đầu sử dụng qui luật sinh vật học để soi sáng xã hội loài người, ví dụ như thuyết cạnh tranh sinh tồn của Darwin. Thực sự thì có khá nhiều điểm tương đồng giữa sự vận hành của thiên nhiên và xã hội con người, được khảo sát khá kỹ trong ngành sinh – xã hội học. Bio-sociology coi con người là một loài động vật bầy đàn, tổ chức thành xã hội để sinh tồn – social animals, như đàn sói, sư tử, hay thậm chí bầy cừu. Một nhánh khác của ngành sinh – xã hội học quan tâm đến cơ chế truyền tin – communication và tác động của nó cả bên trong bầy đàn lẫn ra bên ngoài. Đây cũng là cách diễn giải được sử dụng trong bài viết này, xét kỹ con đường tác động của các mối quan hệ vào sự phát triển của cộng đồng.

Theo cách nhìn đó, thì thế giới tự nhiên có thể coi như là một hệ thống động lực học – dynamics system khổng lồ, mà một cơn rơm được bỏ lại trên ruộng lúa có thể tạo ra cả một cuộc cách mạng, như giải trình của Masanobu Fukuoka, hay giết chim sẻ những tưởng là bớt ăn lúa nhưng lại khiến mất mùa, như từng bị trong cuộc cách mạng nông nghiệp của Mao Trạch Đông. Thiên nhiên luôn tồn tại ở điểm cân bằng động – equilibrium, mà phát triển chính là kết quả của một sự mất cân bằng nào đó khiến cả hệ thống dịch chuyển sang một điểm cân bằng mới. Người ta có thể nhìn từ bên ngoài vào hệ thống như một hộp đen, để thấy nó thay đổi rất chậm – inertia, hay đột biến quá nhanh rồi bật ngược trở lại và dao động liên tục – oscillation. Khi tác động vào đúng một mạch khuếch đại – amplifier thì một tín hiệu rất nhỏ có thể tạo ra một sự thay đổi vô cùng lớn, đặc biệt là nếu tín hiệu đó lại tiếp tục được đưa trở lại vào đúng đầu vào đó – loop feedback. Tuy nhiên, mặc dù cách nhìn này cho phép mô phỏng – simulation xã hội bằng các loại thuật toán, sự tương đồng – analogy có thể cũng chỉ là một hình tượng – metaphor mà thôi.

Do vậy, tôi sử dụng những mô hình lý thuyết theo cách giống như Robert Pilat mô tả về tư duy của con người, là một thế giới vô hình, mà chúng ta có thể tìm cách bước vào đầu tiên bằng việc đặt ra những hệ thống hữu hình nào đó để minh giải những gì đã hiện hình, rồi dần hóa giải những điều ẩn hình, và thăng hoa để đi tiếp phép thử, cho đến khi xuất hiện điều sai khiến phải xét lại toàn bộ khung lý thuyết. Phần tiếp theo sẽ trình bày chi tiết tư duy này qua những ca tiếp xúc cụ thể.

Bắt đầu từ giáo dục

Chuyên gia truyền thông Greg Dyke từng đúc kết rằng bí quyết cho một chương trình truyền hình thành công là bao gồm đủ 3 nội dung: thông tin, giải trí, và giáo dục, với tỉ lệ tùy thuộc vào nhu cầu

của khán giả. Theo cách hiểu của tôi, thì nếu giải trí tạo ra sự hứng thú muốn theo dõi, thông tin giúp khán giả ý thức được vị trí của mình trong môi trường và xã hội, thì giáo dục chính là điều khiến cho họ thay đổi. Ngay cả một bộ phim truyền hình nhiều tập, tưởng rằng chỉ đơn thuần là giải trí, nhưng vẫn phải có một lượng thông tin nào đó – ví dụ như về cuộc sống ở Hồng Kông, Hàn Quốc (phim tâm lý xã hội), hay chút ít kiến thức lịch sử (phim cổ trang), ẩm thực, y khoa v.v. khiến người xem quan tâm hơn, và triết lý sống được gói gọn trong kịch bản luôn đậm chất giáo dục. Chương trình khoa học thì đặt nặng giáo dục, nhưng để xây dựng thành phim truyền hình như giáo trình của Open University ở Anh, thì cũng không thể nào thiếu được nội dung giải trí – ở một mức độ nào đó, cho học viên, cũng giống như sự thể hiện – perform của giảng viên vậy.

Tôi đã dành khá nhiều thời gian cho giáo dục bậc cao, bắt đầu từ việc phổ cập kiến thức, dịch bài viết khoa học, tóm tắt sách, giới thiệu học giả, và dẫn luận văn cho sinh viên cao học. Bài học rút ra được rằng đây là một việc hao tổn rất nhiều công sức, và thực sự thì hiệu quả trong việc lan tỏa không cao. Nguyên nhân có lẽ nằm ở sự trông đợi của học viên, không thực sự là kiến thức, mà có khi chỉ đơn giản là một suất học bổng đi nước ngoài. Tương tự vậy, việc viết sách để nội địa hóa kiến thức cũng không tìm được người đọc. Tất nhiên, kết quả đó không nằm ngoài dự kiến, và công việc vẫn cần được thực hiện để có cơ hội trực tiếp tiếp xúc với mặt bằng tri thức Việt Nam, và hệ thống hóa vốn kiến thức cần chuyển tải. Trái ngọt có được từ các hoạt động này là quyển sách về giáo dục trí tuệ cảm xúc do NXB Trẻ đặt hàng, tái bản ngay sau vài tháng phát hành, dù không được ồn ào quảng cáo hay giới thiệu, nhắm tới lượng đọc giả phổ thông.

Điều này phù hợp với một kết quả khảo sát với trên dưới 100 sinh viên khoa Truyền thông ở Đại học Văn hóa tp.HCM, chỉ có khoảng 10% có đọc sách, và đáng buồn hơn nữa là chỉ vài em trong số đó đọc sách không phải hư cấu – non fiction, và không em nào đọc sách khoa học hay chuyên ngành. Nội dung giáo dục cả ở bậc đại học lẫn phổ thông không hề trang bị cho các em kỹ năng đọc sách, ngay cả những điều đơn giản như skimming vs scanning, hay sử dụng mục lục và index. Hiện trạng này đáng buồn, nhưng nhắc nhở bản thân tôi cần đơn giản hóa kiến thức hơn nữa khi muốn truyền đạt qua bài viết, song song với việc tham gia các nhóm khuyến đọc như chương trình thư viện nông thôn của Trần Quang Thạch. Mặc dù giáo dục truyền miệng là hiệu quả ở Việt Nam, không thể nào thiếu được văn bản trong truyền đạt kiến thức.

Tiếp xúc với một số trường tư và ngay cả trường “quốc tế” ở Sài Gòn càng khiến tôi thêm thất vọng, khi nghĩ rằng có thể sửa chữa khiếm khuyết cho sinh viên bằng cách đầu tư công sức vào giáo dục phổ thông. Khâu mạnh nhất của các trường luôn là phòng sale và PR, hơn là một chương trình giáo dục nào đó, và hoàn toàn thiếu vắng nội dung kết nối hay chưa kể là giáo dục cộng đồng địa phương. Tuy nhiên, các tiếp xúc ban đầu với sở giáo dục Đồng Tháp và một số trường ở đây cho ra nhiều tín hiệu đáng hi vọng. Từ một buổi nói chuyện trên truyền hình về việc dạy trẻ em nông thôn về nông nghiệp, và giới thiệu sách đến với các cán bộ ngành giáo dục ở huyện, hiện bắt đầu có trường đưa nội dung trồng cây vào chương trình ngoại khóa, tạo điều kiện để các nơi quan sát.

Sở giáo dục Đồng Tháp có lẽ là một số ít các đơn vị, nhờ ảnh hưởng tích cực của ngành ngang – ủy ban tỉnh và tỉnh ủy, mà chưa sa vào các vấn đề tiêu cực như đa phần các cơ quan chịu ảnh hưởng của ngành dọc là bộ giáo dục và đào tạo, quan liêu cứng nhắc trong nội dung giáo dục, qui trình mở mã ngành cho ngành học mới. Tuy nhiên, ngay cả các cơ sở đào tạo tư nhân cũng bị điểm yếu về khoa học, do chủ yếu được nâng cấp từ bậc cao đẳng lên, và việc giảng dạy hầu như hoàn toàn thiếu nền tảng từ nghiên cứu hay kể cả chuyển giao kiến thức từ giảng viên đi học nước ngoài về. Mặc dù không hoàn toàn từ bỏ ước mơ đóng góp công sức cho bậc đại học và cao học ở Việt Nam, nhưng tôi ý thức rất rõ về những trở ngại quá lớn trong khu vực này.

Như đã phân tích, bản thân mỗi thông điệp truyền thông luôn hàm chứa một lượng nội dung giáo dục với tầm ảnh hưởng nhất định. “Học thầy không tày học bạn”, hay “gần mực thì đen, gần đèn thì sáng” là những quan sát dân gian về ảnh hưởng mang tính giáo dục từ một cá nhân sang một cá nhân khác. Chỉ qua tiếp xúc là một người bình thường có thể ảnh hưởng rất nhiều tới môi trường xung quanh mình. Ví dụ như Việt kiều đa số về nước trong kỳ nghỉ, cho nên hoạt động chủ yếu là vui chơi và tiêu tiền, tạo ra một phong cách sống cho người xung quanh cũng chỉ muốn ăn chơi tiêu xài, hơn là học hỏi được gì trong việc đi làm kiếm tiền. Một cách vô tình và gián tiếp, người Việt từ nước ngoài về nước đã tạo ra hiệu ứng tiêu cực trong việc phát triển cộng đồng từ hành vi của mình. Nếu ngược lại, chúng ta cố gắng tránh dùng bao nhựa hay ống hút nhựa, nhắc nhở bạn bè không xả rác, và ăn tiêu phù hợp với mức sống của những người xung quanh, thì có thể tạo ra ảnh hưởng tích cực từ sự hiện diện của bản thân mình.

Những người tôi từng tiếp xúc ở Việt Nam thường ngạc nhiên khi thấy tôi đi xe máy đến gặp họ, và thậm chí không phải là xe tay ga. Khi có việc đi đâu đó nếu ta dùng xe ôm và dành số tiền chênh lệch so với taxi vào việc khác thì đã có được một số vốn kha khá để đầu tư vào việc phát triển hay xóa đói giảm nghèo ở đâu đó. Khi tôi đi bộ hai ngày từ Sài Gòn về Tiền Giang, chỉ giống như dạo phố – trekking du lịch bụi đầu đó, thì hiệu ứng truyền thông tạo ra đối với sinh viên và cộng đồng về thông điệp Sách hóa nông thôn là rất lớn. Truyền thông không nhất thiết cứ phải là viết báo, in sách, hay lên truyền hình vận động cho một điều gì đó, mà chỉ đơn giản là những tín hiệu mà mỗi bản thân chúng ta phát ra hàng ngày: nghe – lời nói, và nhìn – ăn mặc, cử chỉ (audio-visual).

Những gì mà chúng ta nói và hành động là thể hiện bên ngoài của tri thức mà chúng ta có được – gọi là vốn văn hóa: cultural capital. Vốn văn hóa này do chúng ta tự tích lũy dần đây qua nghiên cứu và trải nghiệm, hay được gia đình đầu tư cho học trước đó từ trường lớp, và trước đó nữa là văn hóa bản địa qua nhiều ngã khác nhau. Mỗi cá nhân chúng ta lại có một mạng quan hệ với xã hội – chính là vốn xã hội: social capital, mà qua đó tác động vào môi trường. Khi biết chọn lựa nội dung giáo dục mà mình muốn thể hiện hay truyền đạt, thì chúng ta đã giáo dục cộng đồng xung quanh mình, kể cả là cộng đồng các mối quan hệ trên mạng facebook. Ví dụ như một thông điệp về môi trường, chỉ cần mỗi ngày ta đều chụp ảnh một việc gì đó của bản thân về tái chế, hay tác hại của nhựa đối với môi trường sống, thì những ai theo dõi facebook của chúng ta đều nhận được thông điệp đó một cách thụ động, chứ không cần chủ động phải vào xem. Cùng một bình luận, nhưng dòng trạng thái trên facebook của Viet-Studies lan tỏa nhanh hơn nhiều so với trang mạng. Đó chính là đặc điểm quan trọng của xã hội/nền kinh tế nối kết (connected/connecting economy/society) hiện nay.

Tuy nhiên, mạng xã hội không phải là hệ thống truyền thông đại chúng, mà chỉ là loại hình truyền thông cá nhân, dù có sức lan tỏa nhanh và rộng hơn bình thường, và vượt khỏi không gian cùng thời gian nếu so với giao tiếp cá nhân trong đời thực. Tác động của nó cũng là ở mức cơ sở – grass root, hơn là kiểu tác động từ trên xuống như vốn thường gặp trong hoạt động phát triển: cán bộ liên hiệp quốc hay đại sứ quán gặp lãnh đạo rồi qua đó tác động xuống cấp cơ sở. Hoạt động giáo dục ở đây mang tính cá nhân và tùy hoàn cảnh mà lan tỏa và tạo ra hiệu ứng, chứ không phải như cách hiểu giáo dục đại chúng.

Như vậy, nhìn từ góc độ một người muốn cải tạo môi trường xung quanh, tức là muốn phát triển cộng đồng, thì mỗi chúng ta phải tự đánh giá số vốn xã hội mình đang có, và lượng vốn văn hóa mình muốn chuyển tải. Giống như một cái cây, để có thể tồn tại trong môi trường cần tác động, người làm công tác phát triển cần phải sâu rễ, mà nói theo cách hình tượng, thì cũng phải giống như cán bộ cải tạo bắt rễ trong thời kỳ cải cách ruộng đất. Mỗi một mối quan hệ có liên quan, trong đời thực hay qua mạng, sẽ là một kênh truyền thông để chuyển tải thông điệp mình muốn. Và ngược lại, các mối quan hệ đó cũng là kênh thông tin để nắm bắt sự thay đổi của môi trường. Như bản thân tôi, muốn giúp một số đơn vị văn hóa ở Bắc Ninh phát triển, thì cần phải liên tục theo dõi hoạt động của họ, ít

nhất là qua mạng, hay muốn lên kế hoạch phát triển Đồng Tháp, bất kể là ngành nghề nào, thì đầu tiên phải theo dõi các kênh truyền hình, báo mạng, và cổng thông tin của tỉnh từ trước khi tiếp xúc với các đối tác ở đó.

Mạng xã hội

Các chuyên gia như Robert Putnam đưa ra khái niệm vốn xã hội – social capital để theo dõi sự thay đổi của xã hội, mà đơn vị của nó là các mối quan hệ. Mối quan hệ giữa một cá nhân người Việt ở nước ngoài với những người Việt ở trong nước chính là hệ thống vốn xã hội để tạo ra thay đổi, tức là phát triển theo cách hiểu “văn minh hóa” hay “phương Tây hóa”. Trước khi đặt hi vọng vào việc các mối quan hệ đó có thể đem khoa học kỹ thuật, know how, hay định chế xã hội mới vào Việt Nam, cần phải đánh giá xem liệu các mối quan hệ đó có sẵn điều kiện để chuyển tải chúng hay không.

Không phải người Việt Nam nào cũng xem Việt kiều là đối tượng để học hỏi, để qua đó nâng bản thân mình lên và phát triển. Nhiều người Việt Nam coi Việt kiều trước hết là nguồn tiền viện trợ không hoàn lại, vô điều kiện, và vô tận. Có những người thậm chí coi đó là đối tượng để lừa đảo, hay ít nhất là dùng đủ mọi cách có được để moi móc hết tiền, kể cả với lý do thoát nghe có vẻ chính đáng như là còn hơn để họ tiêu xài phung phí vào nơi khác. Như vậy, ngay từ đầu, mối quan hệ này có thể đã là vô ích cho việc chuyển tải những điều mà người khách Việt kiều đó muốn đưa ra.

Với các mối quan hệ mới xác lập trên mạng Internet, thì có nhiều người kết bạn trên facebook để thể hiện sự quen biết, hay tìm tình yêu và giải trí, hơn là thực sự muốn học hỏi. Facebook khuyến khích thể hiện bản thân hơn là tìm kiếm như chức năng của Google. Các diễn đàn – forum thường qui tụ đám đông có quan tâm về cùng một chủ đề, nhưng nay không còn được chú ý đến cho lắm. Các cuộc gặp mặt tại địa phương có thể tạo ra sự hứng khởi trong vài giờ đồng hồ, nhưng câu hỏi đặt ra là những người ở lại có còn nhớ gì đến nội dung đã trao đổi, hay thậm chí có thực hiện dù chỉ một chút ít những gì mình đã tự nguyện cam kết rất mạnh mẽ hay không. Xã hội Việt Nam đã thay đổi rất nhiều trong một thập niên vừa qua, mà mối liên hệ giữa lời nói và suy nghĩ ngày càng lỏng lẻo, hoàn toàn khác xa văn hóa hợp đồng miệng ở phương Tây.

Giới chuyên gia nhận định, vốn xã hội không chỉ đơn giản là mối quan hệ, mà là lòng tin – trust, credit được thiết lập thông qua mối quan hệ đó. Với người nông dân sống trong không gian thiên nhiên cây cỏ, thì mức độ tin cậy thường tỷ lệ thuận với số lần và quãng thời gian gặp mặt. Một hạt mít cần vài tháng để nảy mầm thành cây con, cả năm mới lên được chừng 10cm, vài năm sau mới biết có ra hoa kết trái hay không, thì độ tin cậy cho một mối quan hệ cũng cần ít nhất là một mùa lúa để chăm bón. Sau khi rời đi, mối quan hệ hầu như không còn khả năng duy trì bằng email hay tương tác trên facebook. Việt kiều có thể đem một cây quý về tặng cho người nông dân, nhưng ngay sau buổi lễ trồng cây rầm rộ đầy hứa hẹn, có ai chịu khó xách một thùng nước ra tưới nó hay không? Có lẽ đó là lý do tại sao các vị lãnh đạo cấp cao thường đem cây đã to lớn sẵn về trồng lưu niệm, hơn là giao uy tín của mình vào một cây nhỏ đang cần chăm sóc đặc biệt để phát triển.

Người nông dân có thể cũng đã mệt mỏi với những phong trào tuyên truyền vô ích, từ chủ trương sai của chính quyền về giống và cây trồng, tới quảng cáo thương mại về phân bón và thuốc bảo vệ thực vật, cho nên chỉ nhìn chuyên gia Việt kiều như một vị khách du lịch xa lạ mà thôi, vì chính họ mới là người sau đó sống tiếp trên mảnh đất này, phải tiếp tục cuộc chiến sinh tồn cùng tự nhiên và các biến đổi của xã hội, chịu hậu quả về những quyết định sai lầm của mình. Họ cũng có thể trông mong vào vị khách đó ở những điều hoàn toàn khác với ý định của người đó, mà sớm nắm bắt được nhu cầu này mới là chìa khóa để đặt móng cho cây cầu quan hệ và xây dựng lòng tin. Một món quà ý

nghĩa như hạt giống, hay phương tiện giáo dục, có thể giúp duy trì thông điệp mà chúng ta muốn chuyển tải.

Ví dụ cụ thể như một lần tôi được đưa đi thăm một khu vực trồng xoài, mà trong vườn đã có sẵn những cây to cao gần bằng ghi nhận sự có mặt hay quà tặng của các lãnh đạo cao cấp trong chính phủ. Nhìn từ góc độ môi trường, thì khu vườn xanh mướt đó hoàn toàn thiếu vắng các loại cây và con khác, tạo cảm giác chết như trong các khu rừng công nghiệp trồng cao su hay cọ dừa. Giải pháp mà tôi thử đưa ra vào cuối buổi gặp là tặng một số tiền nhỏ để những người nông dân có thể mua một thùng ong mật về nuôi chơi cho vui. Trước mặt các lãnh đạo tỉnh và huyện, người nông dân mau chóng hứa hẹn sẽ mua ngay về thử. Một tuần lễ sau, khi bắt chợt ghé lại, thì tôi mới được nghe rõ ràng lý do tại sao họ vẫn chần chừ, vì lượng thuốc bảo vệ thực vật đang sử dụng là quá cao. Cân bằng môi trường không phải là điều dễ dàng thực hiện đối với người nông dân, kể cả khi có người sẵn sàng viện trợ giải pháp. Tương tự vậy, có thể dễ dàng mua tặng một tủ sách, nhưng việc duy trì văn hóa đọc cho trẻ con trong vùng, tưởng như là không có trở ngại gì, lại không phải là điều dễ dàng thực hiện. Nếu mối quan hệ, hay giải pháp phát triển, không cắm rễ được vào xã hội, thì cũng chỉ giống như một cái cây quý đem về trồng mà thiếu nước để sống tiếp.

Ngay từ những bước đầu tiên, mối quan hệ đã phải được xác lập vị trí là như một người khách lạ từ bên ngoài muốn địa phương phải thay đổi theo các tiêu chí có sẵn, hay như là một thành viên của cộng đồng, giúp người nông dân tìm hướng thoát nghèo bền vững. Yếu tố trong-ngoài này không chỉ đơn giản là vấn đề tình cảm trong mối quan hệ, mà thực sự định hướng cho các bước đi tiếp theo trên con đường phát triển cộng đồng. Khi Việt kiều không còn là con bò già để vắt sữa cho cạn kiệt thì cũng là lúc mối quan hệ với anh/chị ta trở thành cơ hội để thay đổi bản thân trong thế giới địa phương toàn cầu. Khi đó, nguồn lợi từ Việt kiều không chỉ đơn giản là vốn tài chính, mà còn là số vốn xã hội – mối quan hệ ra bên ngoài, và vốn văn hóa – tri thức, mà họ đang có. Thay vì chờ cho đến khi người dân địa phương hiểu ra điều này, người làm công tác phát triển có thể chủ động “giáo dục” để họ nhận thức ra ngay từ buổi gặp gỡ đầu tiên, rồi thấm dần qua món quà để lại.

Văn hóa Nhật Bản đạt đến đỉnh cao của việc tặng quà, như là một hiện vật để duy trì mối quan hệ. Một hạt giống cây mới để lại cho người dân chính là một nửa để nếu họ góp công chăm sóc thành nửa còn lại thì sẽ trở thành món quà hoàn chỉnh để thoát nghèo. Các chương trình tặng bò sữa hay phương tiện sản xuất mới chỉ chú trọng đến việc phát triển, mà chưa tính sâu về chuyện xâu rế cho mối quan hệ. Tặng hạt một giống rau mới trong một buổi vẽ tranh và học tiếng Anh cùng trẻ con bằng cách xem video hướng dẫn canh tác trên youtube sẽ là một món quà hoàn hảo hơn trong công tác phát triển cộng đồng. Một chương trình nghiên cứu của Liên hiệp quốc tại Việt Nam giới thiệu giải pháp trồng hoa thiên địch bao quanh ruộng lúa để kháng sâu rầy. Thông điệp giáo dục có thể gói gọn trong gói hạt giống, mà nhờ công chăm sóc của các em bé, sẽ trở thành những bụi hoa đẹp hai bên đường nông thôn mới, lôi kéo ong bướm quay trở lại những khu vườn công nghiệp đang “chết”, kèm theo là chim chóc và các loài côn trùng diệt sâu bọ, giúp người nông dân giảm chi phí thuốc bảo vệ thực vật, tăng dần lượng vi sinh cải tạo đất sau nhiều năm bón phân vô cơ.

Điểm yếu của những hoạt động kiểu như vậy là khó đánh giá được hiệu quả, vì quá nhỏ lẻ và đa dạng. Tuy nhiên, để phát triển từ cấp cơ sở, thì ít nhất trên lý thuyết đây là những việc cần làm, và ai cũng có thể làm được. Không cần đến Việt kiều từ nước ngoài về, mà ngay cả một người Việt sau chuyến du lịch cũng có thể đem một giống cây về quê trồng, như công sức của Petrus Trương Vĩnh Ký khi xưa với những loài cây trái mới cho Đồng bằng sông Cửu Long: măng cụt, sầu riêng, chôm chôm v.v. Một cư dân nơi đô thị cũng có thể thực hiện điều tương tự trong những chuyến về quê dịp Tết hay giỗ chạp. Đó cũng chính là cách để những hạt giống từ một nền văn hóa này được gieo vào trong một nền văn hóa khác, từ đơn giản như kiểu tóc và cách ăn mặc, cho đến phức tạp hơn như hệ

thống âm nhạc, kiến thức, và đặc biệt là triết học. Thay đổi minh triết, tức là triết học sống, cũng chính là định hướng mới để phát triển.

Từ vốn xã hội thành vốn tài chính

Văn miếu Bắc Ninh là một trong số những ví dụ đơn giản để theo dõi hiệu quả đầu tư của vốn xã hội. Khi tôi ghé thăm vào năm 2016 để cho đủ bộ các văn miếu quanh Hà Nội (Hải Dương và Hưng Yên) thì nơi này hoang vắng và thậm chí ngay cả nhiều người dân sống trong thành phố cũng không biết đến sự hiện diện của di tích này. Một số kiến thức cơ bản về mạng xã hội đã được chuyển giao cho cán bộ quản lý để biết cách tự mở trang trên facebook, đánh dấu tọa độ và bổ sung nội dung, hình ảnh cùng giờ mở cửa trên google map ... để kéo khách đến xem. Với từng người khách ban đầu, hướng dẫn viên chụp ảnh rồi tag địa điểm, hay check-in, tạo ra hiệu ứng quảng cáo miễn phí trong số lượng friends của khách. Tiếp theo đó là tổ chức sự kiện thường xuyên, như viết thư pháp hay mặc lễ phục để khán v.v. tạo ra giá trị văn hóa cho di tích. Hiện nay, việc các trường trong tỉnh đưa học sinh đến thăm văn miếu đã trở thành chuyện bình thường, và điểm du lịch này trở thành nơi cần đến cho các đoàn khách, đặc biệt là du khách nước ngoài.

Vòng quay của vốn văn hóa không chỉ tăng dần giá trị cho di tích, mà còn chính là cỗ máy để tạo ra thu nhập, tức là vốn tài chính, cho cán bộ quản lý di tích và cả ngân sách nhà nước. Mặc dù không bán vé thăm quan, nhưng số tiền bồi dưỡng và đóng góp của du khách đủ để giúp cán bộ tại chỗ có thể mua lễ phục và thiết bị âm thanh để tăng chất lượng cho các hoạt động nghi lễ, hay xây nhà vệ sinh công cộng và bảo tồn di tích. Tất nhiên, để bảo đảm tính bền vững cho quá trình phát triển của khu di tích, cán bộ quản lý cũng được khuyến khích dành một số buổi trong tuần về Hà Nội học thạc sĩ ngành văn hóa. Bản thân tôi mỗi khi về Hà Nội cũng dành một buổi sang Bắc Ninh nói chuyện chuyên đề cho các nhóm cán bộ văn hóa của tỉnh. Sau thành công của văn miếu, bảo tàng tỉnh cũng tiếp nhận cách nhìn mới về hoạt động văn hóa và sử dụng mạng xã hội để tạo ra vòng quay cho vốn văn hóa. Tuy nhiên, với một cỗ máy nhân sự lớn hơn và phức tạp hơn, sự thay đổi không được dễ dàng và nhanh chóng, dù rằng những biến chuyển ban đầu đủ để tạo đà cho bánh xe phát triển.

Mô hình này có thể tiếp tục được áp dụng cho những cơ sở văn hóa tương tự như thư viện và kể cả trường học. Những địa điểm này đều là các không gian công – public sphere (Jurgen Habermas), tức cũng chính là động cơ tạo ra đà phát triển. Ở Đồng Tháp, bí thư tỉnh ủy Lê Minh Hoan phát triển mô hình hội quán nông dân theo các ngành nghề, như một tổ chức dân chủ cấp cơ sở nhằm mục tiêu phát triển, mà về mặt lý luận Mác-xít thì có thể coi là bước đầu để tiến lên (evolution) thành hợp tác xã. Không gian công là nơi ý tưởng được tiếp thu, hình thành, và lan rộng, cũng giống như môi trường tự nhiên cho các hạt giống ý thức được sinh tồn. Điều kiện ban đầu chính là chất lượng của mạng lưới xã hội tạo thành không gian đó, và tiếp theo là số vốn văn hóa được đổ vào đó để sinh sôi nảy nở. Cũng giống như điều kiện đất đai và khả năng giống, ít quá hay nhiều quá đều không có ích cho sự phát triển của không gian này. Đây chính là công việc của người làm công tác phát triển, vừa nghiên cứu, vừa tác động để bảo đảm điều kiện tối ưu nhất cho cộng đồng.

Tại một ngôi chùa ở nước Anh, cộng đồng Phật tử đông đảo đến dự lễ tu tập, nhưng các em bé đi theo ngoài phần lễ dâng hoa và sân chơi rộng rãi để tha hồ chạy nhảy, lại thiếu sự hướng dẫn chuyên nghiệp để không uống phí khoảng thời gian chơi với các bạn đồng hương. Một lớp học với mức độ chơi và học phù hợp là vô cùng có lợi cho sự phát triển của các em về bản sắc dân tộc, tinh thần tập thể, tri thức Phật pháp, và đặc biệt nhất là các mối quan hệ, tức cũng chính là số vốn xã hội để vào đời sau này. Tức là, trong cùng một không gian văn hóa có thể tồn tại nhiều mối quan hệ xã hội khác nhau, mà giới chuyên gia về mạng xã hội dùng số lượng để đo mức độ giàu có về vốn xã hội trong

cộng đồng đó. Văn miếu ngoài giá trị hiển nhiên là không gian tâm linh còn là một vườn cây cỏ – landscape mà sự chăm sóc về hình dáng, màu sắc, và giống cây, cũng như sự có mặt của những người làm vườn đến giao lưu sẽ làm giàu thêm số vốn xã hội cũng như khả năng tác động vào cộng đồng. Thay đổi cảnh sắc chính là một trong số những phương pháp cơ bản nhất để khởi động sự phát triển, giống như dọn dẹp phòng cho ngăn nắp, thay mới nhà vệ sinh, hay sửa đổi cảnh quan ngoài vườn ảnh hưởng mạnh tới cuộc sống hàng ngày của chúng ta. Giống như trong câu chuyện tặng thùng ong cho chủ vườn xoài, sự có mặt, hay không thể tồn tại, của một chiếc thùng gỗ cùng vài ngàn con côn trùng trong khu vực sản xuất làm thay đổi toàn bộ suy nghĩ về phương pháp canh tác và mở đường cho hướng phát triển nông nghiệp sạch. Một buổi chơi mà học với trẻ em về nội dung côn trùng sẽ trang bị cho các em kiến thức về các loài sinh vật được xác định là có ích hay có hại cho loài cây trồng hiện có, sẽ tác động tích cực vào sản lượng cây trái khi thu hoạch.

Nhìn vào tốc độ tăng trưởng của Việt Nam, cứ trung bình mỗi năm có thêm 1 triệu dân, tức là thêm cỡ một tỉnh, và cứ mỗi tháng lại có một thành phố thị trấn mới hoặc nâng cấp, thì kiến tạo vốn xã hội và vốn văn hóa cho các không gian mới không chỉ đơn giản là để cho phát triển mà còn là nhu cầu cấp thiết để duy trì bản sắc và trật tự xã hội. Đã có một số nghiên cứu nước ngoài về vấn đề này (David Koh, Lisa Drummond, Mandy Thomas, Eric Harms) nhưng các nhà nghiên cứu người Việt, có lẽ vì đang sống trong chính không gian đang thay đổi đó, dường như chưa quan tâm thỏa đáng. Vấn đề này cũng được tôi trình bày chi tiết ở Phát triển đô thị trong Nền kinh tế nối kết, NXB Chính trị – Quốc gia – Sự thật 2018. Từ góc độ đạo đức, nhiều ý kiến cũng ghi nhận mức độ suy giảm của lòng tin trong xã hội. Lòng tin – trust cũng chính là tín dụng – credit, tức là thước đo để tính vốn xã hội, như phân tích của Robert Putnam. Khi lòng tin giảm sút cùng sự tan rã của các mối quan hệ truyền thống hay qui ước, thì cần phải kiến thiết lại các mối quan hệ mới để tái tạo lòng tin. Đó chính là điều kiện cần để phát triển. Ở Việt Nam hiện phổ biến câu châm ngôn đường phố rằng “thứ nhất quan hệ, thứ hai đồ đệ, và thứ ba là tiền tệ”, mà nếu diễn giải từ góc nhìn của phát triển cá nhân thì chính là tầm quan trọng của vốn xã hội. Các mối quan hệ mà kèm theo là định chế xã hội từ bên ngoài được đưa về Việt Nam, tức là kiều hối xã hội, chính là bước cơ bản đầu tiên cho phát triển.

Từ Vốn văn hóa đến Phát triển bền vững

Pierre Bourdieu giải trình rất chi tiết sự chuyển hóa giữa vốn văn hóa và vốn tài chính. Nhìn từ góc độ phát triển, mà đặc biệt là phát triển bền vững, thì nguồn dinh dưỡng chính là văn hóa, theo cách hiểu là các hệ thống kiến thức mà con người đã tích lũy được trong quá trình khổng chế tự nhiên và tồn tại giữa các quần thể người khác nhau trên thế giới. Mỗi con người là một hạt giống văn hóa chứa đựng những gì mình đã tích lũy được theo thời gian và không gian. Chia sẻ tri thức, triết lý sống, giải pháp kỹ thuật, kỹ năng, thông tin, hệ giá trị, khẩu vị, thói quen giải trí v.v. chính là những khoản vốn văn hóa mà chúng ta có thể đầu tư cho sự phát triển của cộng đồng.

Với nông dân Đồng Tháp, việc xóa nghèo bền vững trong thời gian qua đòi hỏi phải thay đổi tập quán canh tác, chuyển đổi cây trồng, làm quen với văn hóa kinh doanh để không bị tòn độn nông sản khi thu hoạch, hay nắm bắt văn hóa đô thị để khởi nghiệp bằng dịch vụ hay chế biến. Như vậy, nhu cầu cơ bản nhất là tấm bản đồ tư duy để giúp họ ý thức được về vị trí của mình trong xã hội hiện tại, và phương pháp tính toán để xoay chuyển phù hợp trong đó. Do vậy, tôi chuẩn bị trước một số bài giảng đơn giản để khi về Việt Nam sẽ dành thời gian cho các hội quán và trình bày các nội dung phù hợp với nhu cầu tại chỗ. Ví dụ như các kỹ năng cơ bản về quản trị kinh doanh, rút từ chương trình đào tạo MBA, để giúp người nông dân không còn thụ động trông cậy theo vụ mùa mà biết cân đối chi phí giá cả, lựa chọn không chỉ giống cây mà ngay cả phương pháp canh tác – từ trồng trên đất cho đến thủy canh và khí canh, và đặc biệt là ứng dụng máy móc và dây chuyền hóa để tăng năng

suất, chuyển vị trí của mình thành một ông chủ nhỏ chủ động trong kinh doanh trong lãnh vực nông nghiệp. Trồng lúa không nhất thiết cứ phải trông mong vào thu nhập từ bán gạo, mà chuột đồng và vịt hay thậm chí dịch vụ ăn uống và du lịch mới là nguồn thu cao hơn gấp nhiều lần, dù cũng đòi hỏi người nông dân phải được trang bị thêm nhiều kỹ năng mới. Hiệu ứng lan tỏa sẽ cao hơn nếu các chương trình giáo dục kiểu như vậy được đài truyền hình tỉnh thực hiện. Điều đó đòi hỏi quá trình thuyết phục lãnh đạo, xây dựng chủ trương, cho đến tái huấn luyện kỹ năng cho cán bộ chuyên môn, duy trì giám sát, và bao gồm cả công sức xây dựng các mối quan hệ mới trong khu vực tài trợ hay kinh doanh truyền thông, cũng như mạng lưới chuyên gia địa phương và toàn cầu để giúp tìm giải pháp tức thời cho các biến đổi môi trường, xã hội và kinh tế, chính trị.

Song song đó, việc đào tạo thể hệ kế cận cũng cần được thực hiện ngay, từ tầm nhìn ngắn hạn với sinh viên đại học và cao đẳng, tới tầm nhìn dài hạn hơn cho học sinh phổ thông, kể từ cấp một: ngoại ngữ, kiến thức nông nghiệp, kỹ năng mềm, trí tuệ cảm xúc và trí tuệ văn hóa. Hội quán, hoặc trường tiểu học cần trở thành thư viện cộng đồng, hay điểm gặp gỡ để mời du khách nước ngoài tham gia các hoạt động thiện nguyện mà mục tiêu ban đầu là nâng cấp ngoại ngữ, còn mục tiêu song hành là tăng vốn xã hội và văn hóa qua các mối quan hệ mới đó.

Minh triết phát triển

Chuyện trồng cây được dùng làm dụ ngôn trong nhiều hệ thống triết học và tôn giáo lớn. Chúa Giê-su dùng dụ ngôn hạt cải để nhắc nhở chúng ta về thân phận của mình, cũng như sự phát triển của một loài cỏ dại nhưng một ngày nọ bỗng chốc thành khu rừng cây lớn đầy chim muông – thiên đàng. Phật Thích Ca dùng hoa sen để nói tới trí tuệ, cũng như là sự phát triển của mỗi con người cần đi qua đủ mọi giai đoạn của sự sống. Với tôi, chăm sóc cho sự phát triển của một cộng đồng giống như một người làm vườn là cư dân đô thị, thỉnh thoảng mới có dịp đi về khu vườn của mình ở ngoại ô. Vượt qua bao chặng đường xa, máy bay, xe đò, xe ôm, dụng cụ làm vườn cùng cây giống và phân bón anh ta mang theo chỉ có giới hạn, cho nên phải tính toán sao cho đầy đủ nhất và gọn nhẹ nhất. Thời gian cũng là một yếu tố rất quan trọng, vì anh ta khó có thể có mặt được đúng vào thời điểm cần thiết trong vụ mùa, và phải canh tác hoa màu ruộng vườn theo lối trồng rừng. Tư duy đó đã được tôi vận dụng để tác động vào tiến trình phát triển trong các cộng đồng, và trình bày theo lối diễn giải ở trên.

Vấn đề quan trọng hơn đối với người làm công tác phát triển, tức là những ai muốn tác động vào một cộng đồng nào đó để kích thích bánh xe phát triển khởi động và vận hành đều, là những câu hỏi mang tính triết học hơn về khái niệm phát triển. Phát triển là gì? Cần phát triển mặt nào trước? Hay thậm chí, thực sự có cần phải phát triển hay không?

Tiếp nối dòng tư duy trồng cấy, sự phát triển của một cộng đồng có thể được coi như là chuyển đổi để có được kết quả tốt nhất, đặc biệt là trong bối cảnh môi trường đang thay đổi. Hướng thay đổi mạnh nhất hiện nay trên thế giới – phenomena là nền kinh tế nối kết, khi mà nguy cơ bị tiêu diệt do cạnh tranh sẽ ập đến với một địa phương nhỏ từ bất kỳ một nơi nào trên thế giới. Quả cà chua trồng thủy canh ở vùng sa mạc Israel có thể được nhập khẩu vào siêu thị ở Đồng Tháp và bán với giá rẻ hơn tại chỗ rất nhiều, tất nhiên là chất lượng cũng cao hơn. Trong khi đó, người nông dân thiếu hoàn toàn ý thức về việc đó trong bản đồ tư duy, thì giải pháp duy nhất là xuất khẩu lao động sang Israel để kiếm sống, kéo theo sự đổ gãy về xã hội, đứt gãy về văn hóa, và lâu dài là thoái vốn tài chính. Trong hoàn cảnh như vậy, thì phát triển đơn giản là tái định hướng để người nông dân Đồng Tháp có thể tồn tại được với chính nông sản của mình, trên chính mảnh đất của mình, và tích lũy được vốn tài chính, duy trì bản sắc văn hóa và bảo đảm ổn định an ninh xã hội.

Các định chế lớn như các tổ chức phi chính phủ, các nước cấp viện, các tổ chức quốc tế và Liên hiệp quốc, chính phủ Việt Nam, chính quyền địa phương, cá nhân và nhà tài trợ, cùng người Việt ở nước ngoài đều cùng xuất phát điểm giống nhau như vậy. Nhưng phương pháp hỗ trợ và đặc biệt là định hướng phát triển có khác nhau ở tầm mức vĩ mô hay vi mô, ở sự ưu tiên mục tiêu là kinh tế hay chính trị trước, ở nguồn tài chính đổ vào kỹ thuật hay công tác xã hội, ở mô hình thực hiện được nhập khẩu và cải tiến v.v. Tôi chỉ có câu trả lời tạm – working approach cho con đường mình đang theo đuổi, vì với mỗi cá nhân chúng ta sẽ là một câu trả lời khác nhau về sự phát triển. Xin mong đón nhận ý kiến chia sẻ và phản hồi của quý vị.