

Mối quan hệ giữa tâm lý tiểu nông và kinh tế thị trường ở Việt Nam

Nguyễn Tiến Thur¹, Hà Thị Thuý Dương²

¹ Học viên Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

² Học viện Chính trị khu vực IV.

Email: haduonghcm@gmail.com

Nhận ngày 27 tháng 10 năm 2018. Chấp nhận đăng ngày 22 tháng 11 năm 2018.

Tóm tắt: Biểu hiện của tâm lý tiểu nông là chạy theo lợi ích trước mắt, thiếu tầm nhìn xa, bảo thủ, ngại đổi mới, thụ động, điều đó đã tác động tiêu cực đến kinh tế thị trường. Tâm lý tiểu nông là một lực cản đối với sự phát triển của kinh tế thị trường. Sự phát triển của kinh tế thị trường sẽ hạn chế dần tâm lý tiểu nông. Bởi vì, kinh tế thị trường đòi hỏi tính độc lập, tự chủ, không dựa dẫm vào cộng đồng, không ỷ lại, không thụ động, không cầu an, không ngại đổi mới, không tùy tiện, không trọng lệ hơn luật. Ở Việt Nam mấy chục năm qua, nhờ có sự phát triển của kinh tế thị trường, nên tâm lý tiểu nông cũng đã mất dần. Tuy nhiên, một bộ phận không nhỏ người Việt Nam vẫn còn bị ảnh hưởng nặng nề của tâm lý tiểu nông. Điều đó đang cản trở sự phát triển của kinh tế thị trường hiện nay.

Từ khoá: Tâm lý tiểu nông, kinh tế thị trường, Việt Nam.

Phân loại ngành: Tâm lý học

Abstract: The expression of the petty peasant mentality is the pursuit for short-term interests, being lack of long-term vision, conservative, afraid of renovation, and passive, which has exerted negative impact on the market economy. The mentality, which is a hindrance to the development of a market economy, will be gradually decreased by the development of the market economy, because such economy requires independence, self-reliance, not depending on the community. It also requires one not to be passive, seeking safety on oneself in a selfish manner, being afraid of renovation, respecting unofficial rules more than the official law. In Vietnam, over the past some decades, thanks to the development of the market economy, the petty peasant mentality has been gradually disappearing. However, a no small part of Vietnamese people are still under heavy influence of the mentality. That has been hindering the development of the market economy in the country today.

Keywords: Petty peasant mentality, market economy, Vietnam.

Subject classification: Psychology

1. Đặt vấn đề

Tâm lý tiểu nông là các hiện tượng ý thức (như tình cảm, mong muốn, ý chí, thói quen, tâm trạng) của con người, được nảy sinh trực tiếp từ nền sản xuất nông nghiệp nhỏ. Mặc dù có một số biểu hiện tích cực (như yêu nước, gắn bó với làng xã, quê hương, tinh thần đoàn kết, gắn kết cộng đồng), nhưng tâm lý tiểu nông cũng có những biểu hiện tiêu cực. Đó là: tư lợi, chi lo việc của cá nhân mình theo kiểu “đèn nhà ai nhà ấy rạng”, “việc ai người ấy lo, bẻ ai người ấy chống”, không quan tâm đến những người xung quanh; lo vun vén cho cá nhân, chỉ tính đến cái ăn ngay, trước mắt theo kiểu “được đâu hay đó”. Người có tâm lý tiểu nông “rất nhỏ nhen, đôi khi đến khó coi, bần tiện” [3, tr.50-51]. Họ nghĩ theo kinh nghiệm, bảo thủ, ngại thay đổi, có tầm nhìn thiên cận; coi trọng kinh nghiệm cũ, thói quen, cách làm cũ, bảo thủ, ngại thay đổi, nhất là những thay đổi đột ngột, không dám mạo hiểm thử nghiệm và sáng tạo cái mới; gắn bó với cộng đồng (trong suy nghĩ và hành động), không dám thể hiện quan điểm, phụ thuộc vào quan điểm chung; dựa dẫm, ý lại vào cộng đồng, tập thể, không dám chịu trách nhiệm “cha chung không ai khóc”; tùy tiện vô nguyên tắc, ý thức kỷ luật kém, trọng lệ hơn luật, trọng tình hơn lý; tư tưởng địa phương, cục bộ, dòng họ; bình quân chủ nghĩa, quan niệm “xấu đều hơn tốt lắm”, “khôn độc không bằng ngốc đàn”, “chết một đồng còn hơn sống một người”, thà chấp nhận đau khổ chung chứ không muốn một người nào đột xuất vượt trội hơn cộng đồng; níu kéo người khác, muốn khẳng định mình, không muốn cho người khác hơn mình, hưởng thụ cao hơn mình.

Tâm lý tiểu nông cản trở quá trình phát triển kinh tế thị trường. Sự phát triển của kinh tế thị trường sẽ dần khắc phục tâm lý tiểu nông. Hiện nay, Việt Nam đang phát triển kinh tế thị trường, quá trình này sẽ khắc phục dần những biểu hiện tiêu cực của tâm lý tiểu nông của người Việt Nam. Bài viết này đề cập tới mối quan hệ giữa tâm lý tiểu nông và kinh tế thị trường ở Việt Nam trên hai khía cạnh: tâm lý tiểu nông tác động đến kinh tế thị trường và kinh tế thị trường tác động đến tâm lý tiểu nông.

2. Sự tác động của tâm lý tiểu nông đối với kinh tế thị trường

Sự chuyển đổi từ nền kinh tế tập trung quan liêu bao cấp sang nền kinh tế thị trường ở Việt Nam là bước chuyển tiến bộ. Phát triển kinh tế thị trường là tất yếu khách quan, phù hợp với xu thế chung của thế giới. Tuy nhiên, nền sản xuất nông nghiệp nhỏ, tự cung tự cấp tồn tại hàng ngàn năm đã làm cho tâm lý tiểu nông vẫn ăn sâu vào trong nhận thức của nhiều người.

Để phát triển kinh tế thị trường, cần liên kết giữa các cá nhân (giữa người nông dân với nhau và với các doanh nghiệp chế biến nông sản, giữa doanh nghiệp với ngân hàng, các tổ chức khoa học công nghệ, giữa các doanh nghiệp trong cùng một ngành hàng sản xuất). Tuy nhiên, nhiều người Việt Nam do có tâm lý tiểu nông nên thiếu hợp tác trong sản xuất, kinh doanh. Họ chỉ nghĩ đến lợi ích của mình, phá vỡ các hợp đồng kinh tế. Khi người nông dân được mùa nhưng giá thị trường xuống thấp, nhiều doanh nghiệp bỏ rơi người nông dân, không mua sản phẩm như đã ký kết hoặc nâng tiêu chuẩn sản phẩm lên để hạ giá sản phẩm. Khi giá nông sản trên thị trường cao hơn

giá ký kết với doanh nghiệp, nhiều nông dân không bán đủ số lượng, chất lượng như đã ký kết, mà bán cho tư thương bên ngoài. Vì thiếu liên kết, nhiều doanh nghiệp xuất khẩu đua nhau hạ giá để cạnh tranh dẫn tới nhiều thua thiệt, chứ không liên kết với nhau để giữ giá xuất khẩu, mang lại lợi ích chung.

Nhiều người nông dân không hạch toán kinh tế, suy nghĩ thiên cận, không có tầm nhìn xa, không có chiến lược kinh doanh dài hạn, chỉ tính đến lợi ích ngắn hạn, không có tầm nhìn dài hạn, phá vỡ quy hoạch sản xuất. Ví dụ, theo quy hoạch của tỉnh Phú Thọ, tổng đàn lợn đến năm 2020 của tỉnh là 860.000 con, trong khi đó tổng đàn lợn bình quân hàng năm của tỉnh những năm gần đây đã có khoảng 900.000 con [7]. Con số này, một mặt, nói lên sự phát triển nhanh chóng của ngành chăn nuôi; mặt khác, lại cho thấy tính tùy tiện trong việc chấp hành quy hoạch.

Để phát triển kinh tế thị trường, cần phải năng động, sáng tạo, luôn tìm những cách làm mới. Nhưng nhiều người Việt Nam bảo thủ, ngại đổi mới, chỉ làm theo kinh nghiệm cũ, không tìm kiếm những cách thức sản xuất và kinh doanh mới. Ví dụ, theo kết quả một cuộc khảo sát, 24% số nông hộ được hỏi cho rằng, họ vẫn muốn dựa vào kinh nghiệm từ trước đến nay, chứ không muốn áp dụng khoa học kỹ thuật lớn [1].

Do có tâm lý tiểu nông, nên nhiều người Việt Nam hiện nay thụ động, không dám mạo hiểm. Họ vui với cái nghèo của mình, chấp nhận bằng lòng với cuộc sống hiện tại, không muốn thay đổi, không muốn mạo hiểm. Họ không dám làm, dám chịu, chấp nhận mạo hiểm; không dám cạnh tranh, đầu tư quy mô lớn, không dám mạo hiểm, làm ăn lớn; thiếu khát vọng làm giàu. Ví dụ,

theo kết quả một cuộc khảo sát, 28,9% người đồng ý với quan điểm cho rằng, nông dân không nên làm lớn vì dễ bị rủi ro; 16,6% số người được hỏi cho rằng nông dân không nhất thiết phải dồn điền đổi thửa; 10,3% số người cho biết rằng, họ không có ý định làm ăn lớn, không muốn dồn điền đổi thửa [1].

3. Sự tác động của kinh tế thị trường đối với tâm lý tiểu nông

Kinh tế thị trường có thể khắc phục dần những mặt tiêu cực của tâm lý tiểu nông. Cơ sở vật chất của tâm lý tiểu nông là nền sản xuất nông nghiệp nhỏ, manh mún, tự cung tự cấp, dùng công cụ lao động thô sơ. Việc phát triển kinh tế thị trường sẽ xoá bỏ tính tự cung, tự cấp của sản xuất, từ đó sẽ khắc phục những biểu hiện tiêu cực của tâm lý tiểu nông.

Kinh tế thị trường không những tạo ra thị trường nội địa thống nhất, mà còn mở rộng thị trường ra thế giới. Khi đó, sự biệt lập giữa các địa phương được phá bỏ, các mối quan hệ ở mọi lĩnh vực mở rộng. Các địa phương muốn phát triển được không những phải mở rộng trao đổi sản phẩm với những địa phương khác, mà còn phải tiến hành hợp tác, liên doanh, liên kết với nhau. Kinh tế thị trường mở rộng giao thương trao đổi hàng hoá, dịch vụ, lao động; xoá dần đi tính hạn hẹp, cục bộ địa phương. Kinh tế thị trường đòi hỏi mỗi người phải tự chủ, tự lập; từ đó khắc phục dần tâm lý dựa dẫm vào cộng đồng. Trong kinh tế thị trường, mỗi cá nhân cần phải dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm trước cộng đồng. Trong kinh tế thị trường, người chủ doanh nghiệp quyết định sản xuất cái gì,

sản xuất bao nhiêu. Họ không quyết định theo số đông; họ phải độc lập, tự chủ, tự quyết định và chịu trách nhiệm về quyết định của mình. Điều đó khắc phục lối suy nghĩ và hành động dựa dẫm vào cộng đồng, không dám thể hiện quan điểm riêng, của tâm lý tiểu nông.

Trong kinh tế thị trường có cạnh tranh. Để cạnh tranh, chủ doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới kỹ thuật, công nghệ, cải tiến quản lý, sáng tạo những sản phẩm mới. Điều đó sẽ khắc phục dần tính bảo thủ, ngại đổi mới của tâm lý tiểu nông.

Kinh tế thị trường tạo cho con người tác phong khấn trương, linh hoạt, năng động, nhạy bén. Người sản xuất phải biết tính toán, cân nhắc trong hoạt động kinh tế; biết giảm những động tác thừa trong sản xuất; biết tranh thủ thời gian, lựa chọn thời cơ; biết cách sử dụng hợp lý những nguồn lực và lợi thế của mình trong sản xuất; biết tiếp nhận ứng dụng các thành tựu khoa học tiên tiến, hiện đại vào sản xuất để đạt hiệu quả kinh tế. Từ đó, kinh tế thị trường phát huy được tính năng động, sáng tạo của người sản xuất; hạn chế dần tính thụ động, trông chờ, tính ỷ lại, lười biếng của tâm lý tiểu nông.

Mạo hiểm và dám chấp nhận rủi ro là một yêu cầu cần thiết đối với người sản xuất trong kinh tế thị trường. Người sản xuất phải phân tích tình huống chính xác, đưa ra các quyết định hợp lý, phản ứng kịp thời trước những biến đổi của thị trường, dám mạo hiểm, dám đưa ra những quyết định không giống mọi người. Có như thế, họ mới chớp được thời cơ, mới có thể chiến thắng trong cạnh tranh. Nếu suy nghĩ quá lâu thì họ sẽ để tuột cơ hội khỏi tay. Họ cần hành động trước khi có đầy đủ trong tay các dữ kiện. Quyết đoán, quyết định nhanh

chóng và chấp nhận mạo hiểm là yêu cầu cần thiết trong kinh tế thị trường. Điều này sẽ khắc phục tính cầu an, bằng lòng với cuộc sống nghèo hiện tại, không dám quyết định, sợ rủi ro, của tâm lý tiểu nông.

Tính chất cạnh tranh cao độ của kinh tế thị trường đòi hỏi phải đề cao phẩm chất linh hoạt, sáng tạo, chính xác, trí thông minh, hàm lượng trí tuệ. Mỗi quyết định của chủ thể kinh tế trong kinh tế thị trường đều phải dựa trên sự tính toán cẩn thận, chu đáo các điều kiện khách quan, chủ quan. Trong nền kinh tế tiểu nông, người nông dân chỉ biết có bản thân mình, giới hạn suy nghĩ của họ chỉ trong mảnh ruộng, mảnh vườn. Trong kinh tế thị trường, người nông dân không chỉ biết có bản thân mình, họ phải biết nhìn rộng ra xã hội, biết quan tâm đến sản phẩm và nhu cầu của thị trường. Quá trình sản xuất phải tuân theo nhu cầu của xã hội, lợi thế của bản thân, tuân theo yêu cầu các quy luật kinh tế khách quan của thị trường. Điều đó đòi hỏi người sản xuất phải nắm bắt và tuân thủ các quy luật, phá bỏ tính chủ quan, tự do, tùy tiện, tư duy kinh nghiệm của tâm lý tiểu nông. Đồng thời, nó cũng khắc phục lối suy nghĩ thiên cận, không có tầm nhìn xa, trông rộng của tâm lý tiểu nông.

Tư tưởng trọng lễ làng, “phép vua thua lệ làng”, trọng tình hơn lý, cộng với tâm lý trọng họ hàng, cục bộ dẫn tới tư tưởng coi thường pháp luật. Phan Đại Doãn khẳng định: “Quan hệ dòng họ nhiều khi làm suy giảm, mất hiệu lực của quan hệ pháp luật, quan hệ nhà nước, phương hại đến lợi ích đất nước” [2]. Với việc phát triển kinh tế thị trường, tư tưởng coi thường pháp luật này sẽ dần được khắc phục và xoá bỏ. Nền kinh tế thị trường hoạt động dưới sự quản lý bằng pháp luật của nhà nước. Pháp luật điều

chinh mọi mối quan hệ kinh tế trên thị trường, đảm bảo quyền bình đẳng của các chủ thể, sự cạnh tranh lành mạnh, cũng như đặt ra giới hạn, những yêu cầu của hoạt động sản xuất, kinh doanh phục vụ cho cộng đồng và mục tiêu chung. Nền kinh tế này đòi hỏi mọi cá nhân, tổ chức khi tham gia hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, đều phải tôn trọng, tuân thủ pháp luật, các hợp đồng, điều khoản kinh tế, phải “sống và làm việc theo pháp luật”. Điều đó sẽ khắc phục dần tư tưởng coi thường pháp luật của tâm lý tiểu nông.

4. Kết luận

Tâm lý tiểu nông, mặc dù có một số mặt tích cực, nhưng về cơ bản là một lực cản đối với quá trình phát triển kinh tế thị trường. Để phát triển kinh tế thị trường, cần phải xoá bỏ tâm lý tiểu nông. Ngược lại, quá trình phát triển kinh tế thị trường cũng sẽ hạn chế bớt những biểu hiện tiêu cực của tâm lý tiểu nông.

Tài liệu tham khảo

- [1] Bùi Thị Vân Anh (2014), “Đặc điểm tâm lý truyền thống của người dân vùng đồng bằng Bắc Bộ và tác động của chúng đến quá trình xây dựng nông thôn mới”, Tạp chí *Tâm lý học*, số 11.
- [2] Phan Đại Doãn (2004), *Mấy vấn đề về văn hóa làng xã Việt Nam trong lịch sử*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [3] Nguyễn Quang Du (1994), *Ý thức nông dân trong cán bộ đảng viên miền Bắc Việt Nam - những đặc trưng chủ yếu*, Luận án Phó tiến sĩ, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
- [4] Đảng Cộng sản Việt Nam (1996), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VIII*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- [5] Nguyễn Hải Loan (2005), “Một số đặc điểm tâm lý của người nông dân Việt Nam ảnh hưởng tiêu cực đến quá trình hội nhập kinh tế”, Tạp chí *Tâm lý học*, số 7.
- [6] Đỗ Long, Vũ Dũng (2002), *Tâm lý nông dân trong thời kỳ đầu phát triển kinh tế thị trường*, Nxb Khoa học xã hội, Hà Nội.
- [7] <http://baophutho.vn/van-de-hom-nay/201707/tu-giai-cuu-lon-den-bai-toan-quy-hoach-san-xuat-nong-nghiep-150064>