



Kinh tế quà tặng (gift economy)

Vừa rồi, tôi mới mua được một cuốn sách hay là *Muôn kiếp nhân sinh* (tập 3) của tác giả Nguyễn Phong. Vì đã đọc và say mê với 2 tập trước, nên tôi rất hào hứng và đọc một mạch cuốn sách mới. Quả nhiên là thú vị vì những câu chuyện tiền kiếp và các lý giải về luật nhân quả và luân hồi. Thông điệp chính của câu chuyện vẫn là những bài học của con người trong cuộc đời, tương lai của nhân loại khi nền văn minh quá chú trọng đến vật chất và công nghệ, mà thiếu sự dẫn dắt của tâm linh, đạo đức. Động lại sau các câu chuyện kể là tầm quan trọng của bài học về lòng yêu thương giữa con người với nhau trong cuộc sống. Gấp cuốn sách lại, tôi nhận thấy mỗi người khi đi qua cuộc đời này cần phải học phát triển lòng yêu thương, học cảm thông, chia sẻ với những cảnh đời bất hạnh, phải biết đóng góp sức mình để giúp người, giúp đời thì cuộc sống mới đẹp và có ý nghĩa. Tôi chợt nhớ đến cụm từ về nền “Kinh tế quà tặng” mà tác giả có nhắc đến ở chương gần cuối, và cảm thấy ý tưởng này rất hay để mọi người có thể phát triển lòng yêu thương, sự rộng lượng và giúp đỡ cộng đồng. Tôi nghĩ thuật ngữ này cũng khá mới với mọi người ở Việt Nam, nên cũng muốn chia sẻ thêm về khái niệm này. Biết đâu, bài viết sẽ tạo cảm hứng cho mọi người trong công tác từ thiện và thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế quà tặng ở Việt Nam.

Kinh tế quà tặng (Gift Economy) là một hình thức của kinh tế trong đó các hàng hóa và dịch vụ được trao đổi không thông qua việc mua bán hoặc trao đổi trực tiếp với nhau, mà thay vào đó là dựa trên việc tặng quà và nhận quà. Trong kinh tế quà tặng, các món quà được trao đổi không có giá trị thị trường xác định và không có sự đòi hỏi trả tiền hoặc trả đền bù. Thay vào đó, hành động tặng quà và nhận quà được xem như là một cách để tạo ra mối quan hệ xã hội và thể hiện sự tôn trọng và ủng hộ giữa các thành viên trong cộng đồng. Kinh tế quà tặng góp phần làm phát triển lòng yêu thương, trắc ẩn và sự chia sẻ tin cậy giữa người với người, những thứ đang rất thiếu trong xã hội quá coi trọng vật chất như hiện nay.

Trong cuốn sách trên, tác giả nhắc đến một chuỗi nhà hàng có tên là Karma Kitchen, ở đó mọi người đến ăn không phải trả tiền cho hóa đơn của mình vì đã có người trước đó trả rồi, và nếu muốn đóng góp bạn có thể trả tiền cho những người ăn sau mình. Theo cách này, lòng tốt được lan truyền từ người này sang người khác. Mô hình này hay hơn các quán ăn từ thiện, vì khi đến ăn thay vì chỉ nhận, bạn còn được cho đi, và tập được thói quen rộng lượng. Thực tế, nhà hàng loại này không những đang phát triển ra nhiều quốc gia mà còn góp phần kết nối những người có tinh thần thiện nguyện và thúc đẩy ý tưởng về nền kinh tế quà tặng ở nhiều nơi trên thế giới.

Ở Việt Nam, khi về các vùng thôn quê, mọi người thường rất thoải mái trong việc cho tặng. Ví dụ nhà hàng xóm có thể qua xin ít rau thơm hoặc trái cây nào đó mà không phải e ngại, bởi rau trái ở thôn quê là rất dư thừa. Hơn nữa, mọi người cũng tin tưởng rằng, nếu rộng rãi với mọi người thì khi cần mình cũng sẽ được người khác giúp đỡ lại. Khái niệm tương thân tương ái, giúp đỡ người hoạn nạn, nghèo khó ở nước ta cũng không phải là xa lạ. Tuy nhiên, với sự coi trọng phát triển đời sống vật chất và đô thị hóa, những tình cảm tốt đẹp trên đã dần mai một. Hiện nay, ở các thành phố lớn, có những cảnh người nghèo khổ

mà không ai giúp đỡ, không được chữa bệnh vì không có viện phí, con em nhà nghèo không được đi học vì không có tiền đóng học phí... Đó là những vấn nạn của xã hội hiện đại, phát triển về vật chất mà thiếu phát triển về đạo đức và tình người. Đó không phải là xã hội mà chúng ta muốn sống trong tương lai. Chính vì vậy, ngay bây giờ chúng ta phải tích cực thay đổi hiện trạng bằng cách thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế quà tặng và điều chỉnh hệ thống giáo dục để cân bằng giữa giá trị vật chất và tinh thần.

Cuốn sách cũng giới thiệu một tổ chức phi lợi nhuận có tên là Service Space (website: servicespace.org), có mục tiêu chính là kết nối cộng đồng những người có chung lý tưởng xây dựng nền kinh tế quà tặng. Tổ chức này cung cấp một không gian trực tuyến cho việc thực hiện các dự án nhỏ có tác động lớn, từ việc lan truyền thông điệp, kết nối cộng đồng, giúp đỡ phương tiện, chia sẻ tri thức, nguồn lực... Tôi nghĩ chúng ta cũng có thể xây dựng những cộng đồng thức tỉnh tương tự ở bất kỳ đâu để góp phần vào việc thức tỉnh nhân loại về ý nghĩa của lòng yêu thương trong thế giới ngày nay. Đó không chỉ là việc thực hiện trách nhiệm xã hội với cộng đồng, quốc gia mà chúng ta đang sống, mà đó còn là cách để chúng ta hoàn thiện bản thân mình, và qua đó, nhận ra ý nghĩa cao quý của một đời người.

Thiết nghĩ, những khái niệm thường được các nhà kinh tế nhắc đến gần đây, như: kinh tế tuần hoàn, kinh tế chia sẻ... cũng đều nhấn mạnh đến sự phát triển bền vững của xã hội thông qua việc cân bằng giữa cho và nhận, xây dựng niềm tin, bảo vệ môi trường và hạn chế khai thác tài nguyên quá mức bằng cách chia sẻ các nguồn lực còn lãng phí. Những ý niệm này xem ra cũng tương đồng với mục tiêu của nền kinh tế quà tặng, đó là xây dựng một thế giới đáng sống, con người biết yêu thương nhau và sống hòa hợp với thiên nhiên và vạn vật.

Khi giảng dạy về môn Quản lý tri thức, tôi thường nhấn mạnh với học trò về điểm đặc biệt của tài sản tri thức là càng chia sẻ thì tri thức không giảm đi mà càng trở nên nhiều hơn. Tôi thấy điều này cũng đúng đối với tình thương, một nguồn lực vô hình rất quan trọng, nhưng đang rất thiếu trong xã hội hiện đại. Thành ngữ “the more you share, the more you get” (càng cho nhiều, bạn càng nhận được nhiều) không chỉ phù hợp với tri thức, mà cũng rất phù hợp với lòng yêu thương. Ngày nay, chúng ta chỉ dạy học trò tính toán tư lợi, sao cho có thể nhận nhiều hơn cho. Điều này không đúng lắm, bởi chúng ta quên mất niềm vui của sự cho tặng và không biết rằng bí mật của sự thịnh vượng và hạnh phúc nằm ở lòng rộng lượng và yêu thương. Vì vậy, chúng ta đã góp phần tạo ra những chính trị gia tham lam, những doanh nhân chỉ nghĩ đến tiền mà bất chấp hậu quả, những viên chức, kỹ sư, công nhân và nông dân thiếu đạo đức... Đây có lẽ là sai lầm của nền giáo dục thiên về lợi ích vật chất, mà bỏ quên các giá trị về tinh thần, đạo đức và chiều sâu của sự sống.

Tôi chợt nhớ đến một câu nói của ngài Đạt Lai Lạt Ma, lãnh tụ tinh thần của người Tây Tạng, về nhu cầu thiết yếu của việc xây dựng một xã hội tử tế và yêu thương: “Trong cuộc sống, nếu bạn không giúp được gì cho ai, thì ít nhất bạn cũng đừng làm tổn hại ai”. Câu nói này rất hay bởi nó giúp ta xây dựng xã hội yêu thương qua nguyên tắc bất hại, đó cũng là cách bạn đền đáp lại cuộc đời, và làm vơi bớt nỗi khổ của thế giới này.

Hy vọng, ý tưởng về nền kinh tế quà tặng sẽ giúp chúng ta thấy được hướng đi cho tương lai. Những dự án như ServiceSpace hay Karma Kitchen sẽ là những gợi ý về hành động cụ thể mà ta có thể làm để biến ước mơ về một thế giới hòa bình, yêu thương và tử tế sớm trở thành hiện thực. Qua đó, giúp cho nhiều người trải nghiệm về niềm vui của sự cho tặng và góp phần xây dựng một thế giới tử tế và đáng sống hơn. Được như thế thì tương lai nhân loại và nền văn minh của chúng ta sẽ rất sáng sủa và viên mãn. Mong lắm thay!

Sài Gòn, 12/6/2023

Phạm Quốc Trung