

# VĂN HÓA LÀNG TRONG PHÁT TRIỂN CÔNG THƯƠNG NGHIỆP NHÌN TỪ MỘT SỐ LÀNG NGHỀ GIÀU VÙNG ĐỒNG BẰNG BẮC BỘ

Nguyễn Thanh Tùng

**Tóm tắt:** Bài viết khái quát về một số chiều cạnh văn hóa làng trong bối cảnh phát triển công thương nghiệp qua một số làng nghề giàu vùng đồng bằng Bắc Bộ thời kỳ Đổi mới. Theo đó, văn hóa các làng này thể hiện qua quan hệ xã hội trong hoạt động kinh tế, lối sống của cư dân và ứng xử với di sản văn hóa truyền thống đã và đang đi theo mô hình đặc biệt, vừa giống, song cũng vừa khác với bối cảnh thông thường của hiện đại hóa ở nông thôn Việt Nam. Quá trình tổ chức lại cuộc sống theo hướng hợp lý hóa của cư dân là một cơ sở quan trọng để giải thích nhiều vấn đề trong hành vi hoặc thực hành của cư dân, điều có thể được mô tả là những chiến lược phản ánh sự tính toán và năng động của họ, nhằm mục đích tối đa hóa các lợi ích liên quan đến phát triển ngành nghề công thương nghiệp mới.

**Từ khóa:** văn hóa làng, công thương nghiệp, hợp lý hóa, hiện đại hóa.

## 1. Dẫn luận

Biến đổi văn hóa làng là một chủ đề được quan tâm rộng rãi trong nghiên cứu khoa học xã hội kể từ Đổi mới. Các nhà nghiên cứu nhìn chung đồng thuận rằng hầu như mọi sự vận động của làng trong thời đại mới đều là các biểu hiện của hiện đại hóa [*modernization*]. Theo nghĩa rộng nhất, hiện đại hóa là tiến trình của sự chuyên đổi [từ một xã hội “tiền hiện đại” hoặc “truyền thống” sang một xã hội “hiện đại”], bao gồm cả các tiến trình như công nghiệp hóa, đô thị hóa, toàn cầu hóa... (Rogers và Svenning 1969). Sự phát triển [ngành nghề] công thương nghiệp là một trong những tiến trình cụ thể nơi mà sự biến đổi văn hóa có cơ sở nội tại của riêng nó, đặc biệt trong bối cảnh mở rộng các nghề và làng nghề ở nông thôn. Sự chủ động của người dân và chính quyền địa phương trong hình thành, phát triển nghề với vốn đầu tư chủ yếu từ chính các cá nhân, gia đình, nhà tư bản ở địa phương

khiến cho tiến trình này ít nhiều phân biệt với “công nghiệp hóa” - tức là sự phát triển dựa vào hình thành các khu công nghiệp chuyên ngành hoặc đa ngành, chủ yếu trông chờ vào thu hút và sử dụng vốn đầu tư từ các nhà tư bản ở đô thị hoặc ở nước ngoài (Nguyễn Xuân Hoàn 2011).

Nhận thức về tính hợp lý/duy lý [*rationality*] hoặc hợp lý hóa/duy lý hóa [*rationalization*] thường xuyên xuất hiện trong bối cảnh phát triển công thương nghiệp<sup>(1)</sup> như một tiến trình nội tại của các cộng đồng năng động (Mann 1980; Kelly 1986). Như lập luận của nhà xã hội học Max Weber trong nghiên cứu kinh điển của ông về nguồn gốc của chủ nghĩa tư bản, đề cao lý tính hơn cảm tính, thực dụng hơn hình thức là một đặc điểm thường thấy của tầng lớp trung lưu sống bằng nghề thủ công và buôn bán (xem Weber 2006: 79). Quá trình hợp lý hóa được cho là có mối liên hệ chặt chẽ với các ý niệm về hiện đại hóa:

Cũng theo Weber, tính hợp lý là sự kế thừa những đặc điểm của tính hiện đại, điều hướng tới một phương thức được quản trị, thực dụng và tiến lên phía trước của đời sống cá nhân và xã hội ở phương Tây từ bản chủ nghĩa. Đó là quá trình thay thế các quy tắc và hành vi theo hướng giảm sự chi phối của cảm xúc hoặc không còn mặc nhiên tuân theo truyền thống của một xã hội, để dẫn tới sự chi phối của lý trí được tạo thành từ khả năng tính toán, đối mặt với những lý tưởng cũ và phi hợp lý (xem Lash và Whimster 1987).

Trong tự như vậy, song mở rộng ra Thế giới thứ ba, Wilbert Moore đề xuất một cách hiểu tổng quát về hiện đại hóa: quá trình hợp lý hóa hành vi và tổ chức xã hội để tránh được sự mơ hồ của việc gia nhập thế giới hiện đại (Moore 1977: 33). Điểm mạnh của định nghĩa này là mở ra các mô hình thực tế, cụ thể của việc thể chế hóa các giá trị hiện đại mà không cần quy định hình thức phù hợp của cấu trúc xã hội với các giá trị đó. Đối với một nghiên cứu về hiện đại hóa văn hóa (hoặc văn hóa trong thời kỳ hiện đại hóa), nó phù hợp cho việc giải thích những biểu hiện đa dạng (bao gồm cả sự cá biệt) của thực tiễn văn hóa xã hội mà không nhất thiết đặt chủ thể văn hóa vào vị thế bị động trước các tiến trình hiện đại hóa được chỉ đạo từ bên ngoài, ví dụ như cái gọi là công nghiệp hóa, toàn cầu hóa theo mô hình phương Tây (Hettne 1995: 64-65).

Từ cơ sở kể trên, bài viết hướng tới việc mô tả, phân tích một số chiều cạnh của văn hóa làng trong bối cảnh phát triển công thương nghiệp đặt trong mối quan hệ với “hợp lý hóa trong hiện đại hóa”. Góc nhìn này được đặc biệt nhấn mạnh trong khuôn khổ nghiên cứu về hiện tượng làng nghề giàu nơi chứng kiến sự năng động, nhạy bén và tham vọng làm giàu của cư dân, những người đã và đang bước vào quá trình thay đổi về tâm lý, hành vi và thực hành văn hóa. Dẫn chứng trong bài viết chủ yếu từ trường hợp các làng Đồng Kỵ (Bắc Ninh), Ninh Hiệp (Hà Nội) và Tề Lỗ

(Vĩnh Phúc), có thể chưa đại diện đầy đủ cho tất cả các làng nghề giàu trên cả nước, song là những trường hợp điển hình cho thành công về mặt kinh tế của làng xã người Việt dựa trên phát triển công thương nghiệp bằng nội lực của địa phương, đồng thời cũng có động lực mạnh mẽ để đầu tư cho đời sống văn hóa.

## 2. Làng nghề giàu trong thời kỳ ĐỔI MỚI

Hiện nay, chưa từng có một định nghĩa cũng như một hệ thống tiêu chí chính thống để phân loại “làng nghề giàu” trong hệ thống các làng nghề Việt Nam. Tuy nhiên, danh tính và đặc điểm kinh tế của các làng cụ thể có thể được tìm hiểu qua dư luận xã hội và các phương tiện thông tin đại chúng. Trong phạm vi vùng đồng bằng Bắc Bộ nơi có khoảng 1.000 làng nghề (Fanchette 2012: 229), tác giả bài viết tạm thống kê được 24 làng/xã từng hoặc đang được nhắc đến là làng nghề giàu có, bao gồm: Ninh Hiệp (Gia Lâm, Hà Nội), Xà Cầu, Miếng Thượng (Ứng Hòa, Hà Nội), Cơ Giáo, Xâm Xuyên (Thường Tín, Hà Nội), Phú Túc (Phú Xuyên, Hà Nội), Đồng Kỳ, Đa Hội (Từ Sơn, Bắc Ninh), Đông Bích, Dương Ô, Ngõ Xá (Yên Phong, Bắc Ninh), Phương La (Hưng Hà, Thái Bình), Thổ Tang, Vĩnh Sơn (Vĩnh Tường, Vĩnh Phúc), Tề Lỗ (Yên Lạc, Vĩnh Phúc), Xuân Quan, Mễ Sở, Phụng Công (Văn Giang, Hưng Yên), Minh Khai (Văn Lâm, Hưng Yên), Hải Minh (Hải Hậu, Nam Định), Phú An (Trực Ninh, Nam Định), Xuân Tiên (Xuân Trường, Nam Định), Vị Khê (Nam Trực, Nam Định), Thiết Khóa (Giao Thủy, Nam Định). Các làng này phần lớn là làng nghề (55% đã được Nhà nước công nhận) thuộc loại mới xác lập (65% không tiếp nối từ nghề truyền thống) và hoạt động trong lĩnh vực công thương nghiệp (75% không liên quan đến hoạt động trồng trọt, chăn nuôi) (Nguyễn Thanh Tùng 2019: 110).

Sự xuất hiện thuật ngữ “làng giàu” (hoặc “làng tỷ phú”, “làng triệu phú”) để chỉ sự giàu có của một cộng đồng làng là hiện tượng ngôn

ngữ liên quan đến thay đổi hệ giá trị xã hội kể từ sự suy yếu của chủ nghĩa tập thể, với việc hộ gia đình được thừa nhận là đơn vị kinh tế tự chủ và việc vươn lên làm giàu của hộ gia đình (cũng đồng nghĩa với việc vươn lên làm giàu của cá nhân) được công nhận là chính đáng trong nền kinh tế thị trường. Trong bối cảnh “hậu xã hội chủ nghĩa” (tạm tính từ khi bắt đầu chính sách Đổi mới - 1986), người giàu trong các làng nghề là một tầng lớp mới nổi trong xã hội nông thôn, bằng vào sự nhạy bén, tính căn cơ và cả may mắn, đã thành công hơn những người khác, ngày càng trở nên giàu có và đặt ra tham vọng làm giàu lớn hơn. Với thuật ngữ “làng giàu” ở đây, có thể hiểu nôm na là các làng mà [một bộ phận hoặc đa số] cư dân của nó được dư luận nhìn nhận là người có thu nhập và mức thụ hưởng vật chất cao, có vốn để đầu tư cho sản xuất kinh doanh và có lối sống gần gũi với thị dân.

Sự thịnh đạt của các làng nghề giàu một phần quan trọng dựa trên cơ sở của các ngành nghề hoặc còn rất mới, hoặc chưa phổ biến, hoặc có phổ biến nhưng chưa phải cạnh tranh gay gắt với khu vực kinh tế công nghiệp nơi có sự tham gia của nhà nước và các nhà tư bản lớn. Đó là các nghề đặc biệt như: tái chế rác thải, phân rã phương tiện cơ giới (đề lấy máy móc, phụ tùng), trồng cây cảnh, nuôi rắn, buôn đồ cổ, sản xuất đồ gỗ mỹ nghệ, vận tải sông-biển... và buôn bán các mặt hàng được nhập từ Trung Quốc với giá vốn rẻ. Theo Digregorio và các cộng sự (1999), trái ngược với các doanh nghiệp lớn của khu vực nhà nước hoặc tư nhân, việc tổ chức các doanh nghiệp theo “cụm công nghiệp làng nghề”<sup>(2)</sup> có sự linh hoạt hơn, chủ yếu là do bộ máy tổ chức gọn nhẹ và thuộc khu vực kinh tế phi chính thức, nhờ đó mà chi phí sản xuất sản phẩm thấp hơn và họ có thể tiếp cận các thị trường “ngách” - nơi mà các doanh nghiệp lớn của khu vực kinh tế chính thức chưa chiếm lĩnh được hết bởi sự vướng mắc về các tiêu chuẩn quản lý, chất lượng và pháp lý. Các làng nghề giàu vượt trội

hơn làng nghề bình thường ở khả năng phát triển lực lượng sản xuất, quy mô và trình độ của lực lượng lao động, chuyên môn hóa và hiện đại hóa kỹ thuật sản xuất. Một số đã thực hiện cơ giới hóa hệ thống sản xuất của họ và đang thu hút lực lượng lớn lao động từ các làng xung quanh để tiếp tục mở rộng quy mô (Fanchette và Nguyen 2009, Fanchette 2012).

Trong các làng nghề giàu, có thể chứng kiến xu hướng tích lũy tư bản mạnh mẽ trong hoạt động kinh tế của hộ gia đình - không đơn giản chỉ là đơn vị kinh tế tự chủ, mà còn là hộ cá thể có khả năng phát triển thành tư bản thực sự. Sự phát đạt của nghề mũi nhọn gắn với quá trình hộ sản xuất kinh doanh trở thành doanh nghiệp (theo mô hình công ty trách nhiệm hữu hạn hoặc công ty cổ phần) và chủ hộ trở thành tiểu chủ, doanh nhân. Họ hầu như phải tự hạch toán kinh doanh và đàm phán với đối tác vấn đề đầu vào và đầu ra của sản phẩm. Họ có thể vừa làm quản lý, vừa lao động chân tay, hoặc chỉ quản lý và thuê lao động bên ngoài. Luôn có một tỷ lệ nhất định cư dân trong làng chỉ đi làm thuê cho người cùng làng, hoặc hoàn toàn không tham gia vào ngành nghề mũi nhọn của làng, cho nên có mức thu nhập thấp hơn những người mà có thể được phân loại là tầng lớp giàu có mới nổi hoặc giới tinh hoa mới ở nông thôn. Tuy nhiên, con số này ít ảnh hưởng đến ấn tượng của dư luận về các hộ gia đình giàu có điển hình trong làng.

Về mặt địa lý dân cư, các làng nhìn chung đều thuộc loại hình làng ven đô hoặc đã, đang chuyển đổi thành “làng đô thị”<sup>(3)</sup>. Quá trình đô thị hóa diễn ra một cách tự nhiên nhờ những chuyển biến tự phát như gia tăng mật độ quần cư, hiện đại hóa các yếu tố vật chất sẵn có như nhà cửa, đường giao thông nông thôn... Quy hoạch làng nghề (tên đầy đủ là Quy hoạch cụm công nghiệp làng nghề) ở các xã đóng vai trò thúc đẩy quá trình này một cách có kiểm soát về sử dụng đất đai và bảo vệ môi trường, song không phải là yếu tố có tính quyết định nhất. Một số làng có thể

nằm rất gần các khu công nghiệp do Trung ương và tỉnh phê duyệt, song sự phát triển của chúng lại ít gắn với sự tham gia của cư dân vào các cơ hội việc làm được tạo ra bởi khu công nghiệp. Thậm chí, các khu công nghiệp nằm trong khoảng cách gần đôi khi còn là mối đe dọa đối với sự phát triển của các làng này trong trường hợp chúng phải cạnh tranh nhau về sản phẩm đầu ra<sup>(4)</sup>.

### 3. Văn hóa làng trong bối cảnh phát triển công thương nghiệp: hợp lý hóa trong hiện đại hóa

#### 3.1. Sự cấu trúc quan hệ xã hội trong hoạt động kinh tế

Trong một làng nghề giàu, làm giàu là giá trị quan trọng và phổ biến, và nó đặt ra nhiều câu hỏi cho cá nhân, hộ gia đình về việc làm sao tối ưu hóa được cách thức huy động và sử dụng vốn. Để có vốn đầu tư dài hạn cho sản xuất kinh doanh nhỏ lẻ, bên cạnh vốn tự có, người Việt Nam nói chung có xu hướng dựa vào sự hỗ trợ tài chính với lãi suất thấp (thậm chí là không có lãi suất) từ các quan hệ gia đình và thân tộc, nôm na gọi là “anh em họ hàng”. Tỷ lệ vay dài hạn từ anh em họ hàng lớn hơn từ ngân hàng phù hợp với bối cảnh nông thôn nơi các quan hệ thân tộc là sẵn có và tính tương trợ còn mạnh mẽ (Nguyễn Văn Tiêm 1993: 22; Nhiều tác giả 2011). Tuy nhiên, trong trường hợp một số làng nghề giàu, phương thức huy động vốn từ anh em họ hàng có thể gặp khó khăn trong bối cảnh mà nhiều thành viên trong cộng đồng đều bị cuốn vào một phong trào làm giàu chung. Vốn phi chính thức trở thành một tài nguyên hạn chế vì ai cũng có nhu cầu sử dụng nó một cách tối đa để bổ sung cho vốn lưu động hay vốn ngắn hạn. Những người đang tích cực làm giàu phải cân nhắc việc cho anh em họ hàng vay vốn để làm giàu như họ, thứ nhất vì họ cũng rất cần [và cần thêm] vốn, thứ hai là họ muốn sự đảm bảo chắc chắn hơn về khả năng thu hồi các khoản vay. Thêm vào đó, các chương trình hỗ trợ vốn vay từ Nhà nước và các quỹ phát triển

thì lại chú trọng vào các cộng đồng nghèo phụ thuộc vào nông nghiệp hơn là các cộng đồng “không nghèo” ham muốn phát triển công thương nghiệp. Kết quả là sự gia tăng của nguồn vốn vay từ ngân hàng hơn từ anh em họ hàng. Điều tra của Tô Xuân Phúc và các cộng sự về làng nghề sản xuất đồ gỗ ở đồng bằng sông Hồng cho thấy vốn vay ngân hàng chiếm khoảng 20 - 40% trong tổng nguồn vốn đầu tư của hộ gia đình. Đặc biệt, các hộ gia đình ở làng Đồng Kỵ dù có quy mô nhà xưởng (m<sup>2</sup>/cơ sở) nhỏ nhất, song lại có tỷ lệ sử dụng vốn ngân hàng cao hơn bất cứ làng nghề gỗ nào khác (2012: 16).

Các làng nghề giàu thường có tính độc quyền hoặc khả năng chiếm lĩnh đáng kể thị trường nội địa của sản phẩm mà họ có thể mạnh. Chừng nào mà tình trạng này được duy trì, sự cạnh tranh hiện hữu trực tiếp nhất là sự cạnh tranh diễn ra trong nội bộ làng. Mặc dù phong trào làm giàu theo kiểu “mạnh ai nấy làm” là phổ biến, một số làng có thể dựa vào việc kiểm soát tỷ lệ số hộ cùng làm một nghề hoặc cùng làm một sản phẩm để giảm cạnh tranh nội bộ, và từ đó, nâng cao lợi nhuận. Như trường hợp Đồng Kỵ, tuy được mệnh danh là một trong số những làng nghề giàu nhất cả nước, nơi đây lại có tỷ lệ số hộ tham gia sản xuất đồ gỗ thấp nhất trong các làng nghề sản xuất đồ gỗ (Tô Xuân Phúc và cộng sự 2012: 7). Điều tra của Nguyễn Xuân Hoàn về hệ thống làng nghề ở Bắc Ninh và Hà Tây cũ cũng cho thấy tỷ lệ hộ làm nghề của “Cụm công nghiệp làng nghề đã công nghiệp hóa” (tức các làng nghề giàu) là thấp hơn so với “Cụm công nghiệp làng nghề đang công nghiệp hóa” (tức các làng nghề ít phát triển hơn) (2011: 204-206). Phải thừa nhận rằng sự giảm số lượng các cơ sở sản xuất kinh doanh trong những giai đoạn thị trường tiêu thụ gặp khó khăn là một cách để các làng nghề tồn tại qua khủng hoảng. Dù vậy, chiến lược này không thực sự cần thiết trong trường hợp các làng vẫn còn giữ tính độc quyền cao về

thị trường, đặc biệt là các làng buôn như Thổ Tang và Ninh Hiệp.

Không kể đến hình thức hợp tác xã với vai trò chỉ còn tương đối mờ nhạt, hợp tác kỹ thuật trong làng nghề tồn tại dưới hai hình thức: hợp tác giữa các cơ sở sản xuất kinh doanh và hợp tác trong nội bộ cơ sở. Ở một làng buôn như Ninh Hiệp, hợp tác giữa các cơ sở chủ yếu được thể hiện qua quan hệ “bạn chợ” hoặc “bạn nghề”. Lo ngại của các tiểu thương về việc phải mua giá cao và bán giá thấp qua các thương lái ngoài làng khiến cho một bộ phận tin tưởng giao phó việc giao dịch cho những người trong làng có mối làm ăn tốt nhất (Nguyễn Giáo 2016: 71-74). Ở Tề Lỗ, do đặc thù của nghề phân rã phương tiện cơ giới mà có sự xuất hiện các cơ sở sản xuất kinh doanh chuyên một số loại mặt hàng được phân nhánh từ một loại hình sản xuất kinh doanh tổng hợp<sup>(5)</sup>. Đây vừa là quan hệ “bạn nghề” (những người liên kết trong một nghề thành một chuỗi cung ứng), song đồng thời cũng không phải là quan hệ “bạn nghề” (những người không kinh doanh cùng một sản phẩm). Hình thức tổ chức này giúp họ phát triển chuyên môn của mình hơn các tiểu chủ phải tự tìm kiếm và duy trì các quan hệ đầu vào - đầu ra của sản phẩm, song cũng làm cho hoạt động của họ trở nên phụ thuộc vào những người khác hơn.

Mặc dù liên kết giữa những người cùng làng trong sản xuất kinh doanh là có tồn tại, về tổng thể, nó vẫn bị đánh giá là yếu hay lỏng lẻo (Fanchette và Nguyen 2009, Nguyễn Giáo 2016). Mượn theo thuật ngữ “biến tiểu nông” của nhà dân tộc học Trần Tử trong công trình kinh điển của ông về cơ cấu tổ chức của làng Việt cổ truyền ở Bắc Bộ, Nguyễn Giáo đã nhận xét rằng làng buôn [Ninh Hiệp] là một “biến tiểu thương”, thể hiện rõ nhất qua sự từ chối của các tiểu chủ về một liên minh lâu dài được thiết lập trên cơ sở mang tính chuyên môn hóa giữa người chuyên cung cấp (bán buôn) và người chuyên phân phối (bán

lẻ). Tác giả này cũng nhấn mạnh rằng các tiểu chủ - kể cả các anh chị em ruột - cực kỳ hạn chế chia sẻ thông tin về nguồn hàng và những bí mật trong kinh doanh của mình, thậm chí cả mẫu mã của sản phẩm đất khách, vì việc này có hai nguy cơ: thứ nhất là giảm lợi thế cạnh tranh trong làng, thứ hai là dễ gây tổn hại quan hệ bạn bè, thân thích do va chạm từ quá trình làm ăn (2016: 96-97, 110-117). Mức độ ưu tiên thấp khi sử dụng lao động là họ hàng (so với các làng nông nghiệp bình thường) cũng được phát hiện trong trường hợp làng Đồng Kỵ (Mai Văn Hai 2009: 38).

Dù vậy, không nên đánh giá thấp các chiến lược đặc thù của người dân nhằm tăng cường sự hợp tác mà vẫn kiểm soát được các nguy cơ của sự cạnh tranh, ví dụ như sự hợp tác kỹ thuật trong nội bộ cơ sở sản xuất kinh doanh - vốn đặc trưng bởi quan hệ vị thế không ngang bằng. Như trường hợp làng Đồng Kỵ, nếu như trước đây, bí quyết nghề nghiệp được giữ kín trong gia đình là hiện tượng phổ biến trong các nghề thủ công nghiệp truyền thống (như việc không thực hành truyền nghề cho con gái ruột). Thì đến ngày nay, nhu cầu sản xuất theo đơn đặt hàng ngày càng tăng đã khiến việc phổ biến bí quyết cho những người xung quanh - cả người trong làng lẫn người ngoài làng - trở nên cần thiết. Để giải quyết yêu cầu cân đối giữa tăng trưởng sản xuất và bảo vệ bí quyết, phương án hợp lý của chủ các cơ sở sản xuất kinh doanh là chia nhỏ các công đoạn sản xuất và mỗi nhân công được thuê chỉ được truyền thụ bí quyết tương ứng với công đoạn mà họ đảm nhiệm. Phương thức này phù hợp với yêu cầu hiện đại hóa về mặt kỹ thuật, cụ thể như việc cơ giới hóa một số công đoạn sản xuất, và với việc người chủ muốn thoát ly khỏi lao động để tập trung vào mảng quản trị và ngoại giao. Hơn nữa, nó cho phép việc thiết lập mối quan hệ “an toàn” tương đối giữa tiểu chủ với những người khác trong làng chưa có vốn và kinh nghiệm để tự kinh doanh, song có thể trở thành đối thủ cạnh tranh tiềm tàng của họ trong tương lai.

Quan hệ xã hội giữa những người trong làng trở nên đặc biệt quan trọng đối với việc tìm kiếm và chia sẻ thông tin. Đúng là các tiểu chủ phải hạn chế chia sẻ thông tin, nhưng đồng thời, họ cũng rất tích cực tận dụng mối quan hệ của bản thân (như “bạn nghề”, “bạn chơi”), của người thân trong gia đình và của anh em họ hàng gần gũi để tiếp cận các môi trường làm ăn tốt. Trong trường hợp phải chia sẻ thông tin về nguồn hàng để mở rộng quy mô của thương vụ thì họ có xu hướng chỉ chia sẻ cho một số nhỏ những người thân hữu cùng làng, điều tạo ra tình trạng có thể tạm gọi là độc quyền về thông tin. Mặc dù sự thành lập nhóm thường diễn ra rất nhanh để chớp cơ hội về một nguồn hàng nào đó có khả năng đem lại lợi nhuận cao, và nhóm này sẽ tan rã ngay khi việc làm ăn kết thúc, nhưng chính nhờ việc chớp lấy các cơ hội này mà người ta mới có thể tạo được lợi nhuận lớn và tiếp tục tái đầu tư cho các thương vụ tiếp theo. Nó giải thích tại sao các làng buôn giàu có lại tồn tại tốt chỉ với nghề thương lái qua nhiều thế hệ, cho dù mặt hàng (và thị trường gắn với mặt hàng) mà họ buôn bán đã ít nhiều thay đổi, như trường hợp mở rộng từ nghề buôn thuốc sang buôn vải (Ninh Hiệp), từ nghề buôn trâu sang sản xuất, buôn bán đồ gỗ (Đồng Kỵ) hoặc buôn nông sản (Thổ Tang). Khác với bí quyết hay kinh nghiệm, các mối quan hệ xã hội được tích lũy từ khi mới bắt đầu có kinh tế thị trường và thậm chí là trước đó nữa không đơn giản là “học được”, mà bắt buộc phải qua một quá trình kế thừa có giới hạn. Điều này cũng rất quan trọng đối với các làng nghề mà sự phát triển của chúng phụ thuộc vào việc duy trì sự tiếp cận độc quyền nguồn nguyên liệu đầu vào chưa có sự kiểm định chặt chẽ về chất lượng và tính hợp pháp (Tô Xuân Phúc và các cộng sự 2012).

Sự ưu tiên hợp tác với cư dân trong làng như lực lượng lao động phù hợp cho các công đoạn “sâu” của nghề đôi khi dẫn đến sự

loại trừ lao động ngoài làng khỏi các công đoạn quan trọng đó. Ở đây có sự tồn tại của quan hệ liên làng, thể hiện ở việc thuê lao động nhân rỗi ngoài làng làm các công việc ít phức tạp về mặt kỹ thuật. Sự xuất hiện của “chợ người” hay “chợ lao động” là một đặc điểm đáng chú ý. Những người làm công việc đơn giản nhất - bốc vác hay cừ vạ - hàng ngày đến ngồi rất đông ở chợ để đợi người đến thuê mình. Ở các làng chuyên trồng cây cảnh, công việc của nhiều lao động chỉ là bốc các gốc cây từ dưới ruộng lên rìa đường, để cho những lao động “chuyên nghiệp” hơn xếp ngay ngắn lên xe hàng. Người được thuê nhận tiền công theo giờ hoặc theo buổi (công nhật). Nếu chăm chỉ, họ có thể có mức thu nhập hàng tháng nhiều hơn công/viên chức nhà nước bình thường. Thay vì là sự lãng phí tài chính, quyết định thuê người của các tiểu chủ được xem là hợp lý trong bối cảnh làng không có đủ nhân lực, người làng không có thời gian rảnh, hoặc đơn giản là không ai muốn làm các công việc chân tay không giúp ích gì cho sự vươn lên của họ. Những người sẵn sàng làm các công việc phổ thông như bốc vác, bảo vệ, lái xe, gia công sản phẩm... thường đến từ các làng nông nghiệp cách xa khoảng 20 - 30km đổ lại. Quan hệ giữa người thuê và người được thuê phần lớn được xác lập bằng thỏa thuận miệng thay vì bằng hợp đồng, nhờ vậy làm giảm thiểu các nghĩa vụ tài chính của cơ sở sản xuất kinh doanh với Nhà nước và người lao động. Việc này góp phần tạo ra tính linh hoạt cùng lợi thế cạnh tranh về chi phí của họ với các đối thủ lớn hơn (Tô Xuân Phúc và các cộng sự 2012). Nó cũng góp phần giải thích tại sao nhiều cơ sở sản xuất kinh doanh dưới hình thức hộ gia đình đôi khi có quy mô lao động tương đương với một công ty, doanh nghiệp nhỏ (10 - 50 lao động/cơ sở), nhưng không hứng thú với việc chuyển đổi từ hình thức hộ gia đình sang hình thức công ty, doanh nghiệp mang tính chuyên nghiệp hơn.

### 3.2. Sự hình thành lối sống thị dân hay lối sống hiện đại

Thay đổi về lối sống với sự xuất hiện của các yếu tố mang tính hiện đại và đô thị là xu hướng chung của các cộng đồng nông thôn hiện nay. Cư dân các làng nghề nói chung với thu nhập gấp khoảng 4 lần cư dân các làng thuần nông có khả năng mạnh mẽ để cải thiện điều kiện sống của họ (Fanchette 2012: 229). Mức sống tăng làm cho nhu cầu về các loại hình dịch vụ tại chỗ cũng tăng theo như: kinh doanh vàng bạc, phòng khám tư nhân, nhà nghỉ, khách sạn, dịch vụ Internet và các loại trò chơi, nhà hàng, quán ăn, cà phê giải khát, rửa xe... Đặc biệt, với trường hợp các làng nghề giàu (và làng giàu nói chung), thay đổi lối sống diễn ra với cường độ mạnh và nhanh (Nguyễn Thị Phương Châm 2010: 487-490, Nguyễn Giáo 2016: 60-62, Nguyễn Thanh Tùng 2019: 122-129) thường dẫn đến nhận định phổ biến rằng họ “bị” hấp dẫn bởi hiện đại hóa hơn các cộng đồng có điều kiện kinh tế kém hơn họ. Biệt thự, biệt phủ, xe sang, quần áo, hàng hiệu đắt tiền, hay đi du lịch, tiệc tùng, việc hiếu hi hoành tráng... gần như là mô hình nhận diện chung cho tầng lớp giàu có mới nổi tại đây. Tình trạng này dễ bị dư luận xã hội nhìn nhận là bất thường, đôi khi gắn với định kiến rằng họ là những người không kiểm soát được cảm xúc hấp dẫn về nhu cầu vật chất tầm thường (Nguyễn Đức Truyền 2003, Bùi Thị Dung 2016). Những phê bình còn hàm ý về sự “thụt lùi” của các giá trị đạo đức trong bối cảnh đời sống đất nước nói chung chưa được công nhận là giàu và ít nhiều còn mang tính chất của xã hội tập thể. Thậm chí, một số người xem đó là biểu hiện trỗi dậy của “căn tính” nông dân trong một xã hội dân trí thấp, với hệ quả là sự tiêu xài lãng phí và nhiều tệ nạn xã hội (Phan Thanh Tá 2010, An Nhiên và Nguyên Trang 2013).

Ở một chiều hướng khác, một số thể hiện của thay đổi lối sống của cư dân các làng này có thể được giải thích là hành vi hợp lý.

Đó không đơn giản chỉ là những “nhu cầu bình thường trong cuộc sống thường ngày” dựa trên sự đồng thuận về tính cần thiết của tính hiện đại (Reuters Staff 2019), mà còn có mục đích rõ ràng gắn với lợi ích trong những cảnh huống cụ thể. Chẳng hạn, từ lập luận về sự mở rộng lãnh thổ làng nghề dưới tác động của nhu cầu phát triển kinh tế, Sylvie Fanchette và Nguyễn Xuân Hoàn cho rằng phong trào nhà lầu hóa (từ nhà 1 tầng thành nhà 2 - 3 tầng) của cư dân Đồng Kỵ thực chất là một chiến lược mở rộng không gian trong bối cảnh “tác đất tác vàng” đặc trưng ở các làng nghề đông dân vùng đồng bằng sông Hồng. Bằng việc biến tầng trệt thành nhà xưởng hoặc showroom và các tầng trên làm nơi ở của gia đình, nhiều cơ sở sản xuất kinh doanh quy mô nhỏ và ít vốn mới có nơi để hoạt động, bất chấp việc vi phạm quy hoạch làng nghề của chính quyền (Fanchette và Nguyen 2009: 254-255). Những nhà lầu, biệt thự nhiều tầng khang trang với mật độ dày đặc, xen lẫn giữa các ngôi nhà cổ thường gây cảm giác về sự phô trương bên cạnh xu hướng chuyển đổi từ làng thành “phố làng”, “phố thị”.

Thú chơi xe sang (xe ô tô đắt tiền) của tầng lớp giàu có mới nổi có thể được nhìn nhận là một hoạt động xã hội có ý nghĩa thiết thực với việc tạo ra lợi nhuận. Ở Tề Lỗ, nghiên cứu của tác giả bài viết cho thấy sở hữu và hiểu biết đa dạng về xe sang là một tiêu chuẩn phổ quát cho những nam giới trẻ làm giàu từ nghề phân rã phương tiện cơ giới. Thứ nhất, sở hữu xe sang là một mã văn hóa chứng tỏ sự thành công và uy tín của họ trước đối tác, điều đã và đang được xem là kinh nghiệm quan trọng của nghề. Thứ hai, việc tham gia vào các hội chơi xe mà đôi khi phân hóa theo đời xe, dòng xe (Camry, Mazda, Mercedes, BMW, Audi, Ford...) vừa giúp họ chia sẻ sở thích cùng nhau, vừa tạo cơ hội để họ giao lưu, trao đổi các thông tin có ích cho việc làm ăn - thứ chỉ nên chia sẻ cho một nhóm nhỏ. (Nguyễn Thanh Tùng 2019: 127, 134-135).

Điều tương tự cũng diễn ra với “Câu lạc bộ văn nghệ người cao tuổi Ninh Hiệp” vốn là tập hợp hạn chế của những người trung niên yêu thích biểu diễn văn nghệ theo lối truyền thống, song cũng chính là nơi xây dựng mối quan hệ của một số “đại gia” buôn bán đường dài của làng Ninh Hiệp (Nguyễn Giáo 2016: 134-135). Còn ở Đồng Kỵ, các hội nhóm chơi thể thao và kể cả Hội sinh vật cảnh cũng được xem là môi trường tốt để giao lưu, mở rộng quan hệ, củng cố vị thế của người kinh doanh (Đặng Thị Việt Phương và Bùi Quang Dũng 2011: 37-38). Các hội nhóm tự nguyện theo sở thích như vậy tuy chỉ là sự liên kết lỏng lẻo, song là phương tiện hiệu quả để người ta thay thế các hình thức hợp tác cũ không còn linh động với sự mở rộng của mạng lưới thương mại (Fanchette và Nguyen 2009: 260).

Sự chặt chẽ về sử dụng thời gian là một đặc điểm đáng chú ý của lối sống công nghiệp hóa. Với các làng nghề giàu, việc cư dân cố gắng tận dụng tối đa độ tuổi sung sức nhất của cuộc đời vào việc kinh doanh, buôn bán dẫn đến hai xu hướng đối lập: những người chưa nghỉ hưu trở nên bận rộn hơn, trong khi những đã nghỉ hưu trở nên nhàn rỗi hơn. Với những người có vị thế kinh tế xã hội cao như tiểu chủ, doanh nhân (tức những người chưa về hưu), sự bận rộn với công việc kinh doanh khiến họ có xu hướng “lười biếng” với công việc lao động chân tay và muốn đẩy chúng cho người khác. Đó có thể là các công việc lao động sản xuất như đã đề cập ở trên, cũng có thể là các công việc mang tính xã hội gắn với đời sống nông thôn (ví dụ như nấu cỗ - ngày nay phổ biến phương thức thuê dịch vụ). Tuy nhiên, công việc bận rộn không có nghĩa là họ bỏ bê các hoạt động mang tính cộng đồng. Điều tra của Nguyễn Giáo tại Ninh Hiệp vào năm 2013 cho thấy người kinh doanh, buôn bán tham gia các đám hiếu, hỉ và sự kiện mang tính nghi lễ trong làng nhiều hơn 1,54 lần và chi phí cho các sự kiện này nhiều hơn 1,91 lần người không kinh doanh, buôn bán. Mặt khác, quy

mô kinh doanh, buôn bán càng lớn thì người ta càng có xu hướng tham gia và chi nhiều hơn cho các hoạt động ấy. Sự tăng cường tiệc tùng qua lại kiểu này được xem là cách để tăng thêm mối quan hệ của tiểu chủ với các bạn hàng, đối tác được mời tham dự, không chỉ dừng lại ở việc duy trì các quan hệ với họ hàng thân thích (2016: 127-132).

Đặc thù về sử dụng thời gian có thể tác động vào mô hình phân công lao động theo giới một cách cục bộ. Ở Tề Lỗ trước những năm 2000, phụ nữ trong các gia đình hay đi đây đó buôn thúng bán bưng, hành nghề đồng nát để tạo nguồn thu nhập quan trọng cho gia đình. Kể từ khi nghề phân rã phương tiện cơ giới phát triển thì nam giới gần như giữ vị trí thống trị về mặt kinh tế và trở nên bận rộn hơn. Phụ nữ lại có xu hướng ở nhà nhiều hơn để chăm sóc gia đình hoặc trông coi các cửa hàng, đại lý cho chồng, con. Ngược lại, ở Ninh Hiệp, nghề buôn phát triển từ sớm và hầu như gắn với khả năng tự tổ chức các hoạt động buôn bán của phụ nữ. Nhờ đó, họ từ lâu đã có vị thế nổi bật cả bên ngoài và bên trong gia đình, được chồng, con kính trọng, tận tình giúp đỡ cả việc kinh doanh lẫn việc nhà. Không khó để thấy cảnh phụ nữ Ninh Hiệp cả ngày tất bật buôn bán, kinh doanh tại các khu chợ; còn đàn ông thì “ít việc” hơn: nhiều người chỉ có mỗi việc dọn hàng cho vợ và nấu cơm, trông con và lo việc của dòng họ<sup>(6)</sup>. Những xu hướng đối lập này đều phản ánh chiến lược hợp lý hóa việc sử dụng thời gian của từng giới để phù hợp với hoạt động kinh tế đặc trưng của làng, không đơn giản chỉ là sự đi ngược (như tính nam quyền ở Tề Lỗ) hoặc bất chước (như tính nữ quyền ở Ninh Hiệp) các giá trị của gia đình hiện đại nói riêng và hiện đại hóa nói chung.

### 3.3. Sự chấn hưng di sản văn hóa làng xã

Các làng nghề giàu là một ví dụ tiêu biểu cho sự bảo tồn, thậm chí là sự chấn hưng của các di sản văn hóa truyền thống thay vì bị mai một trong bối cảnh chuyển dịch mạnh

mẽ về nghề nghiệp và lối sống. “Phú quý sinh lễ nghĩa” - các dự án, phong trào phục hồi, tu bổ các di tích để làng nhận được sự quan tâm của đông đảo cư dân ngay khi điều kiện kinh tế của họ có sự khởi sắc. Sự đóng góp của cá nhân, hộ gia đình vào di tích, sinh hoạt dòng họ, lễ hội cùng một số loại hình văn nghệ dân gian của làng xã địa phương được xem là cách để họ cùng cố tinh thần cố kết cộng đồng (điển hình nhất là sự khôi phục các hội đoàn truyền thống), như một phản ứng nhân văn trước sự đe dọa của hệ giá trị mới (Trần Thị Lan Hương 2000, Lê Hồng Lý 2008, Luong 2010). Tuy nhiên, niềm tin về mục đích và thể hiện của tinh thần cố kết cũng cần phải xem xét lại trong quá trình cụ thể của nó. Sự đóng góp mạnh mẽ của các nhóm có điều kiện kinh tế đôi khi không dừng lại ở ý nghĩa thỏa mãn về mặt tâm linh, mà ít nhiều còn là sự “đầu tư”, “cạnh tranh” về lợi ích và vị thế.

Đối với người hành nghề kinh doanh, buôn bán, công việc của họ tuy mang lại nhiều lợi nhuận song lại có tính rủi ro cao. Khác với người làm nông truyền thống hoặc người làm công ăn lương trong xã hội hiện đại, những người hành nghề buôn bán, kinh doanh phần nhiều phải “tự chịu rủi ro”, thay vì “đồng chịu rủi ro” như những người nông dân trong làng xã cổ truyền (điều đã được nhấn mạnh bởi các học giả thuộc trường phái lý thuyết kinh tế đạo đức). Rủi ro kinh doanh của các tiểu chủ, doanh nhân bao gồm cả những rủi ro đối với người lao động trong quá trình làm việc tại cơ sở của họ - điều mà trong hệ thống pháp lý hiện đại là thuộc về trách nhiệm của người thuê lao động. Người có thu nhập cao cũng có xu hướng chăm lo nhiều hơn tới chất lượng cuộc sống, trong đó, rủi ro sức khỏe là một mối quan tâm thường xuyên. Khi ấy, việc đi lễ, xây dựng và tu bổ mồ mã, nhà thờ họ, đóng góp trùng tu, tôn tạo di tích của làng giống như một hình thức “bảo hiểm” hiệu quả về mặt tinh thần. Kết quả là, nhóm người này không tiếc thời gian, tiền bạc, công sức đầu tư

vào đời sống tâm linh vì họ cho rằng đây là sự đầu tư có lợi. Cái lợi nhìn thấy là sự mạnh dạn hơn trong làm ăn buôn bán, cái lợi không nhìn thấy nằm ở sự yên ổn về mặt tâm lý, có niềm tin vào sự phù hộ độ trì của thần thánh, tổ tiên.

Mặc dù có ý kiến cho rằng người giàu hiện nay vẫn bị hạn chế vai trò mang tính dẫn dắt các quyết định của cộng đồng làng bởi sự không tương xứng giữa vị thế kinh tế và vị thế văn hóa xã hội (Bùi Xuân Đỉnh và Nguyễn Thị Thanh Bình 2018), kết luận này có lẽ chỉ đúng nhất với các làng có điều kiện kinh tế bình thường. Với những cộng đồng mà thước đo giá trị cá nhân dựa khá nhiều vào khả năng làm giàu, người giàu có nhiều khả năng tác động hay can thiệp vào các quyết định trên lĩnh vực văn hóa xã hội của làng hơn. Điều này đã được chứng minh qua trường hợp ở làng Phương La, khi một số doanh nhân thành đạt đã xây nhà thờ họ riêng, tự tiện tách họ, tổ chức giỗ tổ riêng - điều đã bị những người khác chỉ trích là hành động xấu và phải nhờ chính quyền can thiệp (Bùi Thị Dung 2016). Vấn đề ở đây có lẽ nằm ở mức độ thống nhất về giá trị và góc nhìn của dư luận. Nhiều nghiên cứu cho biết sự chi tiêu mạnh bạo cùng sự can thiệp của người giàu vào di tích và hoạt động văn hóa truyền thống được nhìn nhận tích cực như sự đầu tư cho bộ mặt giàu, đẹp, văn hóa của quê hương, mặc dù người ta cũng thừa nhận rằng việc này có một phần mục đích là tạo ra sự thuận lợi cho công việc làm ăn của họ. Sự thể hiện vị thế cộng đồng (làng và dòng họ) trên thực tế là kết quả của thể hiện vị thế cá nhân. Tác giả Nguyễn Thị Phương Châm, từ việc mô tả lễ hội làng Đồng Kỵ như một “đấu trường” nơi những người có vị thế kinh tế cao trong làng cạnh tranh nhau gay gắt để thể hiện vị thế của bản thân, đã nhấn mạnh vào tham vọng phổ biến của họ để được ghi nhận tên tuổi ở vị trí nổi bật, cao, rõ ràng tại các di tích và các công trình phúc lợi của làng. Tuy nhiên, dư luận lại không gọi đó là “cạnh tranh” (tiêu cực), mà là “thi đua” (tích cực) trên tinh thần đóng góp

cho văn hóa truyền thống. Sự “cạnh tranh” vị thế văn hóa xã hội ở đây tuy cũng xuất phát từ lợi ích cá nhân, song lại ít gắn với các suy tính chiến lược thận trọng như sự cạnh tranh trong kinh doanh.

Sự hiện thực hóa các khoản công đức mang danh nghĩa “thành tâm” thành các khoản đầu tư có khả năng sinh lời thực thụ còn được thể hiện qua vai trò của các doanh nghiệp ở di tích và hoạt động tín ngưỡng, lễ hội. Các cộng đồng làng nghề năng động là nơi chứng kiến tỷ trọng đóng góp tài chính ngày càng cao của công ty, doanh nghiệp vào lễ hội làng, thậm chí, trong một số trường hợp, đã thay thế hẳn khoản đóng góp của các gia đình trong làng (Trần Thị Kim Quế 2017: 139-140). Bởi các làng nghề giàu nói chung không có định hướng mạnh mẽ về phát triển du lịch lễ hội hoặc du lịch cộng đồng, đầu tư của công ty, doanh nghiệp vào hoạt động văn hóa sẽ ít thu được lợi nhuận từ sự chú ý của công chúng bên ngoài theo cách bình thường. Tuy nhiên, sự sẵn sàng đầu tư vẫn được xem là có lợi ích hữu hình ở khả năng tạo ra sự thiện cảm của dân làng, của đội ngũ lãnh đạo và cán bộ địa phương với công ty, doanh nghiệp - điều rất có ý nghĩa trong việc tăng thêm sự an toàn và phát triển của công ty, doanh nghiệp (bao gồm cả những đơn vị không phải của người trong làng nhưng đóng trên đất của làng) - như trường hợp Đồng Kỳ (Nguyễn Thị Phương Châm 2008: 48, 53-54). Ý nghĩa này không chỉ dừng lại ở lĩnh vực văn hóa tâm linh mà còn mở rộng ra cả hoạt động thể thao. Như ở Tè Lỗ, đầu tư của Hiệp hội doanh nghiệp xã đã giúp thể thao bóng chuyền trở thành một phần quan trọng của lối sống hiện đại cũng như bản sắc hội làng tổ chức mỗi năm.

Phải thừa nhận rằng việc quá quan tâm đến thể hiện vị thế dẫn đến sự đầu tư không đồng bộ cho di sản. Xu hướng chung là cái gì được xem là bộ mặt, dễ nhận thấy thì được quan tâm hơn những cái khác. Chẳng hạn, công chùa có người công đức lớn thì làm rất khang trang, còn các gian thờ trong chùa được

công đức ít hơn thì khiêm tốn hơn. Đình, đền, chùa được công đức nhiều hơn thì bề thế hơn, còn am, miếu được công đức ít hơn thì không được khang trang bằng. Nhiều cá nhân, dòng họ, hội nhóm, doanh nghiệp và kể cả ban quản lý di tích mỗi nhiệm kỳ đều muốn để lại dấu ấn của mình, dẫn đến sự thay đổi liên tục các chi tiết trong di tích. Một trong những hệ quả của sự ganh đua không cần thiết đó chính là “quan điểm trùng tu ưa mới”, điều đã bị một số chuyên gia, nhà quan sát phê bình như mối đe dọa cho sự toàn vẹn của di sản đương đại. Ở đây, việc tạo ra những cái mới hay sự thay đổi liên tục chính là phương thức hiệu quả để thể hiện vị thế. Những người đã công đức nhiều thì có quyền lực hơn những người khác trong việc thảo luận hoặc can thiệp vào các quyết định liên quan đến di sản và thực hành văn hóa. Đây là một biểu hiện của quá trình gọi là sự phục chế truyền thống bằng việc kết hợp giữa các dấu tích của người xưa lẫn các ý tưởng của người đương đại, điều đôi khi được thực hiện với sự thống nhất, đôi khi lại dẫn đến sự mâu thuẫn liên quan đến quyền và giá trị xoay quanh di sản của làng nghề.

#### 4. Kết luận

Đa dạng văn hóa cũng như đa dạng trong biến đổi văn hóa là vấn đề cần lưu ý trong nghiên cứu về văn hóa làng người Việt hiện nay. Trong bối cảnh phát triển công thương nghiệp “tự thân”, văn hóa làng nghề nói chung và làng nghề giàu nói riêng có thể đi theo mô hình đặc biệt, vừa giống, song cũng vừa khác với bối cảnh thông thường của hiện đại hóa ở nông thôn Việt Nam. Theo đó, tính hợp lý hay sự hợp lý hóa là một cơ sở quan trọng để giải thích nhiều vấn đề văn hóa - xã hội trong hoạt động kinh tế, lối sống và ứng xử của cư dân với di sản văn hóa. Điểm mạnh của phân tích này là nhấn mạnh vào cơ sở nội tại trong hành vi hoặc thực hành của cư dân, điều có thể được mô tả là những chiến lược phản ánh sự tính toán và năng động của họ, nhằm mục đích tối đa hóa các lợi ích liên quan đến phát triển nghề mới.

Dù phân tích này không hàm ý rằng mọi biểu hiện [được cho là] mang tính hiện đại trong văn hóa làng nghề giàu đều là sản phẩm của sự tính toán có chủ đích của cá nhân và nhóm, nó đặt ra vấn đề phải suy nghĩ về những tiến trình, những nguyên lý phức tạp hơn là “phú quý sinh lễ nghĩa” của kinh nghiệm dân gian đơn thuần. Ít nhất thì chúng ta cần phải thận trọng hơn khi khẳng định về bản chất “tiểu nông” hoặc ham muốn hiện đại hóa tâm thường của tầng lớp giàu có mới nổi ở nông thôn. Họ - những người có ham muốn làm cho cuộc sống trở nên tốt hơn - là những người tích cực, tiên phong làm cho tính hiện đại hiển hiện và trở nên hợp lý trong đời sống của họ, chứ không phải là những con người thuần túy bị tính hiện đại chi phối và định nghĩa phong cách của mình. Điều này có lẽ không chỉ đúng trong bối cảnh văn hóa làng, mà còn có ý nghĩa với bối cảnh văn hóa của tầng lớp trung lưu và giàu có trong xã hội Việt Nam hiện nay./.

### Chú thích

(1) Đối với các xã hội nông dân châu Á, tính “duy lý” đã được thảo luận trong những tranh luận kinh điển giữa trường phái kinh tế đạo đức hay “người nông dân duy tình” - đại diện bởi James C. Scott, và trường phái kinh tế chính trị hay “người nông dân duy lý” - đại diện bởi Samuel L. Popkin. Phải khẳng định rằng rất khó để đưa ra một kết luận rõ ràng về tính “duy tình” hoặc “duy lý” của một xã hội nếu như không đặt câu hỏi về các yếu tố cụ thể như lĩnh vực nào (sinh kế, hoạt động xã hội, phong tục tập quán...) và bộ phận cư dân nào (nông dân, ngư dân, thợ thủ công, thương nhân...). Tùy theo từng thời điểm và tình huống cụ thể, cộng đồng cư dân sẽ lựa chọn gắn mình vào nền kinh tế đạo đức hay nền kinh tế chính trị (Brocheux 1983: 801). Trong bối cảnh chuyển đổi kinh tế từ nông nghiệp sang công thương nghiệp, có thể thừa nhận rằng xu hướng thứ hai có điều kiện được thúc đẩy hơn.

(2) Khái niệm “Cụm công nghiệp làng nghề” chỉ một hệ thống sản xuất mang tính địa phương, tập hợp các ngành nghề truyền thống ở nông thôn với sự phát triển nội sinh. Một cụm công nghiệp làng nghề bao gồm các hộ gia đình, các công ty, doanh nghiệp có nguồn gốc cả trong và ngoài địa phương, nhưng số ở trong địa phương chiếm ưu thế hơn.

(3) Khái niệm “Làng đô thị” [*urban village*] chỉ một khu vực dân cư - sản xuất vừa có yếu tố làng, vừa có yếu tố đô thị. Người dân sinh sống gần nơi sản xuất, di chuyển với khoảng cách ngắn đến chỗ làm việc hàng ngày.

(4) Ví dụ điển hình là sự suy thoái của làng sản xuất thép Đa Hội trước sự thành lập của khu công nghiệp thép Châu Khê.

(5) Loại hình chủ đạo của nghề này là các cơ sở tìm mua phương tiện không sử dụng về, sửa lại hoặc phân rã lấy linh kiện (để sửa lại những phương tiện không phải phân rã), sau đó đem bán phương tiện đã sửa hoặc linh kiện. Loại hình phân nhánh là các cơ sở thu mua, phân loại, sửa, đánh bóng rồi bán lại từng loại linh kiện cụ thể như động cơ, bộ đề, bánh xích, các hòn bi...

(6) Những năm qua, nam giới ở Ninh Hiệp đã tham gia tích cực hơn trong việc kinh doanh song nhìn chung quyền quản lý tài chính vẫn thuộc về người vợ, trừ khi người chồng buôn bán bằng vốn riêng.

### Tài liệu tham khảo

1. Brocheux, P. (1983), “Moral Economy or Political Economy? The Peasants are Always Rational”, *Journal of Asian Studies*, vol. 42, pp. 791-803.
2. Nguyễn Thị Phương Châm (2008), “Phát triển kinh tế và gia tăng đầu tư vào các hoạt động tín ngưỡng”, *Tạp chí Văn hóa dân gian*, số 1, tr. 44-54.
3. Nguyễn Thị Phương Châm (2010), “Khi làng vươn ra phố: những xu hướng biến đổi văn hóa”, trong: *Hiện đại và động thái của truyền thống ở Việt Nam: những cách tiếp cận nhân học*, Quyển 2, Nxb. Đại học Quốc gia Tp. Hồ Chí Minh, Tp. Hồ Chí Minh, tr. 485-499.
4. DiGregorio, M.; Tien, T.; Lan, H.; Ha, N & Nguyen, T. L. A. (1999), *The Environment of Development in Industrializing Craft Villages*, Centre for Natural Resources and Environmental Studies, Hanoi.
5. Bùi Thị Dung (2016), *Biến đổi văn hóa làng dệt Phương La (huyện Hưng Hà, tỉnh Thái Bình)*, Luận án Tiến sĩ Văn hóa học, Đại học Văn hóa Hà Nội, Hà Nội.
6. Bùi Xuân Đính & Nguyễn Thị Thanh Bình (2018), “Giới tinh hoa làng xã ở Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học xã hội Việt Nam*, số 4, tr. 82-90.
7. Fanchette, S. & Nguyen, X. H. (2009), “Un cluster en expansion: les villages de métier de meubles d'art de Đông Ky, réseaux sociaux, dynamiques territoriales et développement économique (delta du fleuve Rouge - Vietnam)”, *Revue Moussons*, n° 13-14, 243-268.
8. Fanchette, S. (2012), “Periurban Craft Villages in the Storm of Hanoi Expansion”, in, *Trends of Urbanization and Suburbanization in Southeast Asia*, Centre for Urban and Development Studies, Ho Chi Minh City, pp. 227-252.

9. Nguyễn Giáo (2016), *Quan hệ xã hội trong bối cảnh phi nông nghiệp hóa: nghiên cứu trường hợp làng Ninh Hiệp, Gia Lâm, Hà Nội*, Luận án Tiến sĩ Văn hóa học, Học viện Khoa học xã hội, Hà Nội.
10. Mai Văn Hai (2009), "Gia đình, dòng họ và thôn làng với tư cách là các giá trị cơ bản của văn hóa làng Việt", *Tạp chí Xã hội học*, số 1, tr. 36-41.
11. Hettne, B. (1995), *Development Theory and the Three Worlds*, Longman Scientific and Technical, Harlow.
12. Nguyễn Xuân Hoàn (2011), "Công nghiệp hóa nông thôn thông qua phát triển các cụm công nghiệp làng nghề", trong: *Việt Nam học - Kỷ yếu hội thảo quốc tế lần thứ ba, Tập 4*, Nxb. Đại học Quốc gia Hà Nội, Hà Nội, tr. 201-218.
13. Trần Thị Lan Hương (2000), *Tác động của phân tầng mức sống vào quá trình phát triển văn hóa nông thôn*, Nxb. Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
14. Kelly, W. (1986), "Rationalization and nostalgia: cultural dynamics of new middle class Japan", *American Ethnology*, vol. 13, pp. 603-618.
15. Lash, S. & Whimster, S. (1987), *Max Weber, Rationality and Modernity*, Allen & Unwin, London.
16. Luong, V. H. (2010), *Tradition, Revolution, and Market Economy in a North Vietnamese Village, 1925-2006*, University of Hawaii Press, Honolulu.
17. Lê Hồng Lý (2008), *Sự tác động của kinh tế thị trường vào lễ hội tín ngưỡng*, Nxb. Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
18. Mann, B. H. (1980), "Rationality, Legal Change, and Community in Connecticut, 1690-1760", *Law and Society Review*, vol. 14, pp. 187-221.
19. Moore, W. E. (1977), "Modernization as Rationalization: Process and Restraint", in: *Essays Economic Development and Cultural Change*, University of Chicago Press, Chicago, pp. 29-42.
20. Lê Mạnh Năm & Nguyễn Phan Lâm (2007), "Cộng đồng làng trong hệ thống an sinh xã hội hiện nay", *Tạp chí Xã hội học*, số 1, tr. 66-75.
21. An Nhiên & Nguyễn Trang (2013), "Ninh Hiệp - bạc tỉ và sự thụt lùi của tri thức", <https://laodong.vn/archived/ninh-hiep-bac-ti-va-su-thut-lui-cua-tri-thuc-669458.lido> (truy cập ngày 02/06/2021).
22. Nhiều tác giả (2011), *Tính sẵn có và hiệu quả của tín dụng ở nông thôn Việt Nam*, Chương trình Phát triển Nông nghiệp và Nông thôn (ARD), Hà Nội.
23. Tô Xuân Phúc; Nguyễn Tôn Quyền; Lê Duy Phương; Cao Thị Cẩm & Nguyễn Thị Hồng (2012), *Làng nghề gỗ trong bối cảnh thực thi FLEGT và REDD+ tại Việt Nam*, Forest Trends và Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam, Hà Nội.
24. Đặng Thị Việt Phương; Bùi Quang Dũng (2011), "Các tổ chức xã hội tự nguyện ở nông thôn Đồng bằng sông Hồng: liên kết và trao đổi xã hội", *Tạp chí Xã hội học*, số 4, tr. 31-45.
25. Trần Thị Kim Quế (2017), *Văn hóa làng nghề ở Nam Định: truyền thống và biến đổi*, Luận án Tiến sĩ Văn hóa học, Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam, Hà Nội.
26. Reuters Staff (2019), "In Vietnam's 'Billionaire Village', migrant cash can buy a palace", <https://www.reuters.com/article/us-britain-bodies-palaces-idUSKBN1X916L> (truy cập ngày 03/06/2021).
27. Rogers, E. & Svenning, L. (1969), *Modernization Among Peasants: The Impact of Communication*, Holt, Rinehart and Winston, New York.
28. Phan Thanh Tá (2010), *Sinh hoạt văn hóa cổ truyền ở các làng - xã Đa Tốn, Ninh Hiệp, Bát Tràng huyện Gia Lâm ngoại thành Hà Nội trong thời kỳ Đổi mới*, Luận án Tiến sĩ Văn hóa học, Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam, Hà Nội.
29. Nguyễn Văn Tiêm chủ biên (1993), *Giàu nghèo trong nông thôn hiện nay*, Nxb. Nông nghiệp, Hà Nội.
30. Nguyễn Đức Truyền (2003), *Kinh tế hộ gia đình và các quan hệ xã hội ở nông thôn đồng bằng sông Hồng trong thời kỳ Đổi mới*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.
31. Nguyễn Thanh Tùng (2019), "Đời sống văn hóa ở một 'làng tỷ phú': Phú quý sinh lễ nghĩa hay sự thỏa mãn nhu cầu nhân sinh thực tại?", trong: *Văn hóa - xã hội nông thôn Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi*, Nxb. Thế giới, Hà Nội.
32. Weber, M. (2006), "Thuyết khổ hạnh và tinh thần của chủ nghĩa tư bản" (bản dịch), trong: *Những vấn đề nhân học tôn giáo*, *Tạp chí Xưa & Nay* - Nxb. Đà Nẵng xb., Đà Nẵng, tr. 73-122.