

NHALADEO – GDP: Kinh Tế Tăng Trưởng Không Đồng Nghĩa Với Đời Sống Thịnh Vượng

GDP có thật sự đang phản ánh cuộc sống của người dân không? Tại sao GDP càng tăng trưởng, chúng ta lại càng cảm thấy mệt mỏi hơn nữa?

Như hồi xưa ấy, khi mà mình về quê thì mình sẽ đi qua rất nhiều nhà nhìn có vẻ là cực kỳ giàu “Nhà thì to, cổng thì cao, sân thì lát gạch đều tăm tắp luôn, nhưng mà vào đến trong bếp thì cũng chỉ ăn cơm với đĩa rau luộc.”

Và mình nghĩ đây cũng là cái câu chuyện tương tự như GDP của các đất nước đang phát triển, GDP thì nó giống như là chúng ta đang đứng từ ngoài đường mà nhìn vào trong một gia đình:

Nó sẽ nói lên là căn nhà của họ có to hay không, họ xây căn nhà đấy nhanh hay chậm như thế nào, và cái giá trị của căn nhà đó đang là bao nhiêu.

Chứ nó không hề nói lên là cuộc sống của cái gia đình trong đó có đang hạnh phúc hay không, liệu họ có đang phải nợ nần hay là có đang phải đánh đổi sức khỏe để kiếm sống hay không.

Hay đơn giản nhất là tương lai con cái của họ có cơ hội để phát triển hay không.

Và đó chính là cái nút thắt khiến cho nhiều quốc gia họ nhận ra rằng tăng trưởng không phải là đồng nghĩa với thịnh vượng.

Hay Việt Nam thì cũng vậy thôi.

Nhiều năm qua chúng ta vẫn luôn tự hào là chúng ta đang tăng trưởng GDP rất là tốt, xuất khẩu tăng, FDI cũng tăng, các tuyến đường cao tốc thì mở rộng liên tục, Khu công nghiệp hay dịch vụ cũng phát triển với tốc độ rất chóng mặt.

Nếu như mà chỉ nhìn các chỉ số trên mặt báo thì sẽ thấy đây là một nền kinh tế đang tăng trưởng rất nhanh đúng không? Nhưng mà cuộc sống của người dân thì chưa chắc đã là như vậy.

Có một nghịch lý là quán cà phê thì càng ngày càng đông, xe sang thì

càng ngày càng nhiều, và các căn chung cư cao cấp thì mọc lên liên tục.

Nhưng đi cùng với đó, Người trẻ càng ngày càng không muốn sinh con, Công nhân thì không mua nhà, Tiều thương thì sống lay lắt, người lao động thì càng đi làm sẽ càng cảm thấy áp lực.

Điều đó phản ánh là nền kinh tế thì đang lớn lên, nhưng sức khỏe của toàn xã hội thì đã dần lão hóa rồi.

Và GDP thì không đo được cái giá mà chúng ta phải trả.

Ví dụ, một người đi làm 12–14 tiếng một ngày thì GDP rất thích điều đó, bởi vì nó đồng nghĩa với việc sản xuất tăng, doanh thu tăng, và tiêu dùng cũng sẽ tăng theo.

Nhưng GDP thì không nói lên được họ phải stress như thế nào, sức khỏe giảm ra sao, hay đã bao lâu rồi họ chưa có một bữa cơm tươm tươm cùng gia đình.

Giữa một thành phố càng ngày càng kẹt xe, chi phí sinh hoạt tăng cao, người dân đi bệnh viện nhiều hơn, GDP vẫn tăng bình thường.

Điều đó có nghĩa là những thứ khiến xã hội mệt mỏi hơn lại đang khiến những con số trên giấy tờ càng ngày càng đẹp.

Đó cũng là lý do mà nhiều chuyên gia ví GDP như một cái đồng hồ trên xe.

Nó cho biết xe đang chạy nhanh như thế nào, nhưng không nói được xe có đang đi đúng đường không, còn xăng không, hay người ngồi sau có đang say xe không.

Vậy thì điều mà chúng ta thật sự cần là gì?

Là tiền lương tăng nhanh hơn giá nhà.

Là viện phí đỡ áp lực hơn.

Là cơ hội giáo dục tiếp cận hơn.

Và cuối cùng là người trẻ vẫn nhìn thấy được hy vọng đi lên bằng con đường lao động chân chính.

Một đất nước thật sự thịnh vượng không phải là nơi có các biểu đồ kinh tế đẹp nhất, mà là nơi mỗi người lao động bình thường đều có thể sống tốt bằng công việc của chính mình.

Đó mới chính là những sự tăng trưởng ý nghĩa nhất.

□ TÓM LẠI CÔNG THỨC

Hook bằng một nghịch lý đời sống cực lớn

↓

GDP tăng trưởng liên tục

↓

Nhưng chất lượng sống không tăng tương ứng

↓

Tạo cảm giác: “Có điều gì đó đang sai trong cách chúng ta đo lường sự thịnh vượng.”

↓

Dùng một hình ảnh đời thường cực mạnh (nhà to – cổng cao – sân rộng)

↓

Đập ngược bằng thực tế bên trong (cơm rau luộc)

↓

Biến một câu chuyện gia đình thành hình ảnh thu nhỏ của nền kinh tế GDP

↓

chỉ nhìn được bề ngoài

↓

Không nhìn được:

- sức khỏe**
- hạnh phúc**
- nợ nần**
- cơ hội tương lai**

↓

Liên tục đưa ra các tín hiệu tăng trưởng tích cực

Xuất khẩu tăng

↓

FDI tăng

↓

Cao tốc mở rộng

↓

Khu công nghiệp phát triển

↓

Tạo cảm giác: “Việt Nam đang đi lên rất nhanh.”

↓

Sau đó đo chiều bằng các tín hiệu đời sống

Người trẻ ngại sinh con

↓

Công nhân không mua nhà

↓

Tiêu thương sống lay lắt

↓

Người lao động áp lực hơn

↓

Biến một chế độ kinh tế

thành câu hỏi về chất lượng sống

↓

Liên tục kéo góc nhìn từ

GDP

↓

đời sống người dân

↓

cơ hội xã hội

↓

niềm tin vào tương lai

↓

Dùng các ví dụ đời thực để nâng độ thuyết phục

12–14 giờ làm việc mỗi ngày

↓

kẹt xe

↓

chi phí sinh hoạt tăng

↓

bệnh viện quá tải

↓

Không phân tích kinh tế học

Mà kể cảm giác: “Mọi người đang làm việc nhiều hơn nhưng sống không dễ hơn.”

↓

Biến dữ kiện xã hội thành cảm xúc về sự thịnh vượng

↓

Không bán kinh tế trực tiếp mà bán:

– chất lượng sống

– cơ hội đi lên

– hy vọng tương lai

– sự tụt tụt trong lao động

↓

Kết bằng cảm giác: “Tăng trưởng là cần thiết.”

Nhưng “thịnh vượng mới là thứ đáng theo đuổi.”

□ **Format này cực mạnh cho:**

1. GDP Và Tăng Trưởng
2. Bình Đẳng Thu Nhập
3. Giá Nhà Đất
4. Chất Lượng Sống
5. Tội Xã Hội
6. Documentary Vĩ Mô
7. Storytelling Chính Sách Công

□ **Nó hiệu quả vì:**

- Không nói kiểu sách giáo khoa
- Không tranh luận bằng mô hình kinh tế
- Không cần quá nhiều số liệu
- Nhưng khiến người xem cảm thấy: “Những con số đẹp chưa chắc phản ánh cuộc sống thật.”

□ **Cốt lõi kiểu viết này:**

- Không kể GDP tăng bao nhiêu
- Không đọc báo cáo kinh tế
- Mà kể những cách giữa tăng trưởng và cuộc sống thực

□ **DNA của phong cách này:**

GDP tăng

↓

Đầu tư tăng

↓

Hạ tầng tăng

↓

Nhưng áp lực sống tăng

↓

Giá nhà tăng

↓

Niềm tin giảm

↓

Tỷ lệ sinh giảm

↓

Tức là: không nhìn nồn kinh tế từ các chỉ số trước mà nhìn từ trải nghiệm của người dân trước

→ Điểm mạnh nhất:

Người xem không cảm giác: “Đây là video dạy kinh tế.”

Mà cảm giác: “Đây là người đang giải thích vì sao cuộc sống ngày càng áp lực.”

→ Muốn nâng cấp hơn nữa thì:

- Thêm số liệu thu nhập và giá nhà
- Thêm ví dụ người trải nghiệm hôn
- Thêm các chi tiết đời thực

(vay mua nhà, học phí, viện phí, tiền thuê trọ...)

- Tăng thêm các hình ảnh đời lập

(chung cư cao cấp ↔ công nhân thuê trọ)

↓

Khi đó content sẽ:

- thật hơn
- đau hơn

– gòn gửi hơn

– và rớt gióng documentary kinh tế xã hội hiện đại.