

# Dĩ Li



## cocktail thị thành

*Loạt bài cho chuyên mục  
Văn hóa sống của Báo Thể thao & Văn hóa*



NHÀ XUẤT BẢN  
PHỤ NỮ



MUA CHUNG

**Tên eBook: Cocktail Thị Thành**

**Tác giả : Di Li**

**Thể loại: Lãng mạn, Tình cảm, Tiểu thuyết, Văn học Việt nam**

**Công ty phát hành: Phương Đông**

**Nhà xuất bản: NXB Phụ Nữ**

**Trọng lượng vận chuyển: 220 g**

**Kích thước: 12 x 20 cm**

**Số trang: 196**

**Ngày xuất bản: 03/2011**

**Hình thức: Bìa mềm**

**Giá bìa: 37.000 đ**

**Ebook: Đào Tiểu Vũ eBook - <http://www.dtv-ebook.com>**

Lời giới thiệu

*Đọc đi, rồi bạn sẽ cay mũi!*

*Tôi không phải là người quá mẫn cảm, song ở đời vẫn có hai thứ thường khiến tôi dị ứng. Đọc tới đây có lẽ nhiều bạn đọc, vốn là fan của nữ văn sĩ Di Li, sẽ khó chịu: “Ai lại viết tựa sách của người ta mà lại kể bệnh mình...”. Bạn đọc thân mến, trước tiên tôi khuyên các bạn chớ nên nóng giận. Thứ nhất là vì hai cái thứ khiến tôi dị ứng đều có ở chủ nhân cuốn sách này. Thứ hai, cuốn sách này sẽ khiến nhiều bạn bực mình lắm! Bởi trong đó có khá nhiều thói quen của chúng ta bị tác giả lôi ra để châm chọc, dẫu nhẹ nhàng, nhưng đọc đi rồi bạn sẽ cay mũi!*

*Trở lại với hai cái điều khiến tôi dị ứng. Đầu tiên là phụ nữ đẹp thường khiến tôi đỏ mặt cứ mỗi khi đối diện. Triệu chứng này tôi thường gặp, và nó cũng không quá phiền toái. Nhưng cái sự đỏ mặt bởi Di Li lại khiến tôi gặp phải một thất bại trong lĩnh vực được coi là sở trường của mình. Đó là lần đầu tiên tôi tiếp xúc với nữ văn sĩ xinh đẹp này, khi cô*

đến studio làm khách mời trong một talk show của tôi trên kênh VOV giao thông. Vốn định kiến với dân văn chương, nhất là các nữ sĩ, tôi đã rắp tâm khiến Di Li phải bối rối trước những cái bẫy phỏng vấn của mình. Ai dè tôi lại đổ mặt, và hình như khi người ta đổ mặt thì thật khó để có được những lời lẽ sắc bén.

Điều thứ hai khiến tôi dị ứng nằm ở cuốn sách này, đó là nghe phụ nữ lý sự. Triệu chứng dị ứng của tôi khi nghe phụ nữ lý sự nặng nề hơn nhiều so với sự đổ mặt. Đầu tiên là ngứa ngáy toàn thân, tiếp đến là nóng trong người, và cuối cùng là râm rít khó chịu mãi không thôi. Tôi không có ý phân biệt giới đối với nỗi khó chịu này, nghe đàn ông lý sự thì cũng ngứa ngáy, cũng nóng trong người, song nếu có hứng thì lý sự lại, hoặc cùng lắm là không nghe nữa. Với phụ nữ thì không thể được. Kinh nghiệm xương máu của tôi cho thấy rằng nếu chẳng may nghe phụ nữ lý sự, tốt nhất nên cẩn rắng chịu đựng, lý sự lại thì phải chịu đủ thứ thua thiệt, bỏ đi không nghe thì hậu quả sẽ không biết đường nào mà lần. Khi cầm bản thảo cuốn sách này, tôi nghe theo quảng cáo, mua cả thùng Dr. Thanh vừa uống, vừa đọc một lèo cho đến hết. Tất nhiên, đọc xong vẫn thấy nóng trong người, đành ngồi viết ra cho nhẹ nhõm.

Tập bản thảo gồm 27 bài ghi chép của Di Li thực ra không hoàn toàn là lý sự. “Tết không còn như xưa”, hay “Ta ăn Tết tây” thuần túy là những ghi chép dễ thương, những cảm nhận tinh tế, đầy nữ tính về những khoảng tĩnh lặng giữa những ồn ào trong đời sống của một thị dân trẻ tuổi. Nhưng, những ghi chép ấy chỉ là một hai nét điểm xuyết bất ngờ trong suốt tập sách này. Phần còn lại của tập ghi chép giống như một tập khảo luận về tâm lý và văn hóa thị dân đương đại. Rất nhiều vấn đề khác nhau xung quanh thói, tật của thị dân đương đại đã được Di Li đem ra để lý sự. Từ cơn sốt mua sắm đã trở thành “căn bệnh” của tất cả nam, phụ, lão, ấu đến thói a dua chạy theo những giá trị vật chất tạm thời của người trẻ, và cả những sự lai tạp, hồ lớn, thậm chí là hụt hẫng về văn hóa sống của giới văn nghệ, thậm chí là trí thức... Độ phổ rộng của những vấn đề được Di Li đề cập trong tập ghi chép này khiến tôi tin rằng bất cứ ai đọc qua cũng sẽ cảm thấy bóng dáng của chính mình, những hành vi đã trở thành thói quen của bản thân đang bị người phụ nữ ấy kín đáo quan sát và phân tích. Điều đó dường như thật khó tin khi Di Li được biết đến như một người ôm đồm, cùng lúc làm đủ mọi công việc khác nhau, lại cũng là một bà mẹ có con nhỏ. Một người như vậy thời gian đâu để mà quan sát, rồi lại còn nghiền ngẫm để lý sự nữa? Thắc mắc vậy, nhưng rồi ngẫm lại, nếu không đầu tư quan sát cuộc sống kỹ càng như thế thì Di Li lấy đâu ra chất liệu để sồn sồn cho ra đời hết tác phẩm này tới tác phẩm khác chỉ trong vòng 3 năm qua. 3 năm, Di Li khiến người đọc đi hết ngạc nhiên này đến ngạc nhiên khác, từ tiểu thuyết trinh thám kinh dị “Trại Hoa Đỏ”, đến tập truyện ngắn đầy chất “u-mua” “Đôi khi tình yêu vẫn hay đi lạc đường”, rồi lại phong cách trữ tình đậm thắm ở “Tháp Babel trên đỉnh thác Ánh trắng”... Di Li đã khai thác tới đa những chất liệu cuộc sống mà cô tiếp nhận như người dân Bến Tre dùng trái dừa của họ, chẳng bỏ đi thứ gì. Có khác chẳng chỉ ở chỗ không phải “lành làm gáo, vỡ làm muôi” đối với cái sọ dừa. Vẫn những chất liệu ấy, trong văn chương, Di Li thổi vào đó những sáng tạo phong phú của mình để đưa người đọc đến những cảm nhận mới mẻ và sâu sắc. Còn trong tập ghi chép này, chúng trở thành những dẫn chứng, những cứ liệu để cô phân tích trạng

*thái văn hóa của cả một cộng đồng, trong đó có cô. Những “lý sự” của Di Li trong tập ghi chép này, có đôi chỗ cực đoan, nhưng đó là sự cực đoan chân thành. Chính sự chân thành ấy khiến cho dẫu có những điều Di Li viết bằng giọng văn châm biếm thực sự, nhưng có cố tìm cũng không thể nhận thấy chút cay độc nào, ngược lại chỉ có thể thấy một tình cảm thiết tha với những người đang sống quanh cô.*

*Tuy nhiên, khác với những nhà báo chuyên nghiệp, Di Li khiến người đọc đôi lúc khó chịu vì cách đặt tí các ghi chép của cô. Thực ra tôi không định viết thế, tôi định chê một cách tinh tế hơn, kiểu như nữ giám khảo người Mỹ mà Di Li ca ngợi trong “Chê vùi dập và khen bốc giời”. Nhưng có lẽ, sự tinh tế ấy không phải một lúc mà học được, thôi thì tôi cứ đành “vùi dập” vậy. Nếu như không có những cái tí to tát như “Giải mã nghệ thuật giới trẻ”, nếu như bài “Những giá trị đang dần thay đổi” được đặt một cái tiêu đề nhẹ nhàng hơn, ví dụ “Lon Coca của Di Li và chiếc xe đạp của Bill Gate” chẳng hạn, hẳn người đọc sẽ cảm thấy dễ chịu hơn một chút!*

**Phạm Trung Tuyền – Biên tập viên VOV**

Người Việt mua sắm, người Tàu bội thu

“Người Việt Nam có một niềm đam mê mua sắm kỳ lạ”. Tôi từng được nghe rất nhiều lần câu nói này từ những người nước ngoài. Người ta vẫn cho rằng shopping là đặc tính thiên bẩm của phụ nữ, song đối với người Việt Nam, dường như niềm đam mê này chẳng hề loại trừ nam, phụ, lão, ấu.

Có một lần ngồi trò chuyện với Khachonsak, guide người Thái Lan dẫn đoàn Việt Nam, ở một quán cà phê trong trung tâm thương mại Big C Bangkok trong lúc chờ đợi đoàn Việt Nam túa đi mua đồ, tôi phàn nàn rằng anh dẫn đoàn nước ngoài đi mà chẳng thuyết trình được câu nào về văn hoá, lịch sử, danh lam thắng cảnh, cứ để khách hỏi gì nói nấy, coi như chỉ dẫn khách đi cho khỏi lạc. Khachonsak khẳng định rằng đối với đoàn khách Việt Nam thì chẳng cần phải nói gì cả và anh cũng áp dụng điều đó nhiều lần rồi mà có thấy khách kêu gì đâu. Khachonsak giải thích hồi còn học ở trường đào tạo nghiệp vụ du lịch, trong phần tài liệu hướng dẫn về tâm lý khách hàng, thầy có giảng rằng: Thái Lan có ba nhóm đối tượng khách du lịch chủ yếu. Thứ nhất là khách Trung Quốc, họ không thích mua sắm hay giải trí bằng ăn ngon. Vì vậy các guide dẫn đoàn khách Trung Quốc chỉ cần chú trọng chăm lo bữa ăn cho họ hoặc dẫn họ đi ăn riêng theo yêu cầu là được. Đối tượng thứ hai là khách Nga và khách Đức chỉ thích chơi là chính, họ thích các quán bar, vũ trường hoặc nhảy dù, lướt ván... tóm lại là các trò giải trí rất Thái Lan. Còn khách Việt Nam ư? Nhu cầu ăn uống không quan trọng. Văn cảnh không quan trọng. Giải trí không quan trọng. Mà điều tối cần thiết là shopping. Nên Khachonsak kết luận, cần gì phải nói nhiều, cứ làm thế nào để mỗi khách Việt Nam tiêu hết túi tiền và ra sân bay với một núi hàng hoá là hoàn thành nhiệm vụ. Niềm đam mê mua sắm của người Việt đã được đưa hẳn vào giáo trình giảng dạy của nước ngoài và là kinh nghiệm gói đầu giường cho mọi hướng dẫn viên tiếng Việt thì ta thật không thể “chối cãi” vào đâu được.

Bình thường thì thói quen mua sắm của chúng ta ít khi bộc lộ, song khi đi sang nước bạn, mới thấy rằng niềm đam mê mua sắm của người Việt thật kinh hãi. Tôi có bà bác họ đằng xa, gia đình công chức. Mặc dù không thân thiết lắm song tôi rất ấn tượng với bà vì cách ăn tiêu tằn tiện hiếm thấy đã nổi tiếng trong họ. Sau khi về hưu, bà và cô con gái út phá lệ làm một chuyến du lịch Trung Quốc. Mỗi suất du lịch chỉ tốn chưa đầy 700USD, song khi ra về bà thông báo rằng hai mẹ con đã tiêu hết 80 triệu. Tôi không ngạc nhiên về điều này, vì đã nhiều lần đi cùng các đoàn ra nước ngoài, từ doanh nghiệp, quan chức cao cấp, chủ buôn bán nhỏ lẻ cho đến giáo viên, nhà báo, công nhân, nông dân, đều thấy rằng sức tiêu thụ hàng hóa của chúng ta thực đáng kinh hoàng. Khi ra nước ngoài, không chỉ phụ nữ mà ngay cả cánh đàn ông Việt Nam cũng lao vào mua sắm. Số tiền họ chi trả cho shopping chẳng hề kém cạnh bà bác già nua của tôi. Họ mua những gì? Thập cẩm. Từ những vật đắt tiền như vàng ngọc, kim cương, đồng hồ, laptop cho đến những vật rẻ tiền như cái nồi, cái chậu. Từ những vật nhỏ xíu như thỏi son, thẻ nhớ cho đến những thứ khổng lồ như ti vi, đệm giường, quạt cây. Từ những đồ hữu ích như máy ảnh, điện thoại, dầu gội đầu đến những loại không biết dùng vào đâu như bộ hoa quả giả bằng nhựa hay xe đẩy thức ăn.

Trong số các hoạt động có thể thực hiện được ở một chuyến du lịch thì điều mà hầu hết khách Việt Nam thấy hấp dẫn nhất là shopping. Thậm chí có lần trong chuyến đi Hồng Kông, tôi còn gặp ông khách cùng đoàn, là giám đốc một công ty lớn trong Sài Gòn, đang đứng ngơ ngẩn trên một con phố gần khách sạn với bộ mặt hốt hải như mất cấp. Hỏi lý do làm sao ra đứng đây, ông không thèm nhìn tôi mà dán mắt vào dòng xe xuôi ngược trên đường “Chết tôi rồi... chưa mua được cái gì đây này”. Thì ra đó là ngày cuối cùng còn ở lại trên đất khách, ông bỏ hết mọi chuyện thăm thú danh lam thắng cảnh để... bắt taxi đi shopping. Tối đó, ông tha về khách sạn một xe đồ, hầu như có thể sắm đủ cho một gia đình mới.

Cái tâm lý “chưa mua được cái gì đây này” ám vào hầu hết người Việt khi đi xa. Chúng ta có nhiều mua nhiều, có ít mua ít, mua cho đến sạch túi thì thôi, cho dù những thứ mua về nhiều khi không biết dùng để làm gì hoặc là những đồ đều có sẵn trong các siêu thị ở nhà. Có người tự lý giải điều này như sau: Người Việt trải qua nửa thế kỷ khan hàng, nay dù đã sống trong cơ chế thị trường, hàng hóa dư thừa vẫn bị ảnh hưởng bởi nếp sống cũ, cứ nhìn thấy hàng hóa là thành phản xạ có điều kiện, thấy cần phải tích trữ. Tôi cho rằng không phải vậy. Vì chẳng cứ những người sống vào thời kỳ mua hàng bằng tem phiếu mà ngay cả người trẻ cũng rất thích mua sắm. Có anh phóng viên bên một tờ báo có tiếng của thủ đô vừa đi Pháp về hồ hởi khoe với tôi chuyện shopping. Anh nói rằng phải vô cùng khôn khéo mới tận dụng được tối đa thời gian để đi mua đồ, và phải vô cùng sành sỏi mới mua được nhiều đồ như thế. Tôi hỏi anh đã mua được những gì. Anh nói rằng anh mua hàng chục lọ nước hoa, mỗi lọ một loại cho vợ tha hồ dùng đến... hết đời, rồi vô thiên lủng là quần áo, sữa tắm và xà phòng. Tôi nói những thứ đó ở Hà Nội này thiếu gì. Anh bĩu môi “Hàng bên đó khác”.

Theo các chuyên gia phân tích thị trường kinh tế thế giới thì người Việt Nam là một trong những dân tộc thích mua sắm nhất thế giới và là một trong top 10 quốc gia thích mua hàng theo quảng cáo (chỉ đứng sau Philippin và Brazil). Quả thực, người Việt Nam chúng ta có một niềm đam mê kỳ lạ là thích mua sắm. Chẳng cần phải lang thang giữa những trung tâm thương mại khổng lồ ở Paris, Tokyo hay Bangkok mà ngay cả khi về quê, thế nào ta cũng phải xách lên theo vài nải chuối, chục trứng gà hay rổ bánh với lý do đồ nhà quê chính gốc ngon hơn. Đi Chùa Hương thì ta mua ít măng rừng, đi Hải Phòng ta tạt qua Hải Dương mua mấy gói bánh đậu xanh, đi miền Trung thế nào về cũng lúc lỉu túi bánh cu đơ và mè xừng. Đi Lạng Sơn hay Móng Cái thì khỏi nói, chỉ thiếu điều mang theo xe chở hàng nữa thôi. Những thứ mua về thường nằm lưu trữ hàng năm trời trong thời gian chờ đợi chủ nhân của chúng quyết định xem sẽ nên sử dụng vào việc gì. Đặc điểm này không thấy có ở những đối tượng khách nước ngoài khác. Vì vậy, người Thái Lan và Trung Quốc rất thích khách Việt Nam. Các guide cũng thích nữa vì ngoài tăng nguồn thu chung cho đất nước họ, khách Việt Nam còn tăng thu nhập cho guide. Khachonsak tiết lộ rằng guide hướng dẫn đoàn Việt không có lương mà thu nhập của họ dựa trên khoản phần trăm của số tiền khách mua hàng. Trong tổng số 20% - 30% hoa hồng mà guide nhận được, sẽ phải trích 1/4 về cho công ty du lịch, 1/4 cho guide Việt đi theo đoàn, còn lại sẽ là phần của guide bản địa.

Có lần tôi đến một công ty du lịch trong nước và thấy họ đang làm việc với một khách hàng muốn đi Thái Lan. Sau khi anh này đi khỏi, cô nhân viên trao đổi với đồng nghiệp, đại ý: Anh này là khách quen của công ty và đã đi Thái Lan rồi, mua nhiều lắm, nên phải báo cho phía

bên kia biết để họ san sẻ với người khác. Ý rằng người khách này là một con gà béo và guide bên kia phải biết điều, không nên ăn cả một mình. Số tiền hoa hồng của các guide dẫn đoàn Việt Nam luôn khiến guide của đoàn Trung Quốc, Hàn Quốc đỏ mặt vì ghen tị. Vì thế, các guide thường có xu hướng dẫn khách vào các cửa hàng nữ trang chứ chẳng bao giờ chỉ cho khách các khu đại hạ giá hay chợ trời. Sau những “cuộc vui đá quý”, khách dè xén nhất cũng chỉ hết 200USD, khách nào nhiều thì vài ngàn đô là chuyện bình thường. Cộng cả đoàn hai chục người lại thì khoản hoa hồng đủ nuôi sống các guide. Hầu hết các khách hàng Việt Nam đều được tôn làm “gà béo” nên trong các cửa hàng sang trọng ở Trung Quốc, Thái Lan, Singapore, Malaysia và cả một số nước châu Âu, các ông chủ thường tuyển riêng nhân viên người Việt để “tiếp” đoàn. Đặc biệt là khi người Trung Quốc được coi là các thương gia mưu mẹo nhất thế giới, gặp khách Việt Nam được mệnh danh là một trong những dân tộc thích mua sắm nhất trên thế giới. Thật chẳng khác gì cá hồng gặp biển lớn. Có rất nhiều cửa hàng bán thuốc đông y hay xưởng sản xuất ngọc trai ở Trung Quốc sinh ra chỉ để phục vụ khách Việt Nam. Sau khi rời khỏi những tiệm thuốc đông dược với các vị bác sỹ nói tiếng Việt cũng sôi ngang với tiếng Quan Thoại, khách Việt bao giờ cũng hồ hởi ních đầy túi các loại kem và bột trị bách bệnh từ nám da, bong nước, đau lưng, mẩn ngứa cho đến trĩ nội, trĩ ngoại. Mỗi hộp kem thần kỳ này đều có giá tối thiểu là 5000 nhân dân tệ.

Chuyến công du gần đây nhất, lúc rời khỏi tiệm socola hàng trăm chủng loại để ra sân bay về nước, một chị cùng đoàn tôi tần ngần rút gần chục bó socola ra khỏi túi và nói to “Không biết tôi mua đồng socola này về để làm gì? Nhà tôi toàn người bị tiểu đường, mỡ máu cần phải kiêng đồ ngọt. Mấy đứa cháu bình thường cứ đụng đến bánh kẹo là bị cấm. Mà có làm quà cho bạn bè thì thứ phổ thông này siêu thị nào chẳng có. Vậy mà tốn mất hơn trăm đô tiền socola”. Cả đoàn ngò trên ô tô đều công nhận điều hiển nhiên ấy và thờ dài nhìn đồng socola đang nâng niu trên lòng vì không dám gói chung vào túi xách sợ bẹp mất. Tôi cũng len lén nhìn xuống. Trên lòng tôi cũng có một bọc socola.

## **Những giá trị đang dần thay đổi**

Tôi còn nhớ hơn 20 năm về trước, lần đầu tiên được nếm thử một lon Coca. Đây là một thứ đồ uống kỳ lạ, có ga, nằm trong hộp và lại có màu nâu. Và mặc dầu hôm ấy chưa ăn uống gì từ sáng, say xe bí tỉ, tôi vẫn thèm khát ních đầy bụng một lon Coca mà không biết rằng chính hơi ga sẽ kích thích người ta ói. Từ đó trở đi, hễ khi nào có dịp là tôi lại tranh thủ uống một lon Coca, mặc nhiên khẳng định rằng đó là thứ đồ uống lạ miệng, sang trọng và tuyệt vời nhất mà tôi từng biết. Tôi chọn Coca trong vô vàn thứ đồ uống khác và từ chối mọi thức uống đã quen vị như nước trái cây, bột sắn, cà phê, trà lạnh. Rồi bỗng một ngày, tôi nhận ra rằng trong thực đơn của một nhà hàng sang trọng, Coca nằm trong số những đồ uống rẻ tiền nhất, chỉ ngang hàng với nước khoáng và thứ giải khát đắt tiền hơn lại là một ly nước cam mà tôi có thể tự pha chế. Tôi không biết điều đó thay đổi từ bao giờ, trong khi trước đây Coca vẫn được coi là một thứ đồ uống sang trọng, bởi vì không chỉ riêng tôi mà mọi người Việt Nam khác đều thấy nó lạ miệng và quý hiếm. Tôi càng không biết ngay cả cách đây 20 năm, hay còn trước

đó nữa, thì ở các nước phát triển, Coca (softdrink) đã mặc nhiên được coi là thứ đồ uống giải khát rẻ tiền nhất.

Rồi lại tình cờ một ngày, tôi phát hiện ra những thương hiệu KFC, Lotteria... xuất hiện trên khắp các góc ngã tư lớn ở Hà Nội và Sài Gòn. Nhân viên mặc đồng phục, cửa kính sáng choang và thực khách ra vào hớn hởi với áo quần sang trọng. Trước nay, đồ ăn nhanh mà ông tổ của nó là Mc Donald vẫn được người Mỹ và châu Âu coi là thứ thực phẩm bình dân dành cho giới bình dân, nghĩa là sinh viên, học sinh nghèo, dân lao động vừa ít tiền vừa ít thời gian nấu nướng. Họ chui vào một quán ăn nhanh và ngón những đồ đông lạnh ngày này qua ngày khác. Họ ních đầy gà tây rán, khoai tây chiên và Coca Cola cho đến một ngày nhận ra rằng số lượng người béo phì và mắc bệnh tiểu đường của dân Mỹ đứng hàng đầu thế giới thì bắt đầu lập đề án biểu tình phản đối những ông trùm fastfood.

Ở Âu Mỹ, một mớ rau muống, một lát cá tươi nhiều khi đổi được hai suất fastfood thì KFC vẫn đành nằm trong sự lựa chọn. Còn ở nơi này, giới trẻ sành điệu đi vào KFC, chằm chằm trên những bộ bàn ghế xanh đỏ mà thể hiện sự sang trọng vì rau muống và cá tươi quá sẵn ngoài chợ, còn KFC thì lần đầu tiên họ được nhìn thấy. Ấy là tôi nói vài năm trước, chứ giờ dân ta cũng bắt đầu nhận ra cái nổi KFC chẳng mang lại cho họ lợi ích gì ngoài sự tiện lợi, mà tiện lợi thì cũng đâu bằng ngồi một quán cơm phục vụ trong vài phút. Người ta bắt đầu theo tư duy của dân Mỹ, ngừng dần đồ ăn nhanh. Lâu ngày KFC chỉ còn dành cho lũ trẻ con khoái vị giòn bùi của khoai tây rán.

Cũng giống như Coca Cola, 17 năm trước, tôi không giấu được sự què mùa, dốt nát khi nhìn thấy một người sử dụng điện thoại di động thì tưởng là máy bộ đàm. Không ít người, mất tới vài năm trời mang bệnh sùng bái điện thoại di động. Đã có một thời cũng chẳng phải đâu xa lắc, người dùng điện thoại di động đồng nghĩa với khái niệm “ông chủ lớn” hay “thiếu gia sành điệu”, vì chỉ những người ấy mới lắm “việc lớn” để phải gọi nhiều, mới đủ “tiền lớn” để sở hữu một thứ thiết bị đắt tiền và đủ khả năng trả tiền thuê bao hàng tháng (tôi còn nhớ xấp xỉ một chỉ vàng, tại thời điểm bấy giờ). Nếu người nào sở hữu một thứ không phải “cục gạch” mà nó mỏng tang, màn hình lại có màu thì thật hết biết, mỗi lúc đặt cái a lô lên mặt bàn, dễ tưởng đâu anh ta và vật hình chữ nhật đã trở thành kỳ quan thứ tám của thế giới. Thậm chí tôi còn có anh bạn mua một chiếc điện thoại cực xịn nhưng không lắp sim, chỉ vì anh ta không đủ tiền để trả thuê bao hàng tháng, và lại cũng không có việc gì quá cấp bách để không thể thiếu được điện thoại. Thế là suốt cả tháng trời, cứ ở chỗ đông người anh ta lại rút điện thoại ra a lô, a lô với... không ai cả. Sau khi thỏa mãn cơn ghiền công nghệ sành điệu, anh ta bán lại chiếc điện thoại cho một người khác để lấy tiền sử dụng vào việc cấp thiết.

Vài năm sau, khi mà điện thoại đã không còn là thứ khiến người ta phải tròn mắt lên nhìn thì dường như cứ ở đâu có giới trẻ sành điệu là có một chiếc điện thoại đa chức năng. Họ “lên đời” điện thoại liên tục và rảnh lúc nào là chúi đầu vào hí hoáy bàn phím để nghiên cứu các chức năng mới. Thời điểm đó, tôi cũng một chiếc điện thoại và vài lần cái trang thiết bị ai cũng có ấy đã làm tôi phát ngượng. Lý do là vì có những bạn phải giao dịch với các vị khách nước ngoài mà thu nhập của họ xấp xỉ 30.000USD/tháng, chiếc điện thoại của tôi với màn hình tinh thể lỏng, âm thanh nổi và dáng hình mỏng dính như một siêu mẫu bỗng trở thành



“công chúa” giữa đám điện thoại loại cục gạch, màn hình không màu, vỏ máy nhựa đen của các nhân vật quan trọng kia. Đây là cảm giác giống như của một kẻ ăn mặc đẹp mà lại chẳng có một xu dính túi. Rồi có lần sang Phần Lan, quê hương của Nokia, tôi lại ngạc nhiên hơn nữa khi các quan chức ở đây toàn dùng những chiếc di động cũng mác Nokia nhưng là thế hệ điện thoại mà dân tôi đã vứt đi từ lâu rồi. Nghĩa là những người ấy, họ dùng điện thoại đúng như một thứ công cụ, vớ được cái gì dùng cái nấy, hoặc họ dùng từ lúc điện thoại di động mới ra đời, 10 năm sau nó chưa hỏng thì cũng không việc gì phải thay cái mới, cho dù thu nhập trong tháng của họ đủ mua một vạn chiếc điện thoại. Chuyện này như là một thứ gọi lại hồi ức, chứ giờ thì ngay cả bà bán cá ngoài chợ cũng dùng điện thoại để gọi cá đến cho nhanh. Ta cũng không bàn đến thứ thiết bị đã được coi là nghiêm nhiên ấy nữa.

Con người lúc nào cũng có nhu cầu khẳng định mình, và thứ khẳng định mình là những thứ dễ đập vào mắt người khác nhất, đặc biệt là khi người ta không có gì để tự khẳng định ngoài những thứ có thể đập ra ngoài được. Thế hết điện thoại rồi thì người ta lấy gì ra để làm cho sành điệu? Có một lần tôi đọc được bức thư của cha tôi gửi cho mẹ tôi hồi còn trẻ (chừng 40 năm trước thì phải), có một đoạn thế này “... Anh nể phục em vì em không giống như những cô gái khác. Các cô gái bây giờ chẳng quan tâm gì khác hơn là nào thì áo quần, nào thì xe đạp...”. Lúc ấy tôi đã cười chết ngất. Thời của cha mẹ tôi, người ta coi xe đạp là đẳng cấp, và hai chục năm trước, người ta coi xe Max, xe Dream là đẳng cấp, giờ xe Dream dùng để chạy xê ôm. Mới thấy chúng ta vô cùng tội nghiệp, cũng giống như Coca Cola, ở quê hương của fastfood, điện thoại di động, động cơ hai bánh, người ta chỉ coi chúng như một thứ phương tiện sống thì đôi khi chúng ta lấy làm mục đích sống. Ở thế kỷ 21, khi mà các quốc gia đã xích lại gần nhau, công nghệ mới ra lò phổ biến đến các châu lục chỉ trong vòng một tuần lễ, tưởng rằng chúng ta đã hết sự tội nghiệp giống như khi lần đầu tiên được nếm Coca của hai thập niên trước thì té ra nay vẫn thế. Người ta bắt đầu đua nhau mua một chiếc bốn bánh. Câu cửa miệng mà bạn bè lâu không gặp hỏi nhau là “Đã mua ô tô chưa?”. Nhiều người sống trong ngôi nhà chưa đến một tỷ ở khu dân cư lao động nhưng lại sở hữu chiếc xe trị giá hơn một tỷ. Có người đi làm lương công chức, ngày đêm ky cốp chẳng dám ăn dám tiêu, con cái chỉ dám cho học ở những trường không tốn kém, ngày lễ không dám đi du lịch, chưa bao giờ biết thưởng thức món ăn tại một nhà hàng sang trọng, chỉ thỉnh thoảng kiểm lại số tiền tiết kiệm. Hỏi để làm gì, bảo để mua ô tô. Cô ấy giải thích rằng ước mơ lớn nhất của cô bây giờ là được sở hữu một cái ô tô. Tôi kinh ngạc hỏi để làm gì, khi mà nhà cô ở tít trong hẻm sâu không có gara, vợ chồng cô ấy đi làm, con đi học chỉ mất 5 phút, mùa hè cô ấy cũng không lên rừng xuống bể bao giờ. Cô ấy trả lời đơn giản rằng bạn bè mấy đứa có hết rồi.

Ồ Anh, nếu một ông tổng giám đốc đi Rolls Royce thì ông cấp phó hay trưởng phòng sẽ đi loại xe kém hơn một chút cho dù họ có đủ khả năng để mua cả chục chiếc Rolls Royce như thế. Đây là văn hóa của họ (đã được ghi thành sách), thể hiện sự khiêm nhường và tôn trọng cấp trên. Nhưng chúng ta dễ nhìn thấy ở nhiều cơ quan, ông thủ trưởng đi xe máy nhưng rất có thể một nhân viên quen, bậc lương không đủ mua bốn suất ăn ở một nhà hàng lại đi một xế bốn bánh rất xịn. Lại có nhiều giám đốc công ty tư nhân sở hữu xe ô tô nhưng chẳng hiểu vì không muốn hay không đủ khả năng thuê tài xế riêng thường tự lái. Những lúc có công việc cần nhân viên đi cùng, nhân viên nhẽu nhẽn xuống xe đứng khoanh tay trên vỉa hè còn sắp toát mồ hôi

hột tới lui tìm chỗ đậu xe, làm khối bạn đôi tác tưởng nhân viên là sếp còn sếp là tài xế riêng.

Hôm qua tôi đọc bài báo đưa tin rằng các ngôi sao Hồng Kông như Lưu Đức Hòa, Chương Tử Di, Phạm Băng Băng... đua nhau mua phi cơ riêng vì giờ đối với họ, ô tô cỡ Jaguar, Porsche, Ferrari cũng chẳng phải là thứ sành điệu lắm nữa. Phải rồi, ở nhiều nơi, để chứng minh sự giàu có và sành điệu, đã từ lâu người ta chỉ trưng ra du thuyền, phi cơ, nhà biệt thự trên đỉnh đồi hay kim cương đen, thì rõ một điều rằng vài thập niên sau chúng ta cũng giống như họ. Lúc ấy nhìn thấy ô tô sẽ giống như nhìn một lon Coca.

Thế chẳng may khi đời sống con người đã đạt đến đỉnh cao của vật chất thì người ta xác nhận sự sành điệu bằng thứ gì? Lúc ấy, có lẽ một bộ óc siêu việt cỡ Bill Gate lóc cóc thư giãn trên con đường ngoại ô bằng xe đạp mới thực sự là đẳng cấp và khác người.

## Ta ăn Tết Tây

Trong những ngày Giáng sinh và Tết Tây, ví thử có việc cần kíp phải vào các đại sứ quán hay công ty 100% vốn nước ngoài ắt sẽ thấy lặng im như tờ. Người phương Tây coi đây là một đợt nghỉ lễ dài quan trọng và có sống chết gì cũng không thể bắt họ đi làm việc được. Trước nay dân ta vốn chẳng coi Tết Tây là gì, cùng lắm là được nghỉ một ngày để có cơ hội dọn dẹp nhà cửa cho Tết nguyên đán, nhưng càng ngày, giới trẻ Việt Nam càng coi Giáng sinh và Tết Tây là một ngày hội lớn. Thậm chí nhiều người còn đề xuất gộp Tết ta vào Tết Tây. Bởi lẽ, đối với họ, Tết Nguyên đán là những ngày lễ mà đường phố lặng như tờ, chỗ giải trí không có, cũng không ai có thể lò dò đi du lịch trong nước hay tụ tập bạn bè vào dịp giao thừa. Nhiều người vì hoàn cảnh mà sống không có gia đình bên cạnh thậm chí còn cảm thấy cô đơn và sợ Tết Nguyên đán. Nhưng Tết Tây, sôi động và ồn ã hơn rất nhiều.

### Tết trong lòng thành phố

Chỉ trung tuần tháng 12, những tụ điểm giải trí như trung tâm thương mại, bar, sàn nhảy, karaoke hay quán cà phê đã vô cùng nhộn nhịp với các sắc màu trang trí cho Giáng sinh. Người già coi chẳng động lòng nhưng người trẻ đã thấy ruột gan náo nức. Từ Giáng sinh đến giao thừa, Tết Tây chỉ cách nhau có vài ngày. Và rất may, ở Hà Nội (thành phố lớn duy nhất ở Đông Nam Á có mùa đông) cho dù mấy bữa trước trời có nắng hanh hao cỡ nào thì đúng ngày 24/12, thế nào cũng trở gió. Rét cắt da cắt thịt. Bình thường thấy rét chẳng ai sung sướng gì, nhưng Giáng sinh, Giao thừa mà không có rét, nhìn không khí vô duyên hết chỗ nói. Người ta thích rét, để được thấy ấm áp hơn ở những nơi sôi động, để có cảm giác thực sự của một đêm Giáng sinh, Giao thừa xứ hàn đới.

Đêm cuối năm, đường phố dường nóng lên vì những dòng người ngồn ngộn đổ về các khu vực trung tâm như Hồ Tây, Hồ Gươm. Nếu người ta cô đơn, chỉ cần chọn một chiếc ghế trong góc quán cà phê trên một tòa nhà ven hồ, cũng có thể tận hưởng niềm vui của ngày Tết. Nếu người ta có bạn nhưng lại tồn dư quá nhiều khoản cần chi khác, hãy cứ lặng lẽ đứng hòa vào dòng người ngồn ngộn bên các cột bóng xanh đỏ của người bán dạo ven hồ, ấy cũng là có Tết. Nếu người ta sẵn sàng hơn, bạn bè tùm năm tùm ba, rất có thể chọn cho mình một sàn nhảy sôi động nào đó, hay một quán cà phê rộng rãi có những chương trình tap kỹ đón chào năm mới.

Mỹ Linh là một vũ công Salsa. Cô và bạn trai mình dường như chuẩn bị cho dịp náo nức này từ đầu tháng 12. Những bộ quần áo đặc biệt được chọn kỳ công từ trước chỉ để dành riêng cho đêm Giáng sinh và Giao thừa. Cô nói rằng cộng đồng Salsa đã lên chương trình từ cả tháng nay, và họ sẽ chọn lựa một sàn nhảy Salsa nào đó trong số S-Fire Studio, Nutz Bar... mà có tổ chức những chương trình thú vị để khiêu vũ đến nửa đêm. Một trong những tụ điểm đông đúc nhất thành phố vào dịp này là bar Seventeen Saloon (Trần Hưng Đạo), Dragonfly (Phùng Hưng), Taboo (Thụy Khê), Royal Club (Ngô Văn Sở)... Người đang đi rét mướt ngoài phố, chỉ bước qua một cánh cửa là đã rơi vào không khí rộn rã của ngày hội. Nếu như Seventeen Saloon mù mịt khói thuốc, hơi rượu mạnh trên những chiếc bàn kiểu cao bồi viễn Tây với các ban nhạc Folks, Country, Blue, Rockn' Roll, Flamenco thì ở Cool Arab, người ta xúm xít

trong những khoang thăm dò thiết kế kiểu Ba Tư để đắm mình vào khói shisha thơm lừng, nhạc Trung Đông réo rắt và hình dung ra những chiếc chuông nhỏ xíu trên trang phục của vũ công múa bụng. Ở các quán bar, cà phê trong các khách sạn lớn như Daewoo, Melia, Sofitel Plaza... không khí Tết Tây rõ rệt nhất với những cây thông khổng lồ dát đèn sao xanh lam, khiến lắm khi người ta quên mất rằng mình đang sống trong một thành phố mà Tết Nguyên đán mới là quan trọng.

Nhiều gia đình trẻ lại có những lựa chọn riêng. Họ mua cây thông và đồ trang trí băng tuyết, hàng rào, đèn sao sa, nến thấp về để trang hoàng tận dụng đến tận qua Tết. Giáng sinh, Giao thừa là dịp mà lũ trẻ con rất náo nức, có phần chẳng hề kém Tết Nguyên đán. Một gia đình nào đó có thể tổ chức Giáng sinh hay giao thừa tại gia. Họ có nến, có nhạc, có cocktail tự pha chế, có bánh ga tô hình khúc gỗ, một ông già Noel mang túi quà (do một vị giả trang), với hơn chục đứa trẻ và cũng ngần ấy bậc phụ huynh, vậy là không khí đã chẳng khác nào Paris hay Mỹ quốc. Trẻ con hào hứng bóc quà, người lớn náo nức chúc rượu trong bản nhạc vui nhộn của Jingle Bell. Một đêm vui âm áp đã hình thành nên một không khí văn hóa mới như thế, một không khí văn hóa sống mà chỉ hơn thập niên trước đây thôi không hề xuất hiện phổ biến ngay cả ở các thành phố lớn.

## **Giao thừa, ta phiêu lãng**

Không hiếm người có điều kiện tận dụng dịp lễ này để đi du lịch. Người ta nghỉ dưỡng ở những resort Nha Trang, Đà Lạt, Mũi Né, Sa Pa. Người ta đặt tour Thái Lan, Singapore, Malaysia. Ở tất cả những nơi đó đã có sẵn các hoạt động giao thừa vô cùng sôi động do dịch vụ du lịch sắp xếp. Riêng về ngày lễ này, các quốc gia Đông Nam Á khác nhộn nhịp hơn ta rất nhiều. Họ sẽ bắn pháo hoa và diễu hành Carnival trong các khu resort hay công viên giải trí. Chỉ mỗi tội là nóng trời thôi, không có cái không khí rét mướt thực sự như ở phương Tây hay Hà Nội, nhưng dù sao cũng là một trải nghiệm khác lạ. Vì thế trong đợt này các công ty du lịch thường cháy tour và những hãng hàng không giá rẻ sẽ chẳng bao giờ down giá. Vé máy bay, khách sạn và các dịch vụ du lịch khác đều đắt gấp rưỡi, nhưng cũng chẳng sao, cả năm mới có một lần, người ta nhao đi để xả hơi sau những ngày dài tất bật.

Tuy nhiên, có một bộ phận khác du hí kiểu thú vị hơn, đó là “phượt Tết”. Từ vài tháng trước, khi còn đang nóng trời, các diễn đàn đã nhộn nhịp... không khí Tết Tây, khi mà họ bàn nhau kế hoạch phượt vào dịp nghỉ lễ. Đúng vào Giáng sinh, hay sáng 31/12, khi trời còn đang tù mù trong cái rét cắt da cắt thịt trộn lẫn sương mù và mưa phùn, từ nhiều góc trong thành phố, sẽ có những đoàn người lũ lượt trên xe máy, đằng sau thò hàng đống lùm lùm những đồ phượt mang theo. Họ đi đâu? Họ sẽ chuẩn bị vượt một quãng đường vài trăm cây số trong thời tiết 13oC để thẳng hướng đến... Lũng Cú, Phan Xi Păng, Mù Căng Chải hay đỉnh Mẫu Sơn. Tết trong lòng thành phố cứ Tết, còn họ tìm về nơi hoang dã, nơi Tết hay không Tết đều không khác gì nhau. Khi đến nơi, họ thuê một nhà sàn rộng rãi hay hội trường bỏ không. Tất cả ngã đồ xuống. Đã đi phượt, đừng hy vọng di chuyển bằng ô tô, ở phòng khách sạn với chăn mền âm áp, bình nóng lạnh, lò sưởi hay điều hòa hai chiều, bữa ăn sáng continental hay bún riêu bún ốc. Họ sẽ phải rửa mặt mũi chân tay bằng thứ nước ít ỏi đã gần như đóng thành băng

của người bản xứ. Họ ăn mì tôm và bánh mì mang theo. Họ ngủ ngay trên sàn xi măng lạnh lẽo với cơ số vài chục người nằm xếp hộp, đắp chiếc chăn cũng lạnh như nước đá. Nhưng có hề gì, vì đã phượt thì phải thế mới ra phượt. Đã giao thừa hoang dã thì kiểu thế mới ra giao thừa. Họ sẽ thức cả đêm để khiêu vũ trong bản Te propongo cuồng nhiệt phát ra từ đầu đĩa CD và loa thùng mang theo. Họ sẽ đốt lửa ấm áp ngay giữa núi rừng ào ào tiếng gió hú, vượn kêu. Và giờ phút giao thừa đã đến, họ sẽ nắm tay nhau đồng thanh đếm lùi từng khắc để bước sang một năm hoàn toàn mới.

Như thế, năm mới và năm cũ đôi khi chỉ giao nhau trong một khoảnh khắc. Đôi khi, thậm chí người ta còn không nhận ra cả khoảnh khắc đó nếu như không coi giao thừa Tết Tây là quan trọng.

### **Và tôi thì ngủ**

Tôi cũng thử trải nghiệm tất cả các kiểu nghỉ Tết như vừa điếm. Và có một năm, tôi cũng ngủ đúng vào đêm giao thừa Tết Tây, như phần lớn những người già cả khác và như một bộ phận không nhỏ những người trẻ ngủ say vào đêm giao thừa. Tôi lên giường từ 10h đêm 31/12, và khi thức dậy thấy đồng hồ đã điếm 7 tiếng. Tôi treo cuốn lịch mới lên tường, xé bao ngoài để thấy số 1 đỏ chói. Mở cửa ban công thấy con đường trước mặt vắng lặng và lạnh giá. Tôi chuẩn bị đồ ăn sáng, dọn dẹp nhà cửa và xách túi đi chợ. Tôi đã bắt đầu một năm mới như thế.

## Chê vui dập và khen bốc giờ

Tôi có cô bạn sống ở Slovakia 12 năm trời, sau này về nước, trong một câu chuyện, cô nói rằng “Tây họ không hay chê giống mình đâu nhé. Lúc nào cũng khen”. Rồi tôi lại có cô bạn đại học lấy anh chồng Đức, trong một lần tâm sự cũng nói như thế, song cô bức xúc rằng bình thường giao tiếp họ tế nhị thế cũng thích, nhưng sống với nhau cùng một nhà mà cứ tế nhị quá cũng khó chịu, đến độ lắm lúc cô phải bảo chồng rằng “Có gì không hài lòng anh cứ nói thẳng ra đi, đừng có im lặng như thế”. Nghĩa là có điều gì hài lòng thì anh chồng khen ngợi, có điều không hài lòng anh ta giữ im lặng, khiến cô không biết đằng nào mà lẩn. Nhiều bạn nghe kể như thế đâm ra tôi hay để ý “người Tây” và “người ta”, mới thấy rằng đúng thật. Người phương Tây nhìn thấy một người mặc cái áo xấu, thay vì chê “Cái áo xấu thực”, anh ta sẽ nói rất vòng vo “Màu áo rất hợp với bạn, cái cổ áo cũng đẹp nữa nhưng giá như kiểu cách tổng thể....”.

Dường như người Việt hay người nhiều nước châu Á khác có “văn hóa chê”, nhiều lúc đến độ thô lỗ. Chê có hai loại: Chê trước mặt và chê sau lưng. Về cái sự chê sau lưng thì dường như rất ít người Việt tránh được tật này. Chê sau lưng trong một đám tùm năm tùm ba dù là quý ông hay quý bà, dù là người già hay các cháu tuổi teen, dù là nông dân hay thượng lưu trí thức, dù là các nhà khoa học hay giới nghệ đều được coi là một chủ đề hấp dẫn dù không ai “có ý”. Xin miễn cho tôi không phải nhắc đến những chủ đề chê mà ai cũng biết ấy. Trước nay chê sau lưng được coi là một tính xấu mà cho dù có “vô tình” phạm phải người ta vẫn nhận thức được là mình không trong sạch. Tuy nhiên, chê trước mặt bấy lâu lại được nhiều người coi là một thứ thẳng thắn, minh bạch, dũng cảm, bản lĩnh, không luồn cúi. Đôi khi người ta không nhận thức được tác hại của một lời chê và hậu quả của nó để lại những gì.

Có lần, tôi đọc được entry của một blogger người Sài Gòn. Cô rất bức xúc vì sau cuộc hẹn gặp buổi sáng với một người bạn trai cũ, mà nay coi như bạn bè, cô đã thất vọng vì ngay lúc vừa mới gặp, cậu ta đã hét lên mừng rỡ “Trời, sao dạo này em béo thế”. Cả quán cà phê đông đúc quay lại nhìn cô gái, và cậu chàng thì mỉm cười khoái trá (hay ít ra là cô cảm thấy thế). Rút cục, cô kết luận trong cái entry đầy âm ức “Tôi cảm thấy cả quán cà phê đều biết sự thật về cái thân hình quá khổ của tôi còn tôi thì cứ ngồi đấy chịu trận với một gã dở hơi to mồm”. Tác hại của một lời chê vui miệng đôi khi rất khó lường. Nhiều người trẻ mới bước vào nghề, chỉ vì một lời chê thẳng thừng của các bậc “bè trên” mà họ mặc cảm, tự ti đến không dám thể hiện mình nữa.

Ấy là nói chuyện “dân thường”, chuyện khen chê vui miệng không ác ý, song nhiều người ở những cương vị mà một lời khen chê của họ có tác động to lớn đến đối tượng, có tác dụng định hướng cho công chúng, lại trong một buổi lễ long trọng, vậy mà cũng không kìm chế được những câu “lỡ miệng” rất kỳ quặc. Trong một cuộc thi giọng hát hay được phát trên truyền hình, có một số người nổi tiếng được mời đến dự và đưa ra lời bình luận. Tôi còn nhớ sau màn trình diễn của một thí sinh, một nhà thơ nữ rất tên tuổi đã bình luận trước hàng triệu khán giả truyền hình một câu thế này: “Khi nghe cậu ấy hát, tôi chỉ muốn bài hát kết thúc sớm để tôi không phải nghe thêm nữa”. Nhiều chương trình thi giọng hát hay phát sóng trực tiếp trên truyền hình, các thành viên ban giám khảo là những nhạc sĩ, ca sĩ nổi tiếng cũng có thái

độ kỳ cục không kém đôi với các thí sinh. Để nói về sự khen chê có văn hóa, có lẽ nhận định rõ nhất là trong một chương trình thi bước nhảy đẹp của các ca sĩ hải ngoại, thành viên ban giám khảo là ba ca sĩ hải ngoại rất nổi tiếng và một đạo diễn múa người Mỹ. Khi xem tường thuật buổi trình diễn, nhiều phen khán giả phải đứng tim vì những câu bình luận gây cười của các thành viên ban giám khảo người Việt “Đẹp trai lắm, nhưng em nhảy chachacha hay đang làm cái gì vậy?” hoặc “Nếu phải cho điểm thì tôi sẽ cho điểm bạn nhảy của em nhiều hơn”. Thậm chí với một thí sinh là nữ ca sĩ tài danh U70, thành viên BGK lại chính là bạn thân của bà cũng chê thẳng thừng trước vài trăm khán giả trực tiếp và hàng triệu khán giả gián tiếp “T rất giỏi thể thao nên những động tác khiêu vũ của bà cũng rất... thể thao” và “Được lắm, váy đẹp và... biết nhảy tango”. Tuy nhiên, vị nữ giám khảo người Mỹ thì lại có những lời bình luận thế này “Đúng là một nghệ sĩ hoàn hảo với màn dàn dựng đầy bí ẩn. Song tôi muốn được nhìn thấy nhiều hơn những động tác hông”. Hoặc với một nam ca sĩ khác sau màn trình diễn tango Argentina “Anh thực sự là một người tình châu Mỹ Latinh. Hai bên nhảy rất chính xác từ vóc dáng đến nhịp điệu. Nhưng giá như có thêm sự lãng mạn giữa hai người”. Có lẽ, chỉ cần so sánh những lời bình luận cũng có thể dễ dàng nhận định được một khác biệt về văn hóa. Cũng là một lời chê, chê động tác hông kém, chê sự trình diễn cứng quá, nhưng lời bình luận khiến người nghe dễ chịu và thể hiện rõ một không khí văn minh, lịch sự. Đôi khi, chúng ta chê nhau nhiều quá, chê một cách “phũ miệng” nên thấy đó là chuyện bình thường, ai không chê mới là lạ, mới là thứ “không có quan điểm rõ ràng”, “ba phải”, “mũ ni che tai”, “hèn nhất không muốn làm méch lòng ai”. Những người nổi tiếng công khai chê nhau trên báo chưa đủ còn lên các diễn đàn để đả kích nhau. Nhiều bài báo mà tác giả của nó chê bai nhiệt tình một đối tượng, khi kết bài độc giả không hiểu nhà báo đưa ra thông điệp gì mang tính đóng góp, xây dựng, có gợi ý giải pháp nào không hay chỉ chê cho “sướng cái miệng”. Chúng ta chê nhau tán loạn, đôi khi có mục đích và đôi khi không có mục đích, chỉ để cho vui, chỉ để kiếm chuyện làm quà. Nhiều khi, chê đơn giản chỉ là một biện pháp để tôn vinh bản thân mình, để hạ bệ đối phương, chê người này để làm phương tiện tôn vinh người khác, thậm chí còn là biện pháp để giấu đi sự thất bại, mặc cảm, tự ti của chính mình.

Trái ngược với những lời chê lắm khi khiến chủ thể phát sốt phát rét thì có nhiều lời khen lại đâm làm người khác phải “tẩu hỏa nhập ma”. Có những người được khen nhiều quá (mà ở vị trí xã hội rất cao, anh ta/cô ta không có cơ hội được nghe lời phê bình chân thật) khiến họ đâm ra tưởng thật và lâu ngày hóa thành ảo tưởng rồi làm những điều hết sức lố bịch. Những người hiểu biết và tỉnh táo gặp những lời khen bốc giời kiêu này thì lắm khi phát ngượng. Tôi từng đọc một câu bình luận trên báo về một nam diễn viên ở miền Bắc thế này “Anh có nụ cười quyến rũ giống hệt nam diễn viên Tom Cruise”, hoặc về một nữ diễn viên khác “Cô có đôi mắt mơ màng của Liz Taylor”. Chẳng hiểu khổ chủ nghĩ thế nào chứ người đọc thì phát lộn ruột vì ai chẳng biết rõ chàng trai bom tấn Tom Cruise và người đẹp từng thủ vai nữ hoàng Cleopatra, mà tờ báo lại minh họa lù lù khuôn mặt chàng và nàng diễn viên của ta.

Bình luận và phê bình rõ ràng là cần thiết, không chỉ trong giới chuyên môn trên mọi lĩnh vực mà còn cần thiết cả trong đời sống hàng ngày. Nhưng phê bình, góp ý mang tính xây dựng trái ngược với việc khen, chê tùy tiện. Để buông ra một lời khen, chê, không đơn giản người có mồm miệng lưu loát là được, mà còn cần đến cả một phong văn hóa và kiến thức rộng lớn

về chân, thiện, mỹ. Có phong văn hóa rồi anh còn phải cần đến một sự tế nhị để hiểu lúc nào nên buột ra lời khen chê, và khen chê thế nào cho có thẩm mỹ. Còn nếu không có những điều đó, tốt nhất ta nên im lặng, và sự im lặng lúc này mới thực là vàng.



## Dùng chung cho vui

Hồi năm 2003, tôi có chuyến công tác phải đi qua vịnh Baltic bằng tàu biển. Con tàu này có 12 tầng, chở nhiều khách du lịch đủ mọi quốc tịch. Tôi bắt chọt nổi máu Sherlock Holmes bằng cách đoán quốc tịch của từng nhóm khách trong nhà ăn. Cái đám trẻ con cao lớn tóc bạch kim kia chắc người Thụy Điển, nhóm khách ngồi ăn chậm rãi trong im lặng chắc người Đức, hai anh chị da rám nắng ăn mặc lôi thôi xuềnh xoàng đang ngồi uống cà phê dứt khoát là người Úc châu, gặp một chị phụ nữ châu Á nổi cựa khi bị anh bạn cùng đoàn tôi giẫm vào chân, tôi đoán người Hàn Quốc chứ không phải Nhật Bản hay Trung Quốc. Thậm chí khi nhìn thấy một bàn ăn không người còn ngón ngang bát đĩa tôi kêu lên “Chắc chắn có một đoàn khách Trung Quốc vừa ngồi đây”. Dễ lắm, chỉ cần căn cứ vào những lòng đỏ trứng gà tròn vo bỏ nguyên trên bàn là đoán ngay ra được. (Người Trung Quốc chỉ ăn lòng trắng trứng mà bỏ lòng đỏ). Thế mà đúng. Sau hỏi ra thấy mọi suy đoán là đúng hết. Có người hỏi tôi: “Thế người Việt Nam thì có đặc điểm gì?”. Tôi không dám trả lời câu này vì sợ các anh chị trong đoàn, hay chính mình chạnh lòng. Tuy nhiên sau có nói rằng “Cách nhận biết người Việt giữa đám đông rất dễ, vì họ luôn đứng tùm vào nhau thành một nhóm lớn. Họ cứ đứng im đó mà không di chuyển đi đâu cả”. Có người phản biện rằng đó là do chúng ta sợ bị lạc, do không tự tin khi đi ra nước ngoài. Tôi đề rằng không phải như vậy, mà người Việt chúng ta có một tập quán vừa dễ thương, vừa dễ ghét là tính quần thể cao, hay cũng chính vì cái tính quần thể đó mà tất thấy chúng ta đều mắc phải cái sự mặc cảm, tự ti khi ra thế giới, thậm chí không hòa nhập được với thế giới.

Chúng ta đặc biệt thích dùng chung nhiều thứ, những thứ mà người phương Tây không muốn, không thể chung được là chung bát nước chấm, chung lược, chung giương, chung ghé, chung lối đi, chung nguồn nước, chung nhà vệ sinh, chung đủ thứ chung. Từ tập quán văn hóa làng xã, các gia đình ở nông thôn dù đất có rộng mấy vẫn thích sống co cụm trong quần thể, các cặp vợ chồng trong một gia đình nhiều thế hệ lúc ngủ chỉ cách nhau cái vách ngăn. Khi đêm đến con nằm giữa bố mẹ nằm hai bên. Gia đình hai con thì thậm chí bốn người chung một giường. Nhà nào có việc thì cả đám phụ nữ trong làng xúm vào làm chung bếp. Nét văn hóa đó cũng có phần đẹp, tuy nhiên, nó để lại một nếp sống thâm căn cố đế ăn sâu từ ngàn đời mà cho đến tận thế kỷ 21 vẫn được duy trì ở các thành phố lớn. Rất nhiều gia đình hiện nay còn tồn tại thói quen cho con cái ngủ chung giường, cho dù không phải thiếu diện tích ở. Từ cái “chung” thưở đầu đời đó, “chung” từ lúc mới mở mắt nên toàn dân chúng ta sẽ phát triển nhiều thói quen “tập thể” khác. Trong tất cả các lớp học công lập ở Việt Nam hiện nay, từ bậc mẫu giáo đến đại học vẫn duy trì loại bàn ghé cho nhiều người ngồi. Nghĩa là bàn dài, ghé dài để có thể ngồi chung từ 2-5 người. Điều này hoàn toàn ngược lại với các nước tiên tiến khác, khi mà học sinh đến trường luôn được ngồi mỗi em một bàn. Không phải do chúng ta thiếu chỗ mà chỉ do tập quán mà thôi. Đến độ, nhiều khi các lớp học vắng người, chỗ còn thừa cho hai chục người nữa, nhưng học viên từ trẻ đến già đều thích ngồi đôn 5-6 người một bàn (cái bàn chỉ đủ sức chứa cho 4 người), cho vui. Dù trời nóng đến vã mồ hôi thì vẫn cứ thích chen chúc trong một bàn, để mặc các bàn khác bỏ không. Thậm chí khi đi vệ sinh, (chứ không phải đi xem phim hay ăn tiệc) người Việt cũng có thói quen rủ nhau cùng đi cho vui. Có người nếu không rủ được ai đi cùng thì đành đoạn cố nhịn chứ nhất định không chịu đi một mình.

Có một điều khiến người nước ngoài rất ngạc nhiên về chúng ta là sự “thân mật giữa những người cùng giới tính”. Họ rất tò mò khi thấy hai cô gái khoác tay nhau đi ngoài đường phố, hai chàng trai ngồi sát cạnh nhau trên một chiếc ghế, điều rất bình thường đối với người Việt. Còn nhớ có lần tôi sang thăm người chị họ ở bang Saarbrucken, Đức. Khi đi dạo trên phố, hai chị em vẫn khoác tay nhau như hồi còn ở nhà. Tuy nhiên, lúc vào phố chính đông người, chị giật tay tôi ra và nói rằng “Làm như thế bọn bên này nó tưởng mình là homorsexuel (người đồng tính)”. Người phương Tây cho rằng nam nữ chung phòng thì là bình thường, nhưng nam với nam hoặc nữ với nữ thì là khác thường. Do đó, khi đi công tác hoặc du lịch, người Việt rất sẵn lòng chia sẻ chiếc giường đôi cho một người bạn cùng giới, còn người phương Tây thì không bao giờ. Cái việc mà họ không bao giờ làm thì chúng ta lại rất vui vẻ nằm cùng cho... vui. Thậm chí hai người chung nhau một chiếc giường đơn cũng chẳng thấy phiền toái gì. Mới hè năm ngoái tôi đi công tác Phúc Kiến (Trung Quốc) cùng một đoàn các nhà quản lý giáo dục. Phía nước bạn tiếp đón rất thịnh tình, nghỉ bất cứ khách sạn nào đều dành cho mỗi người một phòng suit room, loại rộng cả trăm mét vuông có kèm phòng khách. Giá phòng ước chừng cũng 200USD/đêm. Nhưng tới đến tất cả các chị em bàn nhau chuyển phòng sang ở cùng cho vui. Phòng nào cũng chỉ có một giường đôi. Thì ngủ chung giường có sao, còn hơn ở một mình vừa sợ ma, vừa trông trải. Các chị đã lớn tuổi đều bảo “Từ thuở bé đến giờ mình chưa ở một mình một phòng bao giờ. Không quen”. Vậy là đoàn 10 người mà đến 5 phòng bỏ trống không, trong khi các chị chịu khó chen chúc nhau trên chiếc giường chung chật hẹp.

Một anh bạn người Nga ở homestay cùng gia đình người Việt kể rằng có lần gia đình đó đón một ông chú trong họ ở xa đến chơi, nhà không còn chỗ nên ông khách mới vui vẻ bảo anh ta rằng “Chú ngủ chung với cháu cũng được”. Anh này phàn nàn rằng cả đêm hôm đó không ngủ được vì anh chưa ngủ kiểu thế bao giờ. Ông khách người Việt kia không những nằm chung giường với anh mà còn chung cả chăn. Anh cố lăn ra mép giường cho thoải mái thì lại thấy hụt chăn, cuối cùng đành ra ban công ngồi hút thuốc. Có lần anh về muộn nên ngại gọi cửa gia chủ, đành cả đêm lang thang ngoài quán xá. Mới hỏi tại sao không về nhà bạn bè tá túc, anh bảo nhà họ chỉ có mỗi chiếc giường, không tiện. Tôi ngạc nhiên nói có gì mà không tiện, giường đôi thì nằm chung có sao đâu. Anh cũng ngạc nhiên không kém rồi kêu lên rất sôi “Thế thì thành pê đê à?”. Mới hay văn hóa là khác nhau, chúng ta thấy người nước họ nam nữ thân mật ngoài nơi công cộng thường tò mò len lén nhìn. Còn họ sang nước ta thấy những người cùng giới tính bá vai bá cổ nhau thân mật đậm kinh ngạc.

Tập tục “dùng chung cho vui, cho thân ái” này dẫn đến việc trở thành thói quen, thói quen thì khó bỏ, không thực hiện được thói quen đó thì thấy khó chịu, thấy không thoải mái. Điều đó dẫn đến việc chúng ta ít chịu làm việc gì một mình mà không có người khác làm cùng. Chúng ta không dám giơ tay phát biểu trong lớp học, trong cuộc họp, không dám mình mình hành động một kiểu. Chúng ta không dám một mình vào nhà hàng, một mình vào rạp chiếu phim hay một mình đi du lịch (Điều mà người phương Tây cho là bình thường còn ta cho là kỳ dị). Từ đó chúng ta trở nên mặc cảm, tự ti bất cứ khi nào “một mình”, thành thử làm gì cũng phải “rủ” cho yên tâm. Chúng ta cũng rất khó hòa nhập trước một cộng đồng lạ. Và điều đó lý giải vì sao tính cộng đồng, tính quân thể không phải khi nào cũng tốt.

## Chuyện cái nhà

*Tôi có thói quen hay quan sát tỉ mỉ kiến trúc nội ngoại thất mỗi khi đến một đất nước, một thành phố hay thậm chí tư gia của một gia đình nào đó. Tôi tuyệt đối cho rằng, ngoài những dấu hiệu đặc trưng để nhận biết văn hóa sống, thì thứ dễ thấy nhất chính là không gian sống. Con người ta, ăn mặc, ẩm thực... có thể dễ dàng thích nghi và thay đổi, dễ dàng nguy trang và nguy biện, song không gian sống là cái đã ăn vào máu thịt, không dễ gì đổi khác được. Con người thế nào, không gian sống thế ấy.*

### Từ những kiến trúc của một cộng đồng

Không gì bộc lộ rõ nét hơn về tính cách, văn hóa, thẩm mỹ... của chủ nhân qua lối kiến trúc căn nhà của họ, mà đôi khi chính họ cũng không nhận ra. Những ngôi nhà của người Pháp mang một nét rất đặc trưng của những tâm hồn khoáng đạt, lịch lãm với cửa trắng hoặc xanh lá cây và ban công phủ đầy hoa hồng và đỗ quyên. Kích thước cửa sổ rất lớn, to gần bằng cửa ra vào, có lắp thêm cánh cửa chớp bằng gỗ và phần mái dốc quay ra mặt tiền. Nhà của người Đức, trái lại thường sử dụng gam màu trầm hơn như nâu, ghi xám, màu gạch đỏ nguyên bản, cửa sổ nhỏ, không cửa chớp, chớp mái quay ra mặt tiền và không có bao lơn. Sau khi chinh phục hàng loạt thuộc địa, người Pháp mang nguyên si kiến trúc của họ đến nơi ở mới và kết hợp với một chút kiến trúc bản xứ, thành thử ra giờ vẫn còn những ngôi nhà ở Lào, Campuchia và Việt Nam mang kiến trúc Đông Dương đặc thù. Ấy là nhà nào nhà nấy đều hai tầng gác, cửa sổ to tương, tường sơn màu vàng, cửa xanh lá cây và đương nhiên có cả cửa chớp.

Tôi có một cô bạn lấy chồng người Đức. Một lần đến thăm nhà cô ấy, rẽ ngang dọc đích dắc tận trong khu xóm ven bờ sông Hồng. Tuy nhiên, chẳng cần phải hỏi thăm đường, từ xa tôi đã nhìn thấy “căn nhà Đức” chen giữa những ngôi nhà Việt Nam thuần túy. Cái nhà của cô bạn tôi được anh chồng thiết kế theo kiểu kiến trúc gợi nhớ quê hương, nên cho dù nhà có hình ông (để thích nghi với địa hình nhà Việt Nam) vẫn cứ kín đáo và lạnh lẽo hết một ông Đức đang đứng cô độc giữa một cộng đồng khác chủng tộc, với tường giả gạch ghi xám, cửa vào màu nâu và chớp mái nhọn.

Nhà của người Trung Quốc cũng mang lại một kinh ngạc lớn cho du khách nào lần đầu tiên đến thăm. Cửa ra vào một tòa nhà hay một khu chợ lớn của người Trung Quốc (dù ở Hồng Kông hay Trung Hoa đại lục) bao giờ cũng bé tẻo teo, tưởng chừng bên trong chỉ có một hai căn hộ nhỏ hẹp là cùng, ai ngờ bước chân vào mới thấy ngợp bởi hàng trăm ki ốt bán hàng và người qua kẻ lại tấp nập. Nếu ai có dịp quá bộ đến những khu nhà của Hoa kiều xưa kia ở khu phố Hàng Buồm, cũng sẽ bắt gặp một cảm giác tương tự. Những chủ nhân người Việt gốc Hoa sáng tạo nên một thứ cửa ra vào như nguy trang, nhưng dãy hành lang hun hút bên trong lại tỏa ra vài chục căn hộ đông đúc. Nhìn bề ngoài, không ai tưởng tượng được đằng sau những ô cửa bé xíu, thay vì một cổng chào khổng lồ, lại là cuộc sống ồn ã, sinh động của cả một cộng đồng. Đó cũng là tính cách đặc trưng của người Trung Quốc. Những cộng đồng người Hoa sống ở hải ngoại luôn có một mối liên hệ gắn kết chặt chẽ với nhau song khó người bên ngoài

nào xâm nhập được vào những khu China Town dường rất kín đáo và bí ẩn của họ. Ngược hẳn với người Trung Quốc, người Thái Lan thường để nhà có hai mặt tiền với một dãy hàng hiên rộng chạy bao quanh, vừa để hứng gió mát cho phù hợp với khí hậu địa lý, vừa thể hiện rõ nét đặc tính thân thiện của người Thái qua một không gian mở. Người Brunei theo đạo Hồi, kiến trúc nhà cửa đặc biệt xấu. Có lẽ tôi chưa thấy nhà ở đâu xấu như ở Brunei. Khắp thành phố, nhà cửa chỉ là những khối hình chữ nhật mang tông màu ghi xám. Nhợt nhạt và đơn điệu. Ngay cả khách sạn The Empire được mệnh danh là 6 sao mà bề ngoài cũng rất tẻ nhạt. Nhưng khi bước chân vào bên trong, người ta phải choáng ngợp vì những cột trụ nhà lớn khảm hoa văn tinh xảo như đèn đài, cung điện. Nhà dân thường, nhà của người có thu nhập thấp cũng vậy, bên ngoài rộc rịch nhưng bên trong nhất thiết phải có thảm nhung trải sàn, gờ tường khắc họa tiết cầu kỳ. Người Hồi giáo Brunei bản tính kín đáo, không phô trương nên mặc dù là một quốc gia giàu có, ta cũng khó nhận thấy điều đó nếu chỉ nhìn từ bên ngoài.

Đây là những đặc điểm chung của kiến trúc không gian sống trong một quốc gia, còn kiến trúc mỗi vùng miền lại khoanh vùng những nội hàm hẹp hơn. Tôi đã một lần đến Huế, và vô cùng ngạc nhiên trước những ngôi nhà kiểu cũ của người xứ đò. Người Huế đất rộng, hầu như nhà nào cũng có sân vườn mênh mông. Tuy nhiên, bên trong thì vô cùng trái ngược. Nhiều gia đình Huế ngày nay vẫn sống chung nhiều thế hệ, nên mỗi gia đình nhỏ lại thiết kế cho mình một không gian riêng, đó là những bức tường ngăn giữa các phòng con trong một căn phòng lớn. Mỗi phòng chỉ rộng hơn chiếc giường đôi một chút, vừa đủ để kê một chiếc giường, một chiếc tủ nhỏ cho một gia đình sinh hoạt. Tôi ngạc nhiên rằng khuôn viên sống của họ rất rộng, khu vườn nhà nào nhà nấy đều rộng gấp năm gấp chục lần không gian sinh hoạt riêng, vậy mà họ phải chịu ở khổ trong những căn phòng chũm chọe ấy. Liệu có phải cũng lại là một đặc thù tính cách và văn hóa sống của người xứ Trung kỳ, những con người sống tằn tiện, tiết kiệm song không hề keo kiệt. Họ luôn sẵn sàng mở cửa chào đón những người hàng xóm, những khách phương xa mong muốn được nghỉ chân, nhưng lại cần kiệm với chính mình.

Tôi để ý thấy nhiều vùng đồng bào dân tộc cũng rất thích sống trong một khuôn viên tí hon như vậy cho dù họ thừa đất để dựng một ngôi nhà lớn. Thậm chí, những căn nhà sống chung ba thế hệ của đồng bào Bana, Ê đê... có diện tích rất rộng với phòng sinh hoạt chung có cỡ mặt bằng mà bất kỳ người thành phố nào đều ao ước, song khuôn viên sinh hoạt cá nhân của mỗi gia đình cũng chỉ lớn hơn chiếc chiếu đôi là cùng. Có thể hoàn toàn không phải vì thiếu đất, mà văn hóa của người Việt chúng ta thích một sự đậm âm sum vầy trong một không gian thật nhỏ hẹp chẳng?

Nhà ở thành thị Việt Nam, đặc biệt là ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh thường có hình ống. Đó cũng là một loại “văn hóa thích nghi”. Chúng ta thích nghi với địa hình, thích nghi với cơ chế mở nên nhà nào nhà nấy đua nhau chen chúc một xúu mặt tiền cho dù chỉ là mặt tiền hai mét, rồi từ đó xây nên một căn nhà hình hộp diêm dệp lép.

## **Đến các kiến trúc tư gia lai tạp**

Kiến trúc tổng thể thì là như vậy, còn kiến trúc nội thất của từng ngôi nhà thì rõ rồi, khách

đến thăm có thể dễ dàng “đọc” được phong văn hóa và thẩm mỹ của chủ nhân thông qua không gian sống của họ. Thời bao cấp, chúng ta chẳng có kiến trúc nội thất nào đặc biệt. Nhà nào cũng giường gỗ, tủ chè (loại tủ bốn chân có hai cánh, một ô kính ở giữa, giờ hiếm lắm mới tìm thấy kiểu tủ ấy trong một gia đình hoài cổ. Nhà nào trí thức thì thấy có thêm tủ sách và lọ hoa trên bàn nước, có vậy thôi. Sang trọng hơn thì có ti vi màu. Nhưng nay, kiến trúc nội thất thực sự là một cuộc trình diễn đa phương diện, đa màu sắc của rất nhiều chủ nhân.

Tôi có vài cô bạn thân, và những lần đến thăm nhà mới của họ thực sự là một điều thú vị. Nhà một cô họa sỹ có ve tường màu xanh cỏm, sa lông xanh cỏm, tủ quần áo cũng xanh cỏm. Hoa giả có chân đế sắt đen được treo cầu kỳ ở khắp nơi. Bộ giường ghé complex cũng được thừa riêng bằng sắt đen có hoa văn. Cô ấy có tính cách mạnh, vẽ tranh thích thể hiện gam màu sặc sỡ, nên nhà cửa đương nhiên cũng sặc sỡ trăm màu hoa. Một cô bạn khác lại thiết kế phòng ngủ y như phòng làm việc ở một building hạng sang. Tất tạt giường tủ, bàn phấn, buồng tắm đứng đều được thừa riêng bằng chất liệu gỗ công nghiệp xám có gắn kính. Trông căn phòng lịch lãm y như chủ nhân của nó, song không kém phần lạnh lẽo. Tôi cũng được tham quan nhiều khuôn viên cầu kỳ khác, tỉ như một giảng viên mỹ thuật sân khấu thiết kế nhà cũng như... sân khấu, với các loại bậc lên bậc xuống gập ghềnh như đạo diễn đang có ý đồ thay cảnh, chưa kể những bức tranh khổ lớn treo la liệt trên tường nhà không khác gì một phòng trưng bày. Rồi tư gia một kiến trúc sư với vòm cuốn cầu kỳ trên mái gara và các loại đèn đủ màu sắc được kết nối thành một cuộc trình diễn ánh sáng. Một thương gia có đủ cả suối nước reo, bãi cát, bãi sỏi và phù điêu phun nước trong nhà.

Tuy nhiên, cho dù là kiến trúc nội thất theo phương thức nào thì tính thẩm mỹ đầu tiên phải là sự đồng bộ. Rất nhiều gia đình kiến trúc theo trào lưu, thấy thiên hạ có gì đẹp thì vác về nhà mình. Có một thời, đầu thập niên 90, nhà nhà đua nhau đóng... quầy bar trong nhà. Nhà nào mới xây, muốn đẹp, muốn sang trọng nhất định phải có một quầy bar. Ở phương Tây, thói quen uống rượu mạnh, uống cocktail đã hình thành nên một văn hóa, nên quầy bar của họ luôn có sẵn các loại ly, rượu và quầy bar đương nhiên được đặt trong một phòng khách cỡ lớn. Còn ở đây, khách đến nhà đương nhiên uống chè chén là chính, cùng lắm thì cà phê, và phòng khách chỉ rộng chừng hai - ba chục mét vuông, quầy bar to ụch chiếm gần hết chiều ngang nhà, nhìn ngồn ngộn phát bức mắt. Sau người ta thấy quầy bar chả ích lợi gì, chẳng ai khao khát muốn ngồi bar thay vì ngồi ghé đầu nên nhiều chủ nhân đành thái vè quê róc ra làm củi. Hôm nọ tôi cũng đến thăm một gia đình vẫn còn “trữ” một chiếc quầy bar. Bar đặt sát bếp, ám đầy dầu mỡ, được gia chủ dùng làm bàn chế biến thức ăn luôn. Song thỉnh thoảng khách ngừng lên thấy có người đang loay hoay sau quầy nhìn cũng vui mắt, cho dù khách chẳng được mời một ly Cognac nào.

Đạo sau này, người ta chán quầy bar, chuyển sang thừa lò sưởi giả, rất châu Âu sang trọng, song bên dưới lại là bàn ghé khảm trai. Và như bất kỳ thứ một thời thượng nào cũng có chu kỳ lên xuống của nó, lò sưởi giả cũng dần thoái trào, nhưng bar thì có thể vứt đi được, còn lò sưởi đã gắn vào tường sao có thể tùy tiện đẽo gọt, lại đành theo “văn hóa thích nghi”, dần dần biến thành chiếc kệ đựng đủ thứ trên đời.

Rồi có thời người ta đã chán xa hoa kiểu bar rượu, quý tộc kiểu lò sưởi, mới đua nhau

đóng bàn ghế tre, chõng tre để giả làm nhà quê, và thêm các đồ gốm sành bày biện cho ra dáng quê đặc. Nhưng chõng tre sao sượng bằng sa lông đệm mút, ghế tre sao bằng ghế xoay có bánh xe. Vậy là, đành mua thêm vài thiết bị “văn minh” về để cải thiện tình hình. Cuối cùng vẫn thành đông tây, cổ kim, quê thị kết hợp.

Mới vừa tuần trước, tôi được một đồng nghiệp mời đến chơi. Chị vừa mua nhà mới ở một khu chung cư giá bạc tỷ, song chưa dám khoe ai vì “còn phải chỉnh sửa cái đã”. Người chủ cũ để nguyên lại đồ đạc. Ông ta nhượng lại với giá rất hời, lại toàn là đồ xịn nên chị ham rẻ cũng bỏ tiền ra mua nốt. Sau đó chị mới thấy hối hận vì đồ đẹp thì có đẹp thật, xịn thì có xịn thật nhưng cứ thế nào ấy. Sau khi đi thăm thú một vòng quanh nhà thì tôi quả có thấy “thế nào ấy” thật. Thứ nhất, chủ cũ là một kỹ sư kỹ thuật nhưng lại có điện thờ rõ to như của một bà lên đồng. Trên điện bày đủ thứ vật trang trí rất “màu”. Điện thờ để ngay phòng khách, phía trên có treo một chiếc đèn chùm kiểu Italia. Mỗi lần chiếc đèn giá hơn 3000USD được bật lên, nó lại phối màu với bóng đèn đỏ hình quả nhót trên điện tạo thành một thứ ánh sáng kinh dị nửa điện Kremli, nửa điện thờ Phủ Tây Hồ.

Cạnh phòng khách là gian bếp. Ông chủ cũ có một tủ kệ bếp màu da cam rất Tây song bàn ăn lại là loại bàn gụ với hoa văn tinh tế như thứ được dùng trong kinh đô Huế mỗi kỳ tiến vua. Và ở bất kỳ phòng nào tôi cũng đều thấy những sự tương phản “độc đáo” như vậy, nhưng kinh hoàng nhất vẫn là buồng tắm của chủ nhân cũ. Cũng có đầy đủ bồn tắm, lavabo rửa mặt như bất kỳ một buồng tắm cá nhân nào, song có lẽ độc nhất vô nhị vẫn là chiếc lavabo đứng như người ta vẫn lắp trong các toilet công cộng dành cho nam giới. Đặc biệt hơn, ông chủ cũ có những hai cái lavabo loại này, được lắp cạnh nhau, và ngăn cách bởi một bức tường cao đến cổ, quy mô hết một nhà vệ sinh công cộng hạng sang. Phần lavabo bệt được đặt trong cùng, trên một bục rất cao như ngai vàng. Chị đồng nghiệp của tôi lắc đầu, nói rằng thiết kế trúc trắc lắm, mỗi lần nhìn thấy lại lộn ruột, nên sắp phải phá đi để xây lại. Cho đến bây giờ, tôi vẫn chưa hiểu ý đồ lắp hai cái lavabo đứng của chủ nhân cũ là gì trong khi ông ta chỉ sống một mình với vợ, còn cô con gái duy nhất thì đã đi du học nước ngoài từ lâu.

## Giải mã nghệ thuật giới trẻ

Mấy năm trở lại đây, những sáng tác thơ văn, hội họa, âm nhạc... của các tác giả trẻ là một đề tài dường như không bao giờ cạn kiệt cho báo giới. Công chúng cho rằng những sản phẩm của thế hệ 8X là thứ nghệ thuật không bình thường, nếu như không muốn nói một cách thiếu tế nhị rằng đó là những tác phẩm điên rồ và không ai hiểu nổi, với đầy những nổi cô đơn lạc lõng kỳ cục, những nhục cảm đáng xấu hổ được phơi bày trơ trẽn, những xu hướng nổi loạn nhằm phá bỏ thước đo chuẩn mực về giá trị tinh thần... Thậm chí có hẳn một bài viết phân tích về “căn bệnh chán” của giới trẻ Việt Nam với những dẫn chứng về nhiều cô cậu đang tuổi ăn tuổi học, chẳng phải lo nghĩ gì mà cứ tự nhiên phát sinh chán đời.

Khoảng hai thập niên trước đây thì nước ta chưa có hiện tượng này, và các bậc tiền bối sau khi đã viện hết mọi lý lẽ mà vẫn không thể “giải mã” được những tư duy kỳ cục của lớp trẻ thường bình luận nôm na rằng “sương quá hóa rồ”. Thực ra, tất cả tâm lý nói trên cũng như hiện thực trong các sáng tác nghệ thuật của thế hệ 8X là một hệ quả tất yếu của đời sống đô thị hóa. Các đô thị của châu Á phát triển quá nhanh. Hàn Quốc chỉ mất 30 năm để phát triển từ một đất nước với tổng sản phẩm quốc nội đứng ngang với các nước nghèo ở châu Á và châu Phi lên top 10 thế giới, Trung Quốc cũng mất 30 năm cho công cuộc hồi phục tàn dư của chiến tranh, của cách mạng văn hóa để ngấp nghé trở thành một cường quốc, ngay cả nước châu Á phát triển “lâu đời” nhất là Nhật Bản cũng chỉ mất 60 năm để thay đổi số mệnh từ một đất nước kiệt quệ về kinh tế và tài nguyên tiến lên hàng thứ hai thế giới về kinh tế, công nghệ và khoa học kỹ thuật (chỉ sau Mỹ). Trong khi đó, phương Tây đã phát triển trước ta hàng vài thế kỷ. Sự “đi tắt đón đầu” của những quốc gia châu Á cho ra đời những thành phố Tokyo, Bắc Kinh, Seoul, Singapore... hiện đại không kém gì New York. Thế hệ trẻ sinh vào khoảng sau những năm 1980 được hưởng toàn bộ những thành quả ấy, kèm theo những quan niệm sống và trào lưu văn hóa du nhập từ phương Tây, khiến hàng loạt quan niệm sống và lối sống được hình thành khác biệt hoàn toàn so với những thế hệ trước. Họ lớn lên giữa thời đại công nghệ thông tin - toàn cầu hoá, hoàn toàn không biết đến chiến tranh hay những khó khăn về kinh tế, và bị ngộp thở trước sự xâm chiếm ồ ạt của văn hoá Âu Mỹ. Một mặt, văn hoá gia đình và xã hội ở những quốc gia châu Á vẫn tồn tại một số quan điểm truyền thống và luật lệ hà khắc từ hàng ngàn năm phong kiến (như trọng chữ, trọng vị trí xã hội, hiếu nghĩa, chủ nghĩa khép kín), mặt khác những tư tưởng Âu Mỹ hàng ngày hiện hữu trong các thành phố lớn khiến họ vùng vẫy để giải thoát khỏi những áp lực, áp chế. Họ hoang mang và nhiễu thông tin trong một xã hội đầy rẫy những trái chiều.

Ở phần lớn các quốc gia châu Á, thậm chí những thành phố hiện đại như Seoul hay Tokyo, trẻ con vẫn được nuôi dạy trong một môi trường mà cha mẹ, ông bà bao bọc từ tấm bé đến tận khi dựng vợ gả chồng. Các bậc phụ huynh ở thế kỷ 21 mặc dù có phương tiện công nghệ, kỹ thuật ngang ngửa phương Tây vẫn không hoàn toàn để trẻ con được độc lập. Họ vẫn muốn can thiệp và chi phối đời sống của con cái. Những đứa trẻ hàng ngày vừa được hưởng thụ những tự do và hiện đại do phương Tây mang lại, vừa phải nghe những giáo huấn từ cha mẹ, thầy cô và sách vở nên dễ nảy sinh tâm lý khác biệt, muốn bứt ra để nổi loạn. Sự khẳng định mình thể hiện rõ nhất ở thế hệ trẻ sống trong các thành phố lớn. Ở Tokyo đã hình thành hẳn một trào lưu

thời trang điển hình xuất phát từ những Harajuku ăn mặc kinh dị, sơn vẽ đầy mặt lang thang ở ga tàu. Ở Trung Quốc phong trào văn học Linglei ra đời, có tên riêng và trở thành một trong những trào lưu chủ đạo của văn học đương đại. Linglei trở nên nổi tiếng vì nó miêu tả đúng tâm lý thời đại: Nổi cô đơn, lạc lõng, stress đô thị, sự sợ hãi trước những cạnh tranh và áp lực trong công việc, trong đời sống, những ham muốn tình dục không giới hạn. Những thanh niên đô thị hàng ngày sống ảo trong một thế giới phẳng, nghe rock bạo lực và có những trải nghiệm tình dục từ năm 13 tuổi là minh chứng cho sự nổi loạn này. Thậm chí mới đây, tờ Reuters còn viết một bài báo với nhan đề “Cuộc cách mạng tình dục thầm lặng ở Việt Nam” miêu tả những quan niệm về tình dục của giới trẻ Việt Nam ngày nay đã khác hẳn thế hệ cha ông họ. Bài báo viết: “Các chat room, trang web, blog và chuyên mục trên báo chí trở thành diễn đàn để giới trẻ thảo luận về tình yêu, sex và khuynh hướng tình dục.”

Văn học nghệ thuật luôn là một hệ quả tất yếu của đời sống đô thị. Còn nhớ thập niên 60 và đầu 70 của thế kỷ trước, cuộc cách mạng tình dục phương Tây mà điển hình là Anh và Mỹ đã kéo theo một cuộc nổi loạn về văn hóa. Song hành cùng tự do tình dục đồng giới, tự do sống chung không cần kết hôn, vị thành niên có quyền quan hệ tình dục với bất cứ ai mà mình ưng thuận, người đi tắm biển được quyền khóa thân một phần hay toàn phần và quyền tự do ngôn luận về vấn đề tình dục. Âm nhạc cũng ngày càng mang đậm sắc thái tình dục, thậm chí đến mức thô tục và hạ thấp phẩm giá người phụ nữ. Cũng trong thời gian này, nhạc Rock và trào lưu Hippy ra đời. Khi ấy, hầu hết các công ty thu âm hàng đầu đều cho rằng đây là một loại nhạc “bãi rác” và là sản phẩm “quái thai” của người Mỹ. Thời kỳ tiền Rock, sự xuất hiện của Elvis Presley khiến công chúng kinh ngạc và nhanh chóng trở nên phát cuồng. Những vũ đạo gợi cảm của Elvis khiến những người có tuổi kinh sợ nhưng lại làm say mê thế hệ trẻ và châm ngòi cho sự nổi loạn của giới trẻ trong suốt thập kỷ sau đó. “Văn hóa nổi loạn” thu hút hàng triệu thanh niên đi theo lối sống Hippy và công khai tuyên bố "làm tình chứ không chiến tranh". Họ ủng hộ vẻ đẹp tuyệt đối của tình yêu, tình dục, tự do, cũng như phản đối cuộc chiến tranh ở Việt Nam và môi trường thiên nhiên đang bị xâm hại.

Vì vậy, những tác phẩm nghệ thuật của thế hệ 8X Việt Nam có vẻ như “trừu tượng” đối với nhiều người song lại dường như phản ánh một phần nào đó những góc sâu khuất của một bộ phận thanh thiếu niên đô thị. Trong cơ chế thị trường, những người trẻ tuổi không phải là một mô hình “áo sơ mi trắng, quần ka ki” như thế kỷ trước. Họ khác nhau, muốn được khác những người khác. Họ có quá nhiều chuẩn mực để so sánh và hình thành tham vọng. Trong khi đó, sự phát triển không ngừng của kinh tế và quá trình đô thị hóa khiến nhiều người trẻ theo không kịp. Những dằn vặt giữa cái bất thành và đổi thay đến chóng mặt khiến nhiều người trẻ trở nên lạc lõng giữa chính những người cùng thế hệ và giữa chính thời đại của họ. Cũng như những trào lưu nghệ thuật là hệ quả của sự thay đổi lối sống, các tác phẩm nghệ thuật đương đại đầu thế kỷ 21 ở Việt Nam có đánh dấu một thay đổi của thời đại như chủ nghĩa lãng mạn đầu thế kỷ 19 hay cuộc cách mạng tình dục thập niên 60... hoặc chỉ nhôm nhoam hé lộ rồi vụt tắt thì dầu sao cũng nên cho rằng đây là một trong những hiện tượng tự nhiên của đời sống đô thị.



## Đặt tên cho con cũng lắm chuyện

Hai đứa con của họa sĩ Nguyễn Bảo Toàn, một trong những nghệ sĩ “chơi” nghệ thuật sắp đặt đầu tiên ở Việt Nam, chị tên Toan, em tên Panh Sô, đủ để biết rằng gia đình này yêu hội họa đến mức nào. Mẹ tôi từng kể đi kể lại chuyện hồi còn đi học, bà có người bạn sinh ra trong một gia đình Nho học truyền thống nên anh chị em đều có những cái tên rất lạ: Hoàng Giang Song Oai, Hoàng Thủy Liên Châu, Hoàng Sâm Nhật Dốc, Hoàng Lâm Tử Bành... Nhiều khi chỉ một cái tên có thể kể câu chuyện của một đại gia đình.

Xưa kia, các bậc vua chúa hay gia đình quý tộc vô cùng quan trọng việc đặt tên cho những ấu chúa mới ra đời, nên tên vị nào được lưu trong sử sách nghe cũng đặc biệt. Còn con cái những gia đình nông dân ít học thì đơn giản hơn, nhưng không phải thế nào cũng xong, tên gọi ra sao đều là có hàm ý cả.

Tôi đã chứng kiến nhiều người khổ vì cái tên khai sinh do các bậc phụ mẫu muốn con mình hay ăn chóng lớn, khỏe mạnh nên phải chọn một cái tên thật xấu, xấu đến nỗi ma quỷ cũng chê cười mà không thèm đến bắt đi như Trương Thị Bướm, Trần Văn Dán, Cù Thị Tèo. Có nhà đặt tên cho con theo truyền thống gia đình. Đòi cụ, đòi ông có tên là Chuối, là Rô thì từ đòi bố xuống đòi con phải là: Lóc, Trê, Trắm, Bống để thành cả họ nhà cá. Nhiều khi cái tên đã được chọn rồi nhưng trong gia đình lại có bậc tiền bối đã mang danh như vậy nên sợ thất kính, thành thử hậu duệ sinh sau phải đọc trại đi Bình thành Biêng, Hòa thành Hòe. Giản tiện hơn thì ai sinh năm nào đặt luôn tên năm ấy cho đỡ phải nhớ ngày sinh tháng đẻ như Mùi, Hợi, Mão... Thế mới có chuyện một ông quan chức khai man tuổi, sau giờ lý lịch có người vặn hỏi: “Ông ghi sinh năm 1949 sao bố mẹ ông lại đặt tên cho ông là Dậu?”. Những cái tên như vậy lắm khi ảnh hưởng đến đời sống riêng tư và công danh sự nghiệp đến nỗi nhiều người phải tìm mọi cách để đổi tên đi. Rất nhiều ca sĩ như X.N, H.T cũng đã chẳng phải đổi tên chệch đi đó sao.

Đến giai đoạn kháng chiến và sau giải phóng, những cái tên được gắn liền với lịch sử thể hiện ước vọng của các bậc sinh thành như Chiến Thắng, Hạnh Phúc. Bốn chị em sinh tư đầu tiên được Nhà nước bảo trợ và giúp đỡ được đặt tên liền một lèo Bắc - Nam - Thống - Nhất. Vào thập niên 70-80, những cái tên được coi là đẹp và sang thường liên quan đến chữ H như Hồng, Hoa, Hương, Hiền, Hằng, Hạnh... hay những tên kiểu non nước mây trời mà nhà nào có trẻ con cũng cố phải đặt bằng được như Vân, Nga, Thu, Cúc... với tên đệm thật kêu. Con trai thì những Tuấn, Tú, Hùng, Dũng. Thập niên 90, tên gọi bắt đầu đa dạng hơn và đương nhiên, cũng kêu hơn, nghe như nghệ danh diễn viên điện ảnh. Bố mẹ nào muốn con xinh đẹp thì đặt tên là Trà My, Diễm Ly, Mỹ Lệ. Đó là chưa kể những cái tên lưu giữ kỷ niệm lãng mạn nào đó của các bậc phụ huynh mà lần nào khai tên, chủ nhân của chúng cũng phải nhắc lại đủ ba lần như Sô Panh, Von Ga, Đam Ca hay An Na. Những câu chuyện về tên gọi đôi khi mang những ý nghĩa định mệnh khá thú vị. Nhà văn Ngô Tự Lập cho biết anh có hai em trai tên là Ngô Tự Lực và Ngô Tự Học. Sau này, tình cờ anh gặp một người cũng có tên là Ngô Tự Lập. Ông Ngô Tự Lập phẩy này có hai em trai cũng tên Ngô Tự Lực và Ngô Tự Học. Sau khi bị mọi người phàn nàn rằng nhà văn khéo bịa quá, anh Ngô Tự Lập đành phải giở phonebook ở điện thoại ra để chứng minh là anh có lưu số của ông Ngô Tự Lập kia thật.

Xã hội ngày càng văn minh tiến bộ, đời sống càng được nâng cao thì đương nhiên “phú quý sinh lễ nghĩa”, nhất là nay mỗi gia đình chỉ có từ một đến hai con. Cái tên quan trọng lắm. Chị Hương, kế toán trưởng trong một công ty phát triển nhanh tỏ ra rất say mê với “nghệ thuật đặt tên”. Chị tiết lộ rằng đã nghiên cứu cả một pho tài liệu khoa học phương Tây nói về tên người. Tất cả những cái tên đều quyết định số phận, tính cách, hình dáng của con người đó. Những cuốn sách xem bói tên xếp chật tủ nhà chị. Chị Hương kết luận, tên phải hơn 14 chữ cái mới tốt, và không nên đặt quá nhiều dấu nặng vào tên hay sáng tạo ra những tên oái oăm đọc đau cả mồm. Tôi thấy chẳng cần phải nghiên cứu tài liệu nhiều như chị mà rất nhiều người khác cũng có thể thao thao bất tuyệt về chuyện đặt tên qua đúc kết kinh nghiệm bản thân. Chị Minh Hằng, làm đại lý bảo hiểm cho hãng Prudential, có con gái 5 tuổi tên Hằng Minh, khẳng định rằng những cô gái nào có tên... (không tiện nêu cho độc giả) thì chỉ có đi làm nghề... gọi đầu, hay có cái tên chắc chắn làm mất cận lòi, thậm chí có cả những cái tên làm cho người đó hâm hấp, đàn độn, bất tài hoặc đanh đá. Nhưng ngược lại cũng có những cái tên vĩ nhân, nên các nguyên thủ quốc gia từ trước đến nay đều có tên rất đặc biệt. Nếu người nghe tỏ vẻ hoài nghi thì chị sẽ chứng minh ngay “Thế sao trên phim có nhân vật cô cave mà ông đạo diễn không đặt tên là Na là Nét đi”.

Chả thế mà tôi đã chứng kiến một gia đình cãi nhau ỏm tỏi, rồi mặt nặng mày nhẹ với nhau cho đến tận ngày đưa trẻ ra đời vì mãi tranh cãi về cái tên của nó từ lúc còn trong bụng mẹ. Ông bà nội có ý đặt tên cháu là Thu Huệ vì nó gọi lên sự dịu dàng và nữ tính, còn bên ngoại thì phản bác, cho rằng đó là một cái tên quê mùa và thuyết phục con gái đặt tên là Ngân Giang cho quý phái. Cô con gái chẳng đồng ý tên nào mà quyết định đặt tên con là Hoàng Đoan Trần Khánh Vi cho sành điệu. Anh chồng kịch liệt phản đối và lập luận: Cái vắn ấy sau này lúc nào cũng bị xếp bét tĩ, đi học thì bị cô giáo chú ý rồi gọi lên bảng đầu tiên, kê khai cái gì cũng chậm chạp hơn người, người ta xong rồi mình viết mãi chưa xong. Tôi đành đem cái bản khoản của mình ra thắc mắc với những người cầu kỳ về tên họ rằng thì rốt cục phải làm thế nào. Tất cả đều trả lời “Mời thầy chứ còn sao”.

\*\*\*

Lần nọ đến một khu chung cư mới được xây dựng, các hộ chẳng hề quen biết nhau cũng như chuyển tới đây chưa lâu nhưng hầu như nhà nào cũng có trẻ con ở độ tuổi lên hai và điều làm tôi kinh ngạc là các cháu đều có cái tên giống hệt nhau: Phương Khanh, Trang Khanh, Liên Khanh, An Khanh, Mai Khanh... Hỏi người nhà của các cháu thì được biết, không hẹn mà gặp, các bậc cha mẹ đều xem tên của một ông thầy rất nổi tiếng tên B ở trên phố Thụy Khuê.

Ông B có một xấp giấy học sinh cắt sẵn thành hình vuông và sau khi hỏi tên, tuổi cha mẹ đưa bé tương lai (đã siêu âm biết giới tính) ông viết cho độ chục cái tên tha hồ chọn. Khách hàng trả công tùy tâm từ 100.000đ - 200.000đ. Một số khách đã có tên chuẩn bị sẵn đưa ra hỏi ông xem có được không nhưng đều bị ông đều gạt đi hết vì nhiều lý do. Tên Vân ư? Sứ Vân thì giả đại. Thúy Vân lấy chẳng người yêu của chị. Ái Vân phải bỏ nước mà đi. Sao lại

dại đột mà nghĩ ra cái tên ấy. Tên Du ư? Du là chữ buồn, rồi số phận đứa bé sẽ chẳng ra gì. Bố cháu là Phú Hoàng, đặt cháu là Phú Thành được không? Phú là chữ “biển”, bố nó trót bị đặt thế rồi cũng chẳng sống lâu được đâu, sao lại còn cố đặt cho nó? Nghe vậy thì sợ quá, chẳng biết có tin được hay không nhưng toàn là con vàng con bạc cả nên...

Ông B giải thích rằng tên của đứa bé căn cứ vào tên, tuổi của bố mẹ nó và năm nó ra đời. Tuy nhiên, thực tế cho thấy các cháu tuổi Nhâm Ngọ, Quý Mùi hay Mậu Tý đều được ông đặt cho những cái tên thanh bằng giống hệt nhau: Hoa Linh, Thanh Thanh Chúc, Trang Linh, Gia Hiền... Vì ông cho rằng đặt tên không dấu cho cuộc đời nó bằng phẳng. Tên lấm dấu lên bổng xuống trầm, đời ắt cũng gò ghề như thế.

Ở Hà Nội còn có thầy D, nhà ở ngõ Yên Ninh cũng nổi tiếng ngang ngửa thầy B. Cùng cách xem, giá tiền như nhau nhưng quan điểm và cách đặt tên của ông lại hoàn toàn khác. Ông hay đưa ra những cái tên mà sau này đứa bé ắt sẽ phải thông minh như Thủy Tiên, Minh Châu, Minh Anh, Tuệ Minh. Có chị cẩn thận đến nhà thầy B trước rồi mới đến nhà thầy D sau, nhưng thầy D bảo cái tên mà thầy B đặt không được và đặt lại là Lan Ngọc. Chị này vẫn chưa yên tâm bèn hỏi ý kiến một nhà sư thì bị sư gạt đi: Lan Ngọc là tên một cô Tiên trên trời, đặt tên này là... phạm.

\*\*\*

Mới hay tìm một cái tên cũng thật gian nan lắm thay. Chỉ mong những đứa bé sau này sẽ thực hiện tâm nguyện của bố mẹ chúng mà học hành thành tài. Nếu như dăm năm nữa thôi, có người nào nhìn thấy ở một điểm tuyển sinh tới hàng ngàn thí sinh sinh năm 2000 tên Long và sinh năm 2001 tên Khanh thì cũng đừng ngạc nhiên vì đó là một “hiện tượng” của những năm đầu thế kỷ.

Sống ở Hà Nội

## **Thành phố của các bạn phát triển nhanh khủng khiếp**

Cứ bạn nào gặp một người nước ngoài, y rằng tôi lại hỏi một câu mà bản thân mình đã biết rõ câu trả lời “Anh/chị thấy Hà Nội thế nào?” – “Thành phố của các bạn phát triển nhanh khủng khiếp”. Mới đầu tôi vô cùng ngạc nhiên khi những du khách đến từ các cường quốc như Anh, Mỹ, Đức... lại cứ luôn miệng cho rằng họ kinh ngạc về tốc độ phát triển thành phố của chúng ta. Sau, để ý điều ấy, mới thấy rằng quả đôi lúc, chính ta cũng kinh ngạc về sự phát triển và biến đổi của ta.

Có lần, tôi tình cờ nhìn thấy bức tranh sơn dầu vẽ Khải hoàn môn và một góc đại lộ Champs-Elysees trong nhà một người bạn. Góc dưới đề 1918. Quang cảnh trong bức tranh vẫn giống hệt như lần đầu tiên tôi đặt chân lên đại lộ Champs-Elysees vào năm 2002, vẫn những quán cà phê vỉa hè có ụ hoa quây bằng gỗ trắng, vẫn cột điện ấy, góc phố ấy, chẳng có gì thay đổi. Thành phố của họ, trải qua hàng thế kỷ vẫn hầu như nguyên vẹn như thế. Song thành phố của chúng ta thì thay đổi hàng ngày. Tháng trước chưa đến phố ấy, tháng này đã lại thấy một chiếc cầu đi bộ bắc ngang qua đường. Rồi thỉnh thoảng lại thấy mọc lên một con đường mới, một cầu vượt mới, một tòa nhà mới, một khu đô thị mới. Lắm lúc đi trong thành phố nhà mình mà cứ ngạc nhiên, ngỡ ngàng như vừa đi tham quan nơi khác.

Tuy nhiên, vì chúng ta cứ “mới” hàng ngày nhưng lại không quan tâm đến tổng thể nên nhiều khu vực trong thành phố, không gian bị vụn ra một cách kỳ quặc. Ngoài khu phố cổ Hàng Ngang, Hàng Đào... còn lưu giữ được những hình ảnh kiến trúc đậm chất Việt với mái ngói âm dương nâu trầm, cửa gỗ ghép; hay những khu vực vẫn bảo tồn kiến trúc Đông Dương như phố Nguyễn Gia Thiều, Nguyễn Du, Thiên Quang, Yết Kiêu, Trần Hưng Đạo...; rồi khu đô thị mới Mỹ Đình kiến trúc khá đồng bộ kiểu các thành phố trẻ Singapore, Seoul, Bắc Kinh... còn thì phần lớn phố xá đua nhau chen chúc với nhà hình ống. Sau những cuộc giải tỏa mặt bằng, các hộ dân được ra mặt đường đều tranh nhau tự “làm đẹp” cho mình. Quả là nhà nào cũng đẹp, kiến trúc trăm kiểu cầu kỳ hiện đại với những nguyên vật liệu đắt tiền. Song nếu xếp những cái đẹp đó cạnh nhau sẽ không khác gì một phòng khách có đèn chùm kiểu Pháp, tủ tường kiểu Nhật và bàn nước khám trai gỗ gụ.

## **Làng trong phố và phố trong làng**

Cũng lại những người nước ngoài có lần nói với tôi rằng “Chưa một thành phố nào đặc biệt như Hà Nội, nơi người ta có thể nhìn thấy những người bán hàng rong quẩy đôi quang gánh dạo bước dưới chân các tòa cao ốc hiện đại”. Đây chính là đặc tính “làng trong phố”. Đô thị hóa là một quá trình chung tự nhiên ở bất kỳ một quốc gia nào trên thế giới. Cùng với sự phát triển kinh tế, phát triển dân số, phát triển công nghệ, phát triển tri thức, cái vôi đô thị cứ tỏa ra dần dần và thôn tính phần nhiều các làng quê ở khu vực lân cận. Và cái “vôi đô thị” vô hình ấy còn cuốn theo phố về làng. Nhiều ngôi làng bây giờ không còn nguyên vẹn là cây tre, bến nước, mái đình nữa mà bê tông có mặt ở khắp mọi nơi. Song đô thị hóa ở Việt Nam đã để lại

một pha trộn thực sự thú vị. Chúng ta vẫn còn nhiều ngôi làng trong lòng thành phố mà có lẽ hiếm nơi nào trên thế giới lại được sở hữu đặc thù ấy. Những khu Tây Hồ, Thụy Khê, Láng, Cổ Nhuế... vẫn duy trì đặc tính làng với cổng đình, vườn tược và ao nước. Nếu như đang đi trên một con lộ rộng năm sáu làn đường ở khu Trung Hòa Nhân Chính và tấp vào một ngõ nhỏ cách chừng cây số thôi, ắt sẽ thấy không gian tĩnh hẳn. Từ mặt phố Cầu Giấy san sát shop thời trang, rẽ dăm trăm mét là vào làng Vòng. Làng Vòng nay không còn mấy người làm cốm, thay vào đó nhà nghỉ và quán karaoke mọc tua tủa. Nhưng năm hai mùa, cốm vẫn được nãi lửa trong những chiếc chảo khổng lồ. Nhà làm cốm vẫn giữ cốt làng như cả trăm năm trước, chẳng buồn xây thêm tầng để lắp máy lạnh. Bếp vẫn cứ ám khói đen, kho cứ dành để trâu và cối đá nằm giữa gian gạch thơm mùi cốm non. Người trong Làng – Phố vẫn giữ lại đôi chút nếp sinh hoạt cũ như từ nhiều thế kỷ trước. Thậm chí người bên ngoài chuyển vào đây sinh sống, hay chỉ đến thăm nhà người quen thôi, cũng phải tự nhiên mà thay đổi cung cách thường ngày. Họ vẫn sẽ quan sát lẫn nhau (thói quen mà người thành phố đã bỏ quên sau nhiều thập niên bị cuốn theo guồng đô thị), vẫn sẽ chào hỏi từ đầu làng đến cuối làng, vẫn sẽ hỏi han một người khách lạ có vẻ đang loay hoay tìm nhà rồi người nọ truyền người kia dò bằng được địa chỉ cho khách. Nếp làng vẫn như vậy. Lạ lắm. Trong khi chỉ cách đó vài cây số, những khu chung cư vài chục tầng ken nhau kìn kịt và con người sống trong những hộp diêm khổng lồ ấy chỉ còn đường dây giao tiếp duy nhất là cầu thang máy và gara chung. An ninh không được đảm bảo bằng tai mắt hàng xóm láng giềng mà bằng hàng chục chiếc camera lạnh lùng lắp dưới sảnh vào. Hàng xóm làng giềng ngăn cách nhau bằng những cánh cửa gỗ nâu dày cộp có gắn mắt thần. Người cùng tầng sống cạnh nhau hàng năm trời đôi khi nhìn nhau ngoài đường cũng chỉ thấy quen quen.

## **Một đời sống đường phố - Streetlife**

Như mọi du khách ngoại quốc khác, anh Barnaby Steel, nghệ sỹ nhiếp ảnh thị giác đã nhắc đi nhắc lại từ “Streetlife”(cuộc sống đường phố) trong buổi nói chuyện tại Hội đồng Anh với chủ đề Sống ở phố. “Streetlife” từng là đề tài sáng tác của nhiều nghệ sỹ nước ngoài đến Việt Nam, chứ không chỉ riêng Barnaby. Chúng ta đang sở hữu một cuộc sống đường phố phong phú, ngoài việc đi lại trong dòng người ngồn ngộn như mắc cửi, chúng ta còn mua sắm trên vỉa hè, ăn uống trên vỉa hè, cắt tóc trên vỉa hè, tắm gội kỳ cọ trên vỉa hè, giặt giũ trên vỉa hè, tình tự trên vỉa hè, đá bóng trên vỉa hè, đổ rác trên vỉa hè, đánh chửi nhau trên vỉa hè, những người bán rong và đạp xích lô ngủ trưa trên vỉa hè, và thậm chí cả trẻ con lẫn người lớn giải quyết nhu cầu đầu ra ngay trên vỉa hè. “Quả là một cuộc sống thú vị”, những người nước ngoài đã nói như thế. Họ sung sướng khi chỉ cần đi dạo một vòng quanh phố là có thể hình dung được khá đầy đủ hỷ nộ ái ô trên đời, vì những gì mà chúng ta đang làm hàng ngày trên vỉa hè, ở nước họ bị giấu kín như bưng. Họ đâu có cơ hội chứng kiến cái sự ăn uống, tắm giặt, ngủ nghê... của người khác. Chúng ta thì đã quen với sự này rồi, nên thậm chí còn thấy lạ khi họ thấy mình lạ.

Tuy nhiên có một thứ họ luôn phô bày thì chúng ta lại giấu biến vào trong nhà. Ở nhiều nước, du khách có thể chiêm ngưỡng một không gian nghệ thuật hoàn hảo ngoài trời. Ví dụ như

trong các ngày hội bang của Đức (mỗi bang có một ngày hội riêng), ở khắp nơi trong thành phố người ta tổ chức các khu biểu diễn ca nhạc và dancing. Lúc đó, không chỉ người nghệ sỹ là trung tâm mà chính khán giả cũng trở thành một tâm điểm nghệ thuật. Ở nhiều thành phố khác như Paris, Amsterdam, Stockholm... các khu công cộng như quảng trường, vườn hoa... là nơi tập trung những nghệ sỹ biểu diễn xiếc, sân khấu nháp, kịch câm, nhạc công, họa sỹ... Họ là những sinh viên đang theo học các trường nghệ thuật hoặc là các nghệ sỹ chuyên nghiệp. Những giờ phút phục vụ nơi công cộng ngoài việc để kiếm thêm thu nhập, luyện “tay nghề” còn là lúc họ thăng hoa sáng tạo trong một không gian nghệ thuật mở. Đặc biệt, ở thủ đô Helsinki còn có hẳn một sân khấu ngoài trời dựng quy mô với hàng chục dãy ghế phục vụ khán giả. Sân khấu này nằm trong một quảng trường bên vịnh Baltic, thơ mộng không khác gì sân khấu cổ tích ven bờ Địa Trung Hải trong truyện Buratino. Sáng nào cũng có một ban nhạc đến đó biểu diễn vào lúc 9h. Chi phí cho ban nhạc là do nhà nước chi trả. Những quý bà quý cô đi chợ buổi sáng nhân tiện ngồi luôn vào ghế, vừa nghỉ ngơi vừa xem ca nhạc, rồi sinh viên, học sinh, khách nước ngoài... cũng đều ghé qua một lúc. Chưa kể xung quanh quảng trường còn có rất nhiều họa sỹ ngồi vẽ tranh. Không khí nghệ thuật luôn tràn ngập khắp phố phường.

Singapore là một thành phố trẻ, lại là quốc gia đa chủng tộc, đa tôn giáo, vì thế họ không có nhiều bản sắc đặc trưng. Người Singapore mới nghĩ ra một cách là trưng bày hình tượng con hải sư (Merlion) theo truyền thuyết của Singapore ở khắp mọi nơi. Hải sư vừa là thương hiệu của đảo quốc sư tử, vừa là điểm du lịch thu hút khách đến thăm và chụp ảnh, lại vừa làm đẹp cho thành phố. Ngoài con Hải sư phun nước to nhất bên cạnh nhà hát hình trái sầu riêng ở trung tâm thành phố, trước cửa các khách sạn, nhà hàng đều có tượng Hải sư thật nhỏ. Ngoài tượng Hải sư, trên các bức tường bên xe điện ngầm còn sơn vẽ những bức tranh khổ lớn theo trường phái phồn thực của một họa sỹ người Nam Mỹ, rồi khắp vườn hoa, quảng trường đều trưng bày các bức tượng đen có hình những người béo quá khổ trông rất ngộ nghĩnh.

Thành phố nào càng phát triển, họ càng ra sức thổi hồn nghệ thuật vào không gian đường phố. Trước đây, tôi còn hay bắt gặp những người làm ảo thuật, những ca sĩ rong, những nghệ sỹ mô tô bay, những họa sỹ vẽ chân dung biếm họa trong công viên hay vườn hoa Hà Nội. Giờ thì vì nhu cầu nghệ thuật của khán giả đã cao cấp hơn hay do họ bị cấm hành nghề nơi công cộng nên không còn nhìn thấy nữa. Cùng lắm năm thì mười họa mới bắt gặp một bác họa sỹ già cật chân dung hình bóng để lấy tiền. Chúng ta vẫn chưa quen với nghệ thuật đường phố. Người nào ra phố biểu diễn thì bị cho là thấp cấp, rẻ tiền, dở hơi và người nào xúm vào xem cũng bị cho là dở hơi không kém. Thành thử ra, không gian nghệ thuật đường phố duy nhất của thành phố chúng ta chỉ còn một số kiến trúc điêu khắc rất nghiêm trang như tượng đài Lê nin, tượng đài Chiến thắng Điện Biên Phủ, tượng đài Lý Thái Tổ... và công chúng đành chờ đến các ngày kỷ niệm để được xem biểu diễn văn nghệ quần chúng quanh hồ Hoàn Kiếm.

Văn hóa... "đầu ra"

Ẩm thực có lẽ là một trong những chuyện hấp dẫn hàng đầu ở xứ ta. Người ta có thể nói về ẩm thực hàng ngày, hàng giờ, viết những cuốn sách về nó, đưa nó lên thành văn hóa ẩm thực, có những món ăn trở thành “quốc hồn quốc túy”, tới mức ông vua tiếp thị thế giới còn gợi ý bảo Việt Nam nên phát triển thương hiệu thành “Nhà bếp của thế giới”. Nhưng ngược lại, hầu như chẳng mấy ai thích nói đến “văn hóa đầu ra”. “Vào” mà không có “ra” tương xứng, thì dễ mất cân bằng...

Tôi không có cơ hội nghiên cứu cung cách thiết kế toilet thời cổ xưa, mà để có được công trình nghiên cứu ấy chắc cũng phải mất cả đời đi tìm tài liệu, song cũng đã từng mục sở thị hàng trăm loại toilet từ bình dân đến thành thị, từ Đông sang Tây, từ cổ xưa cho đến tân thời, và cho rằng cái toilet cũng là một văn hóa sống. Nhìn vào cái toilet, người ta có thể thấy ngay được cung cách, nề nếp sinh hoạt, thẩm mỹ, tính cách... của cả một dân tộc hoặc chí ít thì cũng của chủ nhân nó. Thời xa xưa, vua chúa của ta cũng như của Tàu, dù sang trọng cỡ mấy cũng không có được một chiếc lavabo bệt giặt nước như thời nay, nên đành phải dùng... bô như các em bé. Song bô của các bậc vua chúa là bô bằng vàng, hoặc chí ít thì cũng bằng đồng, trên khảm hoa văn rực rỡ. Ngày xưa Từ Hy Thái Hậu mỗi lần xong “phận sự” thường có quan riêng phụ trách việc đổ bô cho bà. Bô sẽ được quan đội lên đầu mà đi giặt lúi ra ngoài. Ấy là vua chúa, còn phó thường dân thì sao, việc này dễ suy luận, có thể vì thói quen cha truyền con nối mà các loại toilet truyền thống vẫn còn tồn tại đến ngày nay. Nếu dân ở vùng đồng bằng sông nước, tiện nhất là bắc một cái lán quây ở cầu ao. Tôi thấy có nhiều người nói rằng cá tra, cá basa gì đó mà dân Mỹ vẫn mua về ăn ào ào rồi lại bị các công ty của Mỹ kiện chính là loại cá xưa nay vẫn hay sinh sống dưới “cầu tôm”.

Người miền núi không có sông nước ao hồ, nên toilet cũng phải phù hợp với hoàn cảnh địa lý. Cho đến giờ, tôi vẫn thấy nhiều hộ dân trên Lạng Sơn dùng loại toilet vô cùng thú vị và cũng không kém phần kinh hoàng. Đó là một chiếc thùng phuy được chôn chìm xuống đất, chỉ nhô lên phần miệng cao độ 30 phân. Một thanh gỗ được bắc ngang qua miệng làm chỗ ngồi. Thế là xong.

Từ cổ chí kim, người ta còn duy trì một loại toilet rất gần gũi với thiên nhiên, ấy là “Thứ nhất quận công. Thứ nhì ra đồng”. Tôi còn nhớ một câu chuyện dân gian kể về anh học trò nghèo yêu say đắm một thiếu nữ hàng xóm. Anh yêu và ngưỡng mộ nàng đến nỗi hôm nào cũng chỉ ngắm nhìn thần tượng từ xa chứ không bao giờ dám ngỏ lời. Thế rồi một ngày nọ, trên đường đi học về, anh nhìn thấy thần tượng của mình... lấp ló sau bụi cây trên đồng. Nàng đang thực hiện cái việc mà đến thánh nhân cũng phải làm hàng ngày. Vậy là trong phút chốc, giấc mộng ngọt ngào và lãng mạn về một thần tượng bỗng sụp đổ tan tành. Anh không ngờ rằng một kiều nữ cao sang như nàng mà cũng... có hành động phạm tục như thế.

Cách đây khoảng 20 năm, người ta gọi toilet là công trình phụ, toilet thường được tách rời với nhà tắm cho... sạch sẽ. Người ta tự làm cho mình sạch sẽ đến độ cắt rời cái công trình không sạch sẽ ấy càng xa càng tốt. Thậm chí không có luôn cũng được. Gia đình tôi từng chuyên nhà tới 7 lần cả thầy. Lần nào xây nhà mới cha tôi cũng là chủ công trình xây dựng, chủ

giám sát kiêm luôn cả nhà thiết kế. Song chưa lần nào tôi thấy ông làm một cái toilet. Nhà tôi luôn luôn có đủ cả sân vườn, ban công, buồng tắm, sân thượng, phòng khách, vài phòng ngủ, bếp riêng... song không bao giờ có toilet. Tôi chẳng có lý do gì để đòi hỏi cái sự cần phải có này, bởi vì trong trí óc non nớt lúc ấy, tôi cho rằng việc nhà không có toilet là phải lắm. Tôi sinh ra đã chưa nhìn thấy một cái toilet riêng bao giờ, rồi đến nhà hàng xóm, bạn bè, họ hàng thấy nhà nào cũng đều như thế cả, khái niệm không sinh ra sao biết đến đòi hỏi. Song nếu không có toilet riêng thì người ta làm thế nào? Dĩ nhiên là viện đến toilet công cộng. Riêng cái sự này đã là cả một nỗi ám ảnh suốt thời thơ ấu. Nhà chung cư kiểu cũ - toilet công cộng, nhà trên khu phố cổ chật chội - toilet công cộng, nhà kiểu biệt thự Pháp cổ sau phân chia cho nhiều hộ - toilet công cộng. Những kiến trúc nhà kiểu ấy toilet công cộng đã đành, đằng này rất nhiều nhà xây riêng rộng rãi cũng dần lòng mà tham gia toilet công cộng. Tôi bản khoản rất nhiều trước sự kỳ lạ này, sau tạm luận ra một lý giải được coi là hợp lý. Có thể người Việt Nam chúng ta có truyền thống tập thể cao, khi ăn chằm chung một bát nước mắm, khi ngủ vợ chồng con cái cũng chung trên một chiếc giường, hàng xóm láng giềng thích chung nhau nhiều thứ, chung lối đi, chung vòi máy nước, vậy dùng chung một chiếc toilet thì có sao, càng thêm tinh thần đoàn kết. Nhiều hộ ở xa, cách nhà vệ sinh đến nửa cây số. Mỗi lần đi bộ sang thường rủ ai đó đi thêm cho vui, cho có bầu có bạn. Còn trẻ con thì tiện lợi hơn, cứ tối tối thấy cả nhóm trẻ trong xóm cùng í ới rủ nhau sang công viên để làm cho cây xanh thêm tươi tốt là chuyện bình thường.

Phần lớn các nhà vệ sinh công cộng không bao giờ được thiết kế kín cửa. Cửa gỗ sẽ để huyệt phía trên để thông gió. (Thậm chí nhiều nơi chỉ thừa mỗi tấm vải bao tải và một chiếc móc sắt để làm “rèm” cho thoáng.) Vì thế nên mới sinh ra những câu chuyện thật như đùa thế này. Một trường học có nhà vệ sinh ở đằng sau, cũng có cửa hông phía trên để thông gió, song không biết do công trình xuống cấp hay thợ thiết kế ban đầu có ý làm thế cho thoáng mà người bên trong được che chắn tất cả, trừ phần đầu. Không ai chỉnh đốn cánh cửa này vì có sao đâu. Người ta mặc quần áo để che cơ thể chứ ai che mặt. Mặt chứ gì mà phải xấu hổ. Cửa đáng tội khu vệ sinh đó dựng sát bờ mương, chỗ chẳng bao giờ có người qua lại. Người vào đây cũng chỉ có mục đích duy nhất ấy thôi, nhìn thấy người lấp ló bên trong sẽ đứng tránh ra mà chờ đợi. Càng tốt, đôi bên đỡ phải đánh tiếng. Tuy nhiên có một số học sinh hay đi đường tắt qua đây để về nhà. Thấy thầy cô ngồi bên trong thò cổ lên, chúng chào rõ to “Em chào thầy ạ”. Thấy thầy cô thì phải chào, học trò nào mà chẳng được dạy thế. Vậy là thầy (hoặc cô) đành lúng túng chào vọng ra để đáp trò mà trong bụng rủa thầm đứa học trò đần độn.

Giờ toilet đã có lavabo các loại nhựa, men sứ để lựa chọn. Các gia đình không còn coi thường cái toilet nữa. Toilet đã được phép chung với buồng tắm. Nhiều nhà còn cầu kỳ lắp các loại đèn rọi chiếu sáng trong toilet cho đẹp, hoặc bỏ cả ngàn đô để thừa cho được loại bồn cầu có “mắt thần” biết tự đóng và mở nắp khi chủ nhân có ý muốn sử dụng, biết làm ấm chỗ ngồi khi trời đông giá, song các toilet công cộng không vì thế mà hết những cơn ác mộng. Đây là tôi nói toilet công cộng ở những nơi công cộng, chứ không phải dành cho các hộ dân. Các du khách nước ngoài sang Việt Nam, nào có được vào các gia đình chung cư cao cấp hay nhà năm tầng để tham khảo toilet, mà chỉ có thể mục sở thị các toilet của công ty vệ sinh thành phố hay trong nhà hàng, khách sạn, quán bar, cà phê.... Thôi, loại này sao thì không nói, còn



thường thường bậc trung vẫn là nỗi kinh hoàng ngay cả đối với người Việt. Ở nhiều quán ăn đông khách, có tiếng ăn ngon ở Hà Nội, nếu đến thì chớ có đại dột tìm đường ra W.C, vì có thể bạn sẽ không dám ăn ở đó lần thứ hai.

Nhiều người nước ngoài nói với tôi rằng người Việt Nam chỉ quan trọng frontdoor (cửa trước) mà coi thường backdoor (cửa sau). Tôi nhún vai nói rằng âu cái đó cũng là văn hóa. Đây là cái cùn thế, còn để phân tích văn hóa thì không biết gọi văn hóa toilet của ta là văn hóa gì. Ở Mỹ, một đất nước có tỷ lệ người béo phì lớn nhất thế giới, người ta còn thừa riêng toilet công cộng cho những người không lồ này. Ở Singapore và Malaysia, người ta treo cả giò hoa lan vào trong toilet. Ở châu Âu, nhiều toilet còn có cả nhạc giao hưởng để khách thưởng thức một trong những “tứ khoái” của con người cho được trọn vẹn. Đặc biệt ở nhiều nước, bao gồm cả Trung Quốc, hầu hết các nhà vệ sinh công cộng đều có buồng riêng dành cho người tàn tật và cho phụ nữ có con nhỏ. Buồng này rộng hơn và có giá đỡ cho bà mẹ dùng để thay tã cho em bé. Thậm chí một nhà hàng tư nhân nhỏ xíu ở Paris, chủ là người Việt Nam, song toilet cũng có buồng riêng với dấu hiệu xe lăn trên cánh cửa. Đủ thấy, văn hóa toilet của họ thể hiện sự tôn trọng con người, tôn trọng quyền con người và đặc biệt coi toilet là một thứ tối quan trọng phục vụ cho cuộc sống. Chí ít, nếu toilet không được tối tân, cầu kỳ thì cũng phải sạch sẽ. Mới hay, đến bất kỳ đâu, điều đầu tiên ta cảm nhận là văn hóa ẩm thực và sau đó là văn hóa toilet, một thứ không thể tách rời khỏi đời sống con người.

## Người nổi tiếng và văn hóa PR

Khái niệm PR (Public Relation – Quan hệ công chúng) mới bắt đầu du nhập vào Việt Nam kể từ năm 2003 và qua 10 năm phát triển, dường như nhiều người nghiên dùng từ PR. Đáp ứng nhu cầu của đông đảo công chúng, một số ít trường đại học như Phân viện Báo chí Tuyên truyền, đại học Hoà Bình cũng bắt đầu mở chuyên ngành này, rồi đến các cơ sở giáo dục tổ chức lớp ngắn hạn để cấp chứng chỉ. PR nở rộ đến nỗi người ta bội thực PR. Giờ khái niệm này không chỉ dành riêng cho các công ty, tổ chức mà hầu hết cá nhân đều coi PR là quan trọng, đặc biệt là những người của công chúng.

Dễ dàng có thể tìm đọc trên báo những câu phỏng vấn kiểu như “Anh/chị nghĩ sao khi có người bảo rằng anh/chị đang tạo xì căng đan đề PR cho chính mình?” hay “Nhiều người nói anh/chị PR không tốt bằng các đồng nghiệp”. Rồi người ta hay nhờ nhau PR hộ cái này, PR hộ cái kia. Thậm chí nhiều người còn khẳng định rằng vụ linh xình báo chí có liên quan đến một tác phẩm bị nghi là đạo văn là nhằm mục đích PR, hoặc ca sĩ nọ kiện tùm lum một cô nhà báo cốt là đề PR. Như vậy thực sự rất nhiều người vẫn chưa hiểu bản chất PR là gì, ngay cả những người đáng lẽ phải hiểu khái niệm này hơn ai hết là giới báo chí hoặc những người nổi tiếng cho rằng những hành động mình đang làm là nhằm mục đích PR.

Theo Edward Bernays, cha đẻ của PR, thì PR gắn bó mật thiết với công chúng mà “Trước khi muốn công chúng yêu mến, hãy khiến họ hiểu mình trước đã.” Nói nôm na, PR nhằm tạo dựng, duy trì, phát triển uy tín và mối quan hệ tốt đẹp giữa một tổ chức, cá nhân và công chúng, tạo nên sự hiểu biết và ủng hộ của công chúng, chứ không phải gây xì căng đan đề công chúng ghét bỏ.

Ở các nước phát triển, PR vô cùng được coi trọng. Bởi vì đúng như Philip Kotler, cha đẻ của marketing hiện đại, thì quảng cáo dễ kiểm soát song “PR là thứ mà bạn phải cầu mong chứ không phải trả tiền là được”. Do đó nhiều người nổi tiếng đã phải tìm kiếm sự trợ giúp từ các ông bầu là vì lý do này. Ngoài việc giúp họ giao dịch hợp đồng, quản lý quảng cáo... ông bầu còn vạch ra các chiến lược PR để những người nổi tiếng có thể chiếm được tối đa cảm tình của công chúng. Thậm chí nhiều ngôi sao còn tuyển cả phát ngôn viên cho thêm phần chuyên nghiệp. Chúng ta thường thấy các ông bầu o bé ca sĩ về cách ăn mặc, không được quan hệ trai gái bừa bãi, phát biểu trước báo chí phải đúng mực với những câu trả lời được luyện sẵn và học thuộc lòng, cũng chỉ là nhằm mục đích duy nhất: PR. Bởi vì trong quan hệ công chúng, giữ gìn hình ảnh và uy tín là mục tiêu hàng đầu. Hoa hậu Mai Phương Thúy, Đặng Thu Thảo cũng là một trong số hiếm hoi những người nổi tiếng thực hiện được các chiến lược PR chuyên nghiệp. Những hoạt động xã hội đã đưa tên tuổi của họ trở nên nổi bật và khiến họ trở thành một trong số các hoa hậu được công chúng yêu mến nhất trong tất cả những người đẹp được đăng quang từ năm 1988 đến giờ.

Ở nước ta, không phải người nổi tiếng nào cũng có ông bầu, vì thế chuyện người của công chúng gây ra sự nhố nhăng khiến công chúng phát ghét là điều hết sức bình thường. Chúng ta vẫn còn nhớ chỉ cần một câu nói của vài cô ca sĩ nổi tiếng như: Hở hang mà đẹp thì vẫn chấp nhận được, hay Nhạc sỹ nào muốn nổi tiếng thì đưa bài hát đây đã tiếng đề muôn đời khiến

công việc của họ bị ảnh hưởng tới mức nào. Đôi khi, những phát ngôn kiểu như vậy có thể chỉ là vô tình, song do họ thiếu cẩn thận, thiếu kinh nghiệm, thiếu nhận thức và nhất là không được một ông bầu rèn giũa phương thức tiếp xúc với công chúng một cách chuyên nghiệp nên mới gây ra sự. Nhiều người nổi tiếng cũng nhầm tưởng PR là quảng cáo, là để nhiều người biết đến mình hơn nên còn cố tình gây ra xì căng đan bằng các vụ kiện cáo, cãi nhau, nói xấu nhau trên báo chí nhằm khiến sản phẩm của mình bán chạy. Thực ra đây là những phương thức phản PR. Điều này có thể khiến họ nổi tiếng hơn, song là tiếng tăm của “người đốt đèn”. Mất thiện cảm của công chúng là điều tối kỵ nhất trong học thuyết cơ bản của PR.

Trong quan hệ công chúng, báo giới được đưa lên vị trí trọng yếu. Do đó, cho dù nhiều người nổi tiếng không có thiện cảm với giới truyền thông nhưng họ vẫn học cách cư xử đúng mực với các nhà báo để dành thiện cảm. Vì bất kỳ một người nào hiểu biết về PR đều hiểu rằng, truyền thông là con đường quan trọng nhất khiến một cá nhân, một tổ chức dành được thiện cảm của công chúng. Nhiều người đã từng đọc trên tạp chí Đẹp một bài phỏng vấn rất dài của nhạc sĩ T. Trong đó, phóng viên đã khen T là người PR rất tốt và chính anh cũng không phủ nhận điều này. Tuy nhiên, một phóng viên của một tờ báo uy tín đã tiết lộ rằng sau khi thực hiện xong cuộc phỏng vấn với nhạc sĩ T để viết bài cho báo mình, thì tình cờ có một tờ tạp chí trong Sài Gòn ngờ ý muốn nhờ cô xin giúp vài bức hình của T để minh họa cho một bài viết khác, cô liền gọi điện cho nhạc sĩ để xin ảnh (tuy nhiên đây là một tạp chí không có tiếng tăm lắm). T từ chối không có ảnh, liền sau đó anh nhắn tin lại đại ý là: Anh tưởng em đưa anh lên báo nào, hóa ra là một tờ báo không có tên tuổi gì. Anh nể em lắm mới nhận lời phỏng vấn. Em tưởng báo nào anh cũng lên à? Có thể T cũng là một người nổi tiếng thực hiện PR theo kiểu tự phát, nên không hiểu rằng làm mất lòng báo giới hoặc phát ngôn bừa bãi trước báo giới cũng là một điều tối kỵ. Trong PR, ngoài phương tiện thô sơ như “word of mouth” (truyền miệng) thì truyền thông là con đường nhanh nhất để người của công chúng tạo sự hiểu biết lẫn nhau đối với công chúng. Vì thế, các công ty quản lý giải trí của nước ngoài đặc biệt rất chuyên nghiệp trong việc “nâng niu” các nhà báo.

PR còn là một phương tiện cứu cánh tuyệt vời cho các tổ chức, cá nhân với chức năng “Quản trị khủng hoảng”. Dễ hiểu sau khi xảy ra vụ lộ ảnh nóng của ca sĩ Hồng Kông Chung Hân Đồng và diễn viên điện ảnh Trần Quán Hy, cả hai đều tổ chức họp báo để xin lỗi công chúng nhưng cuộc họp báo của Chung Hân Đồng đã gặp thất bại. Chủ nhiệm Lâm Kiên Nhạc của công ty giải trí EAM (công ty quản lý Trần Quán Hy) có kinh nghiệm hơn phía EEG (công ty quản lý Chung Hân Đồng). Ông ta đã để phía EEG tổ chức họp báo trước nhằm rút kinh nghiệm và đạo diễn cho Trần Quán Hy cẩn thận từ lời nói, bộ quần áo đến cách thể hiện trước công chúng. Bàn ghế và trang phục của Trần Quán Hy hôm đó đều giản dị, thái độ của anh cũng không màu mè và chân thành. Thực ra nói năng thế nào, thành công hay thất bại không phải do tự Trần Quán Hy và Chung Hân Đồng nghĩ ra mà được, mà phải đòi hỏi. kinh nghiệm và tính chuyên nghiệp cao.

Quản trị khủng hoảng là một phần cực kỳ cần thiết đối với các công ty giải trí và những người nổi tiếng. Phía Việt Nam cũng có diễn viên TL bị lộ phim nóng. Cô cũng được đạo diễn vạch ra phương án “quản trị khủng hoảng”. Song hành động quản lý kém chuyên nghiệp thể hiện qua 30 phút “chiếm ghế” của Đài truyền hình để khóc lóc và xin lỗi thành ra gây hiệu ứng

ngược. TL đang từ chỗ đáng thương thành ra đáng ghét. Và không những chỉ mình cô bị ghét mà toàn bộ ê kíp hôm đó còn bị “ghét lây”.

Mong muốn được nổi tiếng, những lời nói “vô tình gây sốc”, những xì căng đan của giới nghệ sỹ là chuyện vốn dĩ hết sức bình thường, song nếu chính bản thân họ hiểu biết hơn về văn hóa PR, hẳn những điều đáng tiếc sẽ không xảy ra. Họ sẽ chiếm được cảm tình tuyệt đối của đông đảo quần chúng, trừ phi chính bản thân họ mong muốn bị mất uy tín và hình ảnh trước công chúng.

## Một thế hệ không ngoạn lại

Có lần, khi tôi dẫn vài người nước ngoài vào trung tâm thương mại Diamond Plaza (TP Hồ Chí Minh), tất cả đều kinh ngạc khi nói rằng từ lúc sang Việt Nam đến nay đã là vài năm, họ chưa bao giờ gặp ở đâu nhiều teenager (thanh thiếu niên) đến như vậy và quan trọng hơn, họ thấy các khách hàng tuổi teen ra vào plaza cũng giống y hệt thế hệ trẻ của Hàn Quốc, Nhật Bản, Singapore, Hồng Kong... với các kiểu tóc cầu kỳ lạ mắt, quần áo thời trang kiểu lồi thối đến kỳ quặc.

### **Những người trẻ tuổi và các giá trị ảo**

Các trung tâm thương mại lớn ở những khu đô thị trên thế giới luôn là điểm tập trung lý tưởng của tầng lớp thanh thiếu niên. Họ vào đó để shopping hoặc chỉ để ngắm đồ CK, Mango, Bebe, Bossini, xem những siêu phẩm mới nhất của điện ảnh Mỹ mà nhất thiết phải có sự góp mặt của Hilary Duff, Dakota Fanning, Daniel Radcliff, ăn đồ ăn nhanh trong các quán KFC, Mac Donald, Pizza Hut, uống cà phê tan trong Starbuck và quan trọng hơn, để vui, để chứng minh một phong cách sành điệu.

Đa phần các bậc phụ huynh không thể hiểu nổi suy nghĩ của giới trẻ. Họ hầu như phát điên khi không thể cảm đoán con cái mình mặc những bộ quần áo kỳ quái như vừa bước ra từ rạp xiếc, đó là thứ thời trang mà theo họ, là phi thẩm mỹ và không phù hợp với học sinh. Tuy nhiên, các teenager lại thấy đẹp, và sẵn sàng nhịn ăn sáng cả tháng trời để đổi lấy một bộ thời trang kỳ quái cho theo kịp chúng bạn. Những người lớn tuổi cũng không thể hiểu nổi tại sao, “tụi trẻ” lúc nào cũng ham muốn một chiếc điện thoại di động xịn, một chiếc xe máy xịn, một Ipod xịn, một laptop xịn... trong khi chúng không có việc gì để sử dụng chúng, mà nếu đã không cần thiết thì tại sao phải đổ tiền vào những thứ đồ vô ích. Và họ cố công giải thích cho con cái họ hiểu rằng giá trị của con người không bao giờ đồng nghĩa với vật chất vì tư cách đạo đức, tri thức mới là quan trọng nhất. Tuy nhiên gần như một trăm phần trăm những lời “dốc bầu tâm huyết” ấy cũng hầu như làm các teenager phát điên. Họ cũng không hiểu nổi tư duy “cổ lỗ” của các bậc cha mẹ và tiếp tục chìm vào những giấc mơ mang hình logo Apple, Vaio, Piagio và Samsung thế hệ mới nhất. Càng sống trong những nơi đô thị lớn, giới trẻ càng mau chóng hình thành cho mình những phong cách được coi là sành điệu. Và đô thị càng lớn, các phong cách càng đa dạng. Giới trẻ tự hình thành nên đủ loại style kiểu Rock, Hip hop, Harajuku, Elite, Manga... Họ tự tìm cho mình một nhóm bạn có chung style và lại phát triển style đó theo phong cách riêng của nhóm mình. Vô hình trung, trong tâm trí của tất cả giới trẻ, dù muốn dù không, đều có những mẫu hình chung về khái niệm “sành điệu”. Và để trở thành kẻ sành điệu, để được bạn bè coi trọng và thán phục, họ phải đạt bằng được những “cột mốc” ấy.

Tuy nhiên, ở một số quốc gia mà đô thị và kinh tế phát triển với tốc độ chóng mặt, trong đó có Việt Nam, khoảng cách giữa người giàu và người nghèo ngày càng doãng ra thành một hố sâu khổng lồ. Qua con mắt quan sát của các phóng viên nước ngoài, các đô thị lớn ở Việt Nam là một sự pha trộn ngoạn mục giữa làng và phố, truyền thống và hiện đại, sang trọng và bần hàn. Nếu như trong các plaza đông đúc, trong các quán Highland Café sang trọng, lớp lớp

những teenager là cậu ấm cô chiêu trung bày các phong cách sành điệu sánh ngang thế hệ đồng tuổi ở các đô thị lớn khác trên thế giới, thì trong những phòng trọ tồi tàn ở các khu dân cư lao động, hàng vạn sinh viên ngoại tỉnh vẫn chen chúc dưới cái nóng hầm hập của mái tôn để chúi mũi vào những cuốn sách dày cộp. Các bữa ăn trưa của họ không phải là lườn gà nướng Kentucky và khoai tây rán, mà là những bữa cơm bình dân ở các căng tin rẻ tiền và thậm chí là mì tôm qua ngày.

### **Cơn sốt thần tượng và hội chứng học đòi thần tượng**

Nhắm trúng vào thị hiếu giới trẻ, rất nhiều hãng sản phẩm lồng ghép hình tượng sành điệu vào các video clip quảng cáo. Ví dụ như hãng đồ uống kinh doanh Pepsi Cola đã chi rất nhiều tiền cho việc mời các ngôi sao thần tượng tuổi teen vào những video clip quảng cáo mà lần lượt là ngũ quái Spice Girls, Pink, Britney Spear, Enrique Iglesias, Cổ Thiên Lạc, Thái Y Lâm, Bi Rain, Mỹ Tâm, Kasim Hoàng Vũ, Phương Linh, Hà Anh Tuấn... chỉ với mục đích duy nhất là để giới trẻ cảm thấy mình sành điệu cũng như sao khi thi nhau tiêu thụ thứ đồ uống không mấy bổ béo ấy. Hãng điện thoại Nokia bao giờ cũng tuyển chọn những người mẫu vùng Scandinavia với mái tóc bạch kim, thân hình gày nhảnh kiểu catwalk và quần áo body thể hiện phong cách sành điệu. Vì vậy, mặc dù tính năng của Nokia cũng không khác gì những hãng khác song giới trẻ chỉ có thể yên tâm là mình đã tạo dựng phong cách khi nhét trong túi một chiếc điện thoại sành điệu này. Các nhà sản xuất phim Hàn, một đất nước mà logo có chữ Dynamic Korea (Hàn Quốc năng động), đã vô cùng năng động khi phim truyền hình xuất xưởng được tiêu thụ tới ở rất nhiều nước châu Á. Họ dựng ra những hình tượng nhân vật yếu đuối, xinh đẹp, sành điệu... không hề giống tính cách nóng như lửa của đàn ông xứ Hàn và những kiều nữ vốn không phải sinh ra ở một đất nước có nhiều mỹ nhân. Tuy nhiên, các nhà làm phim Hàn đã thành công khi tạo ra một trào lưu điện ảnh và một thế hệ lấy hình mẫu nhân vật phim Hàn Quốc làm thần tượng.

Song điều gì cũng có mặt trái của nó. Cơn sốt thần tượng đôi khi trở nên quá đà và hình ảnh thần tượng đã ám vào đời sống thực của các fan hâm mộ đến mức các fan không chỉ úp mặt hôn cái ghế có thần tượng Bi Rain vừa ngồi, mà còn nhất nhất “sao y bản chính” các hành động của thần tượng, từ cách phục sức, nói năng cho đến yêu đương, và thậm chí cả cách chết. Mấy năm trở lại đây, làng giải trí Hàn Quốc có hàng loạt ngôi sao tự tử bằng cách treo cổ. Lần lượt những ngôi sao lớn của xứ Hàn như Jang Chae Won, Choi Jin Sil, Ahn Jae Hwan, Jeong Da Bin, Lee Eun Joo, Lee Hye Ryeon, Yeo Jae Gu... sẵn sàng giã từ cuộc sống hào nhoáng và vĩnh biệt hàng triệu fan hâm mộ để tìm về với cát bụi. Trong từ điển đã xuất hiện một cụm từ mới là “Hội chứng tự tử Hàn Quốc”. Phần lớn các sao Hàn được chẩn đoán là mắc chứng trầm cảm trước khi họ tự sát. Đây là một căn bệnh phổ biến trong những đô thị hiện đại, nơi mà con người phải đối mặt với những cạnh tranh và áp lực nặng nề. Hồi đầu tháng 10/2010, diễn viên Kim Hyun Joon cũng hút chết vì dùng thuốc an thần quá liều, tương tự như trường hợp của Heath Ledger, ngôi sao đoán mệnh trong bộ phim Brokeback Mountain. Từ đó, tự tử bằng cách treo cổ đã hình thành một trào lưu trong giới trẻ Hàn Quốc. Cho đến thời điểm hiện tại, trung bình mỗi ngày có 38 người Hàn tự tử. Tuy nhiên tỷ lệ này vẫn không thể so sánh với nước Nhật, khi trung bình một năm có tới hơn 30.000 người tự sát, gấp ba lần Hàn Quốc. Thậm chí ở Tokyo còn có hẳn một con sông dành cho những người trầm

mình tự tử. Theo thống kê, đối tượng tự sát là thanh thiếu niên ngày càng tăng. Mới đây, một cuộc khảo sát đối tượng học sinh ở thành phố Hồ Chí Minh cho thấy có tới 21% học sinh có biểu hiện stress và trầm cảm. Những vụ tự sát tập thể trong thanh thiếu niên không còn là chuyện xa xôi của nước Mỹ, nước Nhật mà đã xuất hiện ở các thành phố lớn của Việt Nam. Đó chính là hệ quả tất yếu của sự phát triển kinh tế và quá trình đô thị hóa mạnh mẽ, khi mà những người trẻ tuổi đang sẵn sàng, hoặc chưa sẵn sàng bị ném vào vòng quay của áp lực và cạnh tranh trong một thế kỷ toàn cầu hóa.

## Gía trị của những "ly kem"

Tết Nguyên đán vừa rồi, tôi đi xem phim “Mỹ nhân kế”, ngồi chen giữa những chàng trai cô gái tuổi teen. Không phải tôi vào rạp vì nghe báo chí quảng cáo nhiều quá rồi tò mò xem thử, mà tôi đã quá quen với serie phim của Nguyễn Quang Dũng, cũng biết trước nội dung phim như thế nào rồi và mong muốn trong một buổi chiều ngày Tết nhàn tản, mình sẽ có được vài tiếng thư giãn. Tất nhiên, sau khi thông báo rằng mình vừa đi xem cái phim đang rất “hot” ấy, tôi bị “toàn dân” bĩu môi. Một cậu bạn nhiếp ảnh gia phê rằng phim rất phi lý, lạm dụng kỹ xảo và nhạt nhẽo. Một cô bạn nhà văn cho rằng cốt truyện sơ sài không có tính nghệ thuật. Và đặc biệt một ông bạn đạo diễn gạo cội của tôi tỏ thái độ thất vọng khi tôi cũng a dua theo “quần chúng trẻ người non dạ” mà vào rạp xem phim.

Nhiều người tẩy chay “Nụ hôn thân chết”, “Long Ruồi”, “Đẹp từng milimét”... và nói rằng gu của họ phải là nhạc thính phòng do Trọng Tấn hát, xem phim kiểu “Đời cát”, và đọc sách đoạt giải Nobel. Họ nhắc lại rằng một trí thức như tôi rất không nên chạy theo cái gọi là “thị hiếu số đông”. Phần nhiều những trí thức của ta giữ quan điểm này. Vì thế tôi thường giấu kín cái sở thích ngày cuối tuần là xem phim “Kung Fu gấu trúc”, đọc tạp chí nhiều tranh ảnh ngôi sao và nghe vài bản nhạc dance thời thượng. Đâm mới nghĩ rằng, liệu có phải chúng ta chưa có “văn hóa giải trí”?

Từ trước đến nay, dân ta vẫn có cái quan niệm nặng nề về “sản phẩm nghệ thuật hạng hai”. Quan niệm này ngấm sâu đến mức nhiều người đồng nghĩa “giải trí” với “rẻ tiền” và “lá cải”. Họ tẩy chay các sản phẩm nghệ thuật giải trí một cách cực đoan, kỳ thị và cho rằng chúng chỉ thích hợp với đối tượng khán giả bình dân. Họ chỉ thường ngoạn nghệ thuật theo cách riêng của mình bằng những sản phẩm hàn lâm. Tuy nhiên, ở những quốc gia phát triển, các sản phẩm giải trí đã được đưa lên một mức độ khác và phục vụ ngay cả tầng lớp trí thức. Trong một xã hội văn minh, người ta không chỉ hưởng thụ giải trí đích thực bằng những trò chơi mới lạ trong Theme Park (công viên giải trí) mà bằng chính những sản phẩm nghệ thuật phổ biến hàng ngày. Vì thế, ngành công nghiệp giải trí từ lâu đã trở thành một miếng bánh khổng lồ để khai thác một cách chuyên nghiệp. Hồi năm 2010, bộ phim “Avatar” của đạo diễn James Cameron đã đem lại cho hãng 20th Century Fox doanh thu cao nhất mọi thời đại: hơn 2 tỷ USD. Năm 2012, “Biệt đội siêu anh hùng” cũng thu về 1,5 tỷ. Trước đó “Cướp biển vùng Caribe” đạt doanh số 1,06 tỷ USD, “Hiệp sĩ bóng đêm” 996,8 triệu USD, “Indiana Jones và vương quốc sọ người” 786,6 triệu USD, “Kung fu Panda” 631,9 triệu USD. Trong lịch sử điện ảnh cũng đã có rất nhiều bộ phim bom tấn thu hàng bao tải tiền như “King kong”, “Cuộc chiến tranh giữa các vì sao”, “Công viên kỷ Jura”, “Chiếc rương thánh tích”... Những bộ phim này không phải được sản xuất để đi tranh giải Oscar, chúng thuần túy là phim giải trí và trong số vài chục triệu lượt người xem không phải đều là khán giả bình dân. Trong lĩnh vực văn học giải trí, ta cũng có thể kể đến các nhà văn có thu nhập lớn nhất thế giới là J.K Rowling (300 triệu USD/năm), tiểu thuyết gia trinh thám James Patterson (50 triệu USD/năm), tiểu thuyết gia kinh dị Stephen King (45 triệu USD/năm).

Những sản phẩm nghệ thuật này cho dù không thuộc dòng hàn lâm, cho dù không có giá trị trường tồn vĩnh viễn với thời gian song đã tạo được một vị trí nhất định không chỉ trong làng



giải trí mà còn trên phương diện nghệ thuật. Rất nhiều nhân vật là cha đẻ của các sản phẩm nghệ thuật giải trí đã được tạp chí Forbes xếp vào danh sách 100 người có ảnh hưởng lớn nhất thế kỷ. Cũng không ai dám bảo Steven Spielberg hay James Patterson là hạng lá cải, rẻ tiền. Rất nhiều người thuộc giới trí thức và tầng lớp cao vẫn thường xuyên thưởng thức những tác phẩm giải trí kiểu này. Không phải họ không có khả năng thưởng thức hay không quan tâm đến dòng nghệ thuật cao cấp mà đơn giản là vì trong một xã hội có quá nhiều áp lực và cạnh tranh, người ta không thể lúc nào cũng có hứng thú với những tác phẩm mang nhiều tính triết lý cao siêu. Và đôi khi người ta vẫn cần một “sản phẩm giải trí” vào ngày cuối tuần cho nhẹ đầu óc. Tuy nhiên, vì tính giải trí chuyên nghiệp của sản phẩm nghệ thuật đã được xác định rất rõ ràng nên không phải các tác phẩm này không chứa đựng chút nào giá trị chân thiện mỹ. Càng ngày, yếu tố giải trí và nghệ thuật càng xích lại gần nhau. Điều đó thể hiện qua việc rất nhiều bộ phim bom tấn mang tính giải trí, câu khách cũng đồng thời là những bộ phim giành được giải Oscar như “Avatar”, “Titanic”, “Chúa tể của những chiếc nhẫn” (3 phần), “Bản năng gốc” (phần 1)... Và cách đây vài năm, ông vua kinh dị Stephen King đã được Quỹ NBA (National Book Award – Giải thưởng sách toàn quốc) trao giải thưởng danh dự vì sự đóng góp xuất sắc cho văn học Hoa Kỳ. NBA vẫn được ví như Giải Oscar của văn học Mỹ và thường chỉ trao giải cho các cây bút hàn lâm như Denis Johnson, Wright Morris, Joyce Carol Oates.

Trong lĩnh vực nghệ thuật của ta, có thể do văn hóa, tập quán, điều kiện kinh tế... nên tính giải trí nhiều khi bị bỏ qua. Hơn nữa, do từ lâu khái niệm “giải trí” đã bị đánh đồng với “bình dân”, “lá cải”, “rẻ tiền” nên phần nhiều, khi những người sáng tạo chủ định tập trung vào tính giải trí, họ cũng không nghĩ nhiều đến giá trị nghệ thuật của nó, thành ra đôi khi nó cũng hóa “bình dân” thật. Tuy nhiên, gần đây đã có một số đơn vị tư nhân cho ra lò những sản phẩm mang tính giải trí khá chuyên nghiệp. Chỉ nhìn vào doanh thu của những sản phẩm này cũng đủ biết mức độ thành công của nó. Ví dụ như bộ phim “Mỹ nhân kế” đã đạt mức doanh thu 52 tỷ đồng sau hai tuần công chiếu, “Long Ruồi” (đạo diễn Charlie Nguyễn) 42 tỷ đồng. Những bộ phim này đều có một điểm chung là diễn viên đẹp, hình ảnh và góc quay đẹp, nội dung hài hước dễ hiểu, song không rẻ tiền. Tất cả khán giả bước chân vào rạp xem những sản phẩm giải trí kiểu này đều có chung một nhận xét rằng “xem để rồi hôm sau quên ngay, không có tính tư tưởng và triết lý”. Tuy nhiên, họ vẫn cứ xem, bởi vì trong những ngày vui như đầu năm mới và lễ Valentine, không thể nào bắt tất cả khán giả ngồi trước màn ảnh xem một bộ phim chiến tranh nặng đầu, để rồi ra khỏi rạp cứ phải bị ám ảnh về nó. Những bộ phim giải trí của ta được ví như một ly kem mát, giải khát tức thì trong một ngày nắng đẹp, khi mà người ta vừa kết thúc một công việc trí óc mệt nhọc. Chúng ta cần những thực phẩm dinh dưỡng, nhưng cũng rất cần một ly kem, cho dù nó chẳng bổ béo gì. Vì thế, khi tận hưởng những sản phẩm giải trí, xin đừng chẻ nó ra thành năm bảy mảnh để tìm xem thông điệp ở chỗ nào, tư tưởng ở đâu. Hãy cứ thưởng thức nó để giãn bớt những áp lực thường ngày, cho dù ta sẽ quên nó ngay trong ngày hôm sau.

## Một nửa là văn hóa Bluntness

Trong cuốn “Destination Saigon” (cuốn bút ký viết về Việt Nam được xuất bản tại Australia và đang bán rất chạy) tác giả Walter Mason, người Australia, đã nhận xét rằng anh vô cùng ngạc nhiên khi phát hiện ra tính “ăn ngay nói thẳng” (bluntness) của người Việt. Người phương Tây thường không bình phẩm gì về một người đối diện khi đang trò chuyện trong một nhóm người. Walter Mason thổ lộ rằng “Trực tính này thật kỳ diệu vì không có việc gì bị che đậy. Ngay cả khi người ta nghe tôi nói tiếng Việt với họ, tức là họ biết tôi hiểu được tiếng Việt của họ, họ vẫn thân nhiên bình phẩm về tôi trước mặt tôi và trước mặt mọi người khác. Thoạt đầu, tôi cảm thấy bị chạm tự ái, nhưng sau đó tôi cảm thấy phóng khoáng vì việc gì cũng có thể thảo luận một cách thành thật”.

Thực ra, tính “ăn ngay nói thẳng” hay tính “thẳng thừng” là một cách dịch nhẹ nhàng của từ “bluntness” vì từ này còn có nghĩa là “tính lỗ mãng”. Thoạt đầu, tôi ngạc nhiên khi có người nói rằng người Việt có tính “ăn ngay nói thẳng”, vì tôi thấy người phương Tây mới thường không che giấu ý nghĩ của mình. Nhưng sau đó, tôi cho rằng Walter Mason vẫn chưa nhìn ra nổi một điều rằng: Người Việt rất dễ dàng bình phẩm về hành vi của người khác nhưng lại không dễ dàng bày tỏ nguồn cơn hành vi của chính mình, thậm chí còn che giấu những ý nghĩ xuất phát từ thực tế. Chúng ta còn có hẳn một câu thành ngữ “Cái tốt phô ra, xấu xa đậy lại”, hàm ý rằng việc che giấu cái xấu là lẽ đương nhiên, và việc đó chẳng có gì là xấu. Nhưng thậm chí ngay cả những điều không phải là xấu chúng ta cũng thường cố gắng che đậy. Nhiều lần, tôi hay hỏi người khác về “tính tham vọng”. Tất cả đều trả lời một câu giống nhau rằng họ không có tham vọng gì. Thẳng hoặc có người cho rằng thỉnh thoảng họ mới có tham vọng. Điều này thực kỳ lạ. Tham vọng ngoài là bản tính tất yếu bẩm sinh của một số người, còn nảy sinh lúc trưởng thành như một thứ ý chí vươn lên thuần khiết trong công việc và cuộc sống. Tham vọng khiến chúng ta đạt được mục tiêu và thành công trong mọi kế hoạch đề ra. Trong số những đối tượng được hỏi câu này có nhiều người là nghệ sĩ rất thành công trong sự nghiệp. Vì vậy tôi buộc lòng phải nghĩ đến hai trường hợp, hoặc họ là kẻ vô trách nhiệm với công việc của mình (vì một người sáng tạo không hề có tham vọng thì liệu công chúng có thể trông đợi được gì từ những sản phẩm sáng tạo nghệ thuật của họ) hoặc họ che đậy động cơ hành vi vì nghĩ “tham vọng” là một từ không tốt.

Rất nhiều chủ doanh nghiệp khẳng định rằng họ sẽ từ chối bất kỳ ứng cử viên nào trả lời “không” với câu hỏi phỏng vấn “Anh/chị có phải là người tham vọng không?” và “Tiền bạc giữ vị trí thế nào trong cuộc sống của anh/chị?” cho dù hồ sơ của họ có hoàn hảo đến cỡ nào. Vì “Chúng tôi sẽ lấy gì để thúc đẩy những người như thế làm việc khi mà họ không có tham vọng thăng tiến và tiền bạc đối với họ không quan trọng”.

“Tôi chẳng có tham vọng gì nhiều” và “Tiền bạc đối với tôi không quan trọng” là một câu nói phổ biến của người Việt. Chúng ta nói thế trong khi chúng ta không nghĩ thế có lẽ là một thứ văn hóa, cho dù điều mà chúng ta đang cố gắng che đậy chẳng có gì là xấu. Tôi rất thích một câu của Nguyễn Trần Bạt, tác giả cuốn “Đôi thoại với tương lai”: Động cơ cá nhân trước mỗi một hành động là một trong những năng lượng quan trọng nhất để tạo ra sự chính đáng của hành vi. Ông cũng nói thêm rằng “Chúng ta ai cũng phải tìm ra động cơ cá nhân của mình.

Đừng che giấu động cơ cá nhân của mình”. Tôi còn nhớ hồi đầu thập niên 80, tôi được xem một bộ phim của Thụy Điển với nội dung xoay quanh các cán bộ và công nhân trong một nhà máy. Trong đó có cảnh miêu tả một cuộc họp mà mục đích của nó là tiến hành bầu trưởng phòng mới của nhà máy. Trong lúc cuộc họp đang căng thẳng, nhân vật chính đã đứng bật dậy mà nói “Xin mọi người hãy bầu cho tôi”. Tôi hãy còn nhớ rõ cảm giác kinh ngạc khi ấy, khi còn là một đứa trẻ 8 tuổi, kinh ngạc không kém gì các công nhân nhà máy đang tề tựu trong phòng họp trên màn hình. Chỉ có điều các công nhân nhà máy kinh ngạc vì cái người đứng bật dậy ấy luôn có tư tưởng đối lập với họ, nay lại còn đòi được phiếu bầu, còn tôi thì kinh ngạc vì có người dám đứng bật dậy nói “Xin hãy bầu cho tôi” mà không biết ngượng miệng. Ngay từ nhỏ, tôi đã quen với một điều rằng khi người khác trao cho mình một đặc ân như một bữa ăn, một món tiền, một chức vụ... thì mình nên lịch sự từ chối rằng thì là mình không cần đâu, mình đủ rồi, những thứ ấy không quan trọng, nên trao cho người khác thì hơn, họ xứng đáng hơn mình, vân vân và vân vân, cho dù trong lòng mình không nghĩ như thế, cho dù trong lòng mình đang muốn những thứ ấy khủng khiếp. Đó là lẽ tất nhiên, là hành xử lịch lãm và có giáo dục mà một đứa trẻ cũng nên biết như thế. Đằng này cái nhân vật trên ti vi lại đứng phắt dậy mà đòi mọi người bỏ phiếu cho mình.

Năm tôi học lớp 2, lớp chúng tôi cũng tiến hành “bầu cử” vào quăng đầu năm học. Cô giáo chủ nhiệm đặt câu hỏi rằng “Các em nghĩ bạn nào trong lớp chúng ta xứng đáng làm lớp trưởng?”. Phần lớn đề cử D.H. D.H là một cô bé trắng trẻo, học giỏi và nề nếp tốt. Tôi cũng nghĩ như vậy. Cô giáo chủ nhiệm tôi cũng nghĩ như vậy. Và chẳng cần chúng tôi đề cử thì tất nhiên cô giáo chủ nhiệm của tôi cũng sẽ chọn D.H. Cô đưa ra quyết định trước những tiếng hoan hô vang dậy của năm chục đứa học trò. Tuy nhiên D.H thì mang vẻ mặt buồn rười rượi. Cô ấy buồn đến nỗi gục mặt xuống bàn học một hồi lâu. Chúng tôi chia vui với tân lớp trưởng bằng cách từng người một ra an ủi cô ấy rằng hãy cố gắng lên, bọn mình biết bạn không muốn làm lớp trưởng nhưng rồi bạn sẽ là một lớp trưởng tốt. Cô ấy ứng xử rất khiêm tốn và tuyệt vời khi nghĩ rằng mình không xứng đáng với chức vụ ấy. Chức vụ ấy nên được trao cho một người khác xứng đáng hơn và cực chẳng đã cô ấy mới phải đảm nhận chỉ vì cô giáo và các bạn đã chỉ định. Nếu là tôi thì tôi cũng sẽ làm như D.H. Tất cả lũ học trò lớp hai chúng tôi sẽ ứng xử như D.H, dù kỳ thực chúng tôi đang reo vang trong bụng vì được làm lớp trưởng.

Cho đến giờ, tôi vẫn cứ lấy vẻ mặt buồn rười rượi của D.H ra để làm chuẩn mực và luôn nhìn thấy vẻ mặt của cô ấy xuất hiện trên nhiều dung mạo khác. Người Mỹ, người phương Tây thường tự ra tranh cử với câu nói “Hãy bầu cho tôi” và lời hứa họ sẽ làm gì sau khi được bầu. Nếu những người đi bầu thấy lời hứa của họ là hợp lý thì họ sẽ bỏ phiếu. Đây là sự không che giấu động cơ cá nhân và sòng phẳng. Nhưng tôi rất hiếm thấy người nào xung quanh mình công khai bày tỏ động cơ cá nhân trong khi rõ ràng một công nhân đi làm là mong muốn được lương cao, một người đang đảm nhận chức vụ tổ phó rõ ràng có mong muốn được trở thành tổ trưởng, một cô gái đăng ký dự thi sắc đẹp phải mong muốn dành được ngôi vị hoa hậu và một nghệ sĩ trên sàn diễn sẽ mong muốn được nổi tiếng. Tuy nhiên chúng ta luôn “không quan trọng” những gì lẽ ra là rất quan trọng. Chúng ta xấu hổ khi phải nhắc đến những “tham vọng”, trong khi tham vọng chính đáng của mỗi cá nhân sẽ tạo nên sự phát triển chung của toàn xã hội. Những khái niệm như “tiền bạc, địa vị, danh tiếng” dường như đã từ lâu biến thành cụm

từ tế nhị và nhạy cảm mà ai cũng muốn tránh nhắc đến khi chia sẻ quan điểm cá nhân. Chúng ta che giấu động cơ cá nhân bằng cách bày tỏ một động cơ khác có vẻ như quan trọng nhiều hơn là “mong muốn được chia sẻ, đóng góp và học hỏi”. Nhiều nhà quản lý rất thích nói một câu thế này: Tôi chẳng muốn làm công việc lãnh đạo này đâu, giờ ai mà đứng ra làm giúp thì tôi nhường lại ngay. Hoặc: Tôi chỉ muốn nghỉ hưu sớm cho thanh thản nhưng chỉ sợ tôi nghỉ rồi thì không biết có ai ra làm thay hay không.

Trong một thế kỷ hội nhập và toàn cầu hóa, ranh giới cách biệt giữa các quốc gia đã bị xóa nhòa, chúng ta cũng thẳng thắn hơn, không còn như những thập niên trước, khi mà một đứa trẻ như tôi cũng phải kinh ngạc vì có một người tự ứng cử trên... ti vi. Tuy nhiên, những ranh giới giữa các động cơ hành vi vẫn còn tồn tại. Có lẽ nào, tôi cần phải trao đổi thêm với tác giả Walter Mason rằng, người Việt chỉ thẳng thắn bình phẩm về động cơ hành vi của người khác chứ không đòi nào muốn thẳng thắn về động cơ hành vi của chính mình.

## Tết đầu còn như xưa nữa

Tôi có cô bạn lấy chồng Mỹ, giờ sống ở San Francisco, từ nhà đi ra Cầu Cổng Vàng có vài bước chân. Cô ấy chia sẻ rằng cái thời còn du học ở London, năm nào cũng cứ đến giờ khắc giao thừa là cô lại cảm thấy vô cùng cô đơn và nhớ nhà. Tôi chưa sống lâu nơi xứ người bao giờ, càng chưa bao giờ được hưởng một cái Tết Nguyên đán ở nơi không phải nhà của mình nên ngạc nhiên vì điều này lắm lắm. Có nói mãi tôi vẫn không hiểu. Tôi cứ cho rằng người Việt sinh sống ở nước ngoài chỉ có thể cô đơn khi nước người vào Giáng sinh, nước người nhộn nhịp náo nức đón dịp nghỉ lễ và quần tụ gia đình, lúc ấy mình thấy mình thừa ra thì mới cảm thấy lạc lõng. Chứ mà ngày Tết Nguyên đán, người xứ họ vẫn đi làm bình thường, thì đâu có cảm giác ấy. Song rồi rất nhiều người Việt ở nước ngoài cũng chia sẻ với tôi cảm giác này, cái cảm giác cứ đến Tết Nguyên đán là nỗi nhớ nhà, nhớ quê hương trong lòng họ lại rộn lên, hết một phần xạ có điều kiện.

Cô bạn tôi kể về cái Tết đầu tiên ở London, cô cũng chuẩn bị cho ngày lễ như ở nhà: dọn dẹp thật sạch nhà cửa; không có hoa đào, hoa mai hay cây quất làm cảnh nhưng cô mua được một bó hoa để trang hoàng cho căn phòng thuê bé tí tẹo của mình. “Sáng mùng một mình cũng tìm được một ngôi chùa của Việt Nam sau hàng giờ liền ngồi trên xe buýt để thấp nén hương cầu an.”, cô nói. Đây là lúc lưu học sinh, còn sau này khi đã hòa nhập với cộng đồng người Việt định cư ở Mỹ, thì cũng như thành viên của bất kỳ cộng đồng Việt kiều nào trên thế giới, cô cảm thấy dễ dàng hơn khi chuẩn bị cho một cái Tết Việt. Không Tết nào cô không mua cành đào, cây quất nhỏ, mua lá dong về gói bánh chưng, gói giò lụa, giò xào, nấu canh măng.

Người phương Tây, Giáng sinh là dịp duy nhất để họ quây quần đủ đầy cùng gia đình sau một năm vô cùng bận rộn. Dù ở bất cứ đâu trên thế giới, thế nào Giáng sinh họ cũng phải bay về nhà tham dự giờ khắc thiêng liêng này. Tết Nguyên đán cũng quan trọng không khác gì Giáng sinh của phương Tây. Chúng ta chọn rộn cho nó từ cả tháng trước đó. Chính tướng Westmoreland\* cũng đã miêu tả trong hồi ký của mình về Tết của Việt Nam: “Người Mỹ không có ngày lễ nào giống dù là giống một cách xa xôi với cái Tết Việt Nam bắt đầu từ ngày đầu năm âm lịch. Dù so sánh nó với lễ Giáng sinh, lễ Tạ ơn và ngày 4-7 cũng không đủ để nói lên tầm quan trọng mà người Việt gắn bó với cái Tết của họ. Trước Tết hàng mấy tuần lễ, các bà nội trợ Việt Nam đã gói bánh chưng bằng nếp dẻo bên trong những chiếc lá dong mùi rất thơm. Người ta bày bán chè, bánh kẹo, rượu, nếp, mua sắm quần áo mới, trang hoàng nhà ở bằng các thứ hoa. Người thân chuẩn bị về quê làm lễ cúng ông bà, tổ tiên. Trẻ em mừng tương sẽ được mừng tuổi bằng kẹo bánh và giấy bạc 5 đồng. Không có gì, thậm chí cả một cuộc chiến tranh để sống còn, lại có thể cản được lễ Tết”. Các tài liệu sau này cũng cho thấy rằng trong dịp Tết Mậu Thân, ít ra tới nửa quân số của Quân đội Cộng hòa bỏ về quê ăn Tết và chính Tổng thống Miền Nam Nguyễn Văn Thiệu cũng về quê vợ ăn Tết ở Mỹ Tho.

Tôi từng chứng kiến nhiều chủ doanh nghiệp nước ngoài nổi khùng lên vì cứ đến Tết là nhân viên nghỉ rất dài ngày. Họ muốn công việc của họ được liên tục và sự gián đoạn vì một ngày nghỉ lễ bắt buộc khiến họ cảm thấy đau lòng. Thậm chí ngay cả khi công việc đang đến hồi nước rút mà dừng cái vào Tết thì dù có trả lương gấp đôi, gấp ba nhân viên cũng không làm. Sống chết gì nhân viên cũng phải nghỉ ăn Tết. Vì thế, nhiều người còn phàn nàn là “người

Việt Nam lười”. Có một số khách nước ngoài đi du lịch bụi Việt Nam vào dịp Tết Nguyên đán chỉ với mục đích khám phá lễ hội thì thực gặp hạn. Họ than phiền rằng quán xá, cửa hàng cửa hiệu đóng cửa im ỉm. Chỗ vui chơi không có, ăn uống thì không, chỉ còn thú vui duy nhất là vãn cảnh chùa và đi xem pháo hoa vào đêm giao thừa.

Nói vậy là để thấy Tết Nguyên đán của chúng ta quan trọng đến thế nào, nhưng quan trọng đôi khi không đồng nghĩa với việc đón chờ nó. Càng ngày tôi càng thấy nhiều người than phiền về cái nỗi “sợ Tết”, “chán Tết”. Tôi còn nhớ nguyên vẹn cảm xúc của những cái Tết cách đây hai chục năm, khi mà tôi háo hức chờ đợi một bộ quần áo mới, khi mà tôi quần quanh cha mẹ trong không khí phấn khởi của cái sự sắm Tết và chuẩn bị cho Tết. Mẹ tôi chất kìn kìn trên xe những lá dong, gạo nếp, gà trống thiến, bưởi bồng và dăm cành lay-on, thực dược, violet mỗi lần đi chợ về. Cha tôi chọn mua một bánh pháo đùng pháo tếp dài hai mét mà ông dự đoán năm nay nó sẽ nổ rất đanh. Chúng tôi làm mứt bí, mứt cà chua, cà rốt thơm phức mùi đường sáy. Và tôi góp phần trang trí kim tuyến lên những cành đào, chọn một chiếc ga còn mới trong tủ, hăng hắc mùi băng phiến để trải lên chiếc giường con ngay trong phòng khách. Nhưng càng ngày những cảm giác ấy càng mờ nhạt như một thứ hồi ức đã trải dài từ xa lắc. Ngày nay chúng ta không cần phải chờ đến Tết mới được sắm quần áo mới, không phải chờ đến Tết mới được ăn con gà, miếng bánh chưng và mứt bí. Những thứ ấy có quanh năm. Thậm chí giờ không chỉ lay-on, thực dược, violet mà ngày thường chúng ta cũng mua hoa về cắm trong lọ, đủ thứ hoa xa xỉ, từ các loại hồng Đà Lạt cho đến ly trắng, rum, sa lem và địa lan. Không cần chờ đến Tết mới tích cóp tiền mua chiếc vô tuyến mới mà giờ nhiều nhà phòng nào cũng có vô tuyến. Trước, ngày mùng 5 chợ còn lác đác. Nay mùng 2 người ta đã họp chợ, chỉ có điều là đắt lắm thôi, giá cả tăng gấp đôi và chỉ giảm dần cho đến tận Nguyên tiêu. Hàng quán mùng 3 hầu như đã khai mở. Thậm chí chuỗi nhà hàng Ý Pepperonis còn quảng cáo từ năm trước rằng sẽ mở hàng ngay từ sáng mùng 1, nhân viên mang đồ phục vụ tận nhà. Vậy là các thực khách cứ thế nhắc điện thoại gọi pizza, spaghetti về chén thay bánh chưng, canh măng và bóng xào cho đỡ cái sự nấu nướng. Dong hình ngày Tết vắng tanh tanh đường phố trong cái lạnh đang ngấm vào tận da thịt cũng là mang lại cảm xúc. Nhưng Tết giờ phố phường không còn vắng lắm nữa, và khí hậu dường cũng đang nóng dần lên.

Nhiều người sợ Tết. Đàn ông sợ Tết sẽ cản trở công việc đang chạy ro ro. Đàn bà sợ Tết ô sin về quê hết sẽ phải nai lưng ra mà làm ô sin. Tết là phải thăm viếng, tiếp đón họ hàng, cả những người ưa thích và những người không ưa thích. Tết là phải đôn đáo ngược xuôi lo chất ngất quà biếu, người về hưu và người chưa về hưu, người biết ơn nhiều và người biết ơn ít, mỗi người quà một kiểu. Quà biếu không chỉ đơn thuần là phong bao lì xì đỏ chói mà còn là cành mận đánh về từ Hà Giang, cành mai thế đẹp tuyệt vời, lẵng quả Anh đào nhập về từ Pháp hay chai rượu XO vài chục năm tuổi. Phức tạp lắm. Mệt mỏi lắm. Tết cũng là phát khổ cho những người đơn chiếc. Nhớ lúc nhà thơ Trần Hòa Bình còn sống, cứ đến độ tháng Chạp là đã thấy anh than thở lo lắng, rồi không biết năm nay sẽ ăn Tết ở đâu. Anh sống cùng con gái, họ hàng chỉ có mỗi người em ruột. Không lẽ bố con cứ chòm chòm nhìn nhau từ giao thừa đến hết ba ngày Tết. Buồn lắm. Và như nhiều người “một mình một ngựa” khác, cứ qua ngày ông Táo lên châu Trời lại thấy anh xách ba lô rời khỏi Hà Nội, có lúc lên mạn phía Bắc, có lúc về miền Nam, nơi nào cũng có bạn bè đón tiếp cho khuây khỏa. Cũng những người, vì lý

do mưu sinh mà Tết không được về thăm quê nhà, đành đoạn ở lại thành phố, mới thấy cái thời khắc giao thừa ấy như tra tấn, chỉ đành mong mong cho qua ba ngày Tết. Có phải thế chăng mà năm 2012 vừa rồi vô khối người đề xuất bỏ Tết ta đi, nhập nó vào Tết Tây cho gọn, (theo điều tra của một tờ báo mạng thì số người ủng hộ phương án này lên đến 60%) trong đó có MC Thanh Mai. Chị bảo với tôi rằng chị thực sự sợ Tết, Tết là mất công mất việc, công ty chị từng trượt hợp đồng vì có những đối tác nước ngoài không thể đợi phía Việt Nam nghỉ Tết. Tôi cho rằng chị có lý của chị, một nữ doanh nhân sống độc thân thì có thể ngày Tết còn là nỗi hãi hùng, khi mà công việc bị gián đoạn, lương thưởng cho nhân viên tụt kém hơn ngày thường, quà biếu lo khắp nơi. Lo khắp lượt không kịp thở rồi thì quay lại đối diện với chính mình trong căn nhà trống trải.

Vài năm trở lại đây, Tết người ta bỏ nhà đi du lịch nhiều. Người nước ngoài sống ở Việt Nam đến Tết Nguyên đán đi du lịch đã đành, thanh niên trai trẻ trong hội phượt đi du lịch bụi tùm năm tùm ba đã đành, giờ đến cả người già cũng thấy chán Tết mà trốn nhà đi du lịch, với lý do trốn tiếp khách, trốn công việc nhà. Về hưu ngày thường nhàn rồi, Tết đậm bận hơn, è cổ nấu nấu nướng nướng, tiếp đón khách khứa hết ngày. Thành ra ngại. Chỉ có điều người trẻ trốn đi du lịch từ 25 tháng Chạp cho đến hết mùng 5 mới về, còn người già chỉ dám khởi hành từ mùng 2, để Giao thừa và mùng 1 vẫn làm đầy đủ phận sự cúng gia tiên và vãn an các bậc trưởng lão trong họ. Thành thử các công ty du lịch hốt bạc trong dịp lễ Tết, một dịp tưởng chừng như không ai muốn đi đâu ngoài cửa nhà.

Năm vừa rồi tôi cũng đón Tết ở Sapa, Hà Khẩu. Đẳng nào thì cũng được hưởng không khí Tết với đào với mận và những dòng người H'mông, Dao Đỏ lũ lượt ngoài cổng chợ phiên. Thị trấn Sapa vẫn náo nức như thường vì các cửa hàng cửa hiệu hầu như không đóng cửa để phục vụ khách du lịch. Ngày Tết, người ta vẫn có thể vào quán bar uống một ly cocktail hay ngồi hút shisha bên lò sưởi. Phở đồ nướng vỉa hè vẫn hoạt động rôm rả với đủ món cơm lam, khoai nướng và trứng gà nướng. Nhà hàng kiểu Pháp vẫn phục vụ súp kem nấm bí đỏ và tôm sốt rượu vang. Tịnh chẳng hề thấy vị bánh chưng, canh măng đậu nữa. Thôi thì giờ không khí Tết đã khác xưa nhiều. Cũng may người ta chưa thay đào, quất, mận, mai bằng những giống hoa khác. Nếu không, những gì người Việt ở hải ngoại đang cố gắng sắm sanh, trang hoàng cho ngày Tết rồi ra cũng chỉ còn là một nỗi niềm hoài cổ.

#### Chú thích:

William Childs Westmoreland (1914-2005) từng giữ chức Tư lệnh Bộ chỉ huy Viện trợ Quân sự Mỹ tại miền Nam Việt Nam (Military Assistance Command Vietnam, MACV), từ năm 1964 đến năm 1968, Tham mưu trưởng Lục quân Hoa Kỳ từ 1968 đến 1972.

## Sống khỏe thời hiện đại

Cách đây chừng 20 năm, mỗi lần đi dã ngoại cùng cả lớp, tôi thường bắt gặp những ông Tây lò dò chui ra từ rừng sâu. Đi đến nơi rừng rú này đã là quá, lại còn không chịu dừng lại ở khu vực trung tâm đầu suối đông đúc người mà chỉ thích leo lên những ngọn núi hoang vu không người qua lại. Lúc ấy bập bẹ được một ít tiếng Anh, tôi hỏi sao ông không bay vào Sài Gòn hay ra Hà Nội, ở đấy là thành phố lớn nhộn nhịp, tha hồ vui, có nhiều thứ để shopping, lại có cả quán cà phê, rạp chiếu phim, chúng tôi ít tiền mới phải đến đây, còn ông tới nơi khi họ còn gáy này làm chi cho khổ. Ông Tây bảo rằng đây là du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, và ông ta cần phải làm thế để xả stress. Stress là căng thẳng chứ gì? Tôi chưa hiểu người ta làm gì đến nông nỗi phải căng thẳng và tại sao phải bỏ ra rất nhiều tiền túi để đến nơi tẻ nhạt này mà mạo hiểm. Cũng không hiểu sao các ông bà Tây lúc tan sở làm tranh nhau đi cầu thang bộ, leo đến năm sáu tầng gác trong khi chúng tôi hơn hờ nhấn nút cầu thang máy. Nhưng gần đây thì tôi bắt đầu thấy thâm cái khái niệm “stress” mà có một dạo người ta hay sử dụng từ này theo một kiểu thời thượng.

Bữa trước tôi đọc được một bài viết rất dài về trường phái yoga Tây Tạng với lớp học Asana nhằm thanh lọc và rèn luyện cơ thể. Thấy hấp dẫn và phù hợp, tôi rủ thêm vài người nữa cùng đi, không ngờ rất nhiều người nói rằng họ cũng đang cần tìm một lớp học như thế. Một cậu bạn nhà báo bảo tôi rằng nếu không tìm cách giải thoát chính mình ra khỏi công việc thì cậu ta sẽ stress chết mất. Đến lớp học yoga, lại cũng tưởng rằng chỉ có mình mới theo đuổi cái môn thể thao không mấy phổ biến này, không ngờ gặp vô số người quen biết, trong đó có giáo sư Nguyễn Thị Minh Thái. Bà đã tập Asana được 3 năm rồi. Bà tập không nhằm để xả stress mà chủ yếu tăng cường sức khỏe và chữa căn bệnh tiểu đường.

Thời hiện đại, nhiều căn bệnh phát sinh theo. Người ta bắt đầu khổ sở với những thuật ngữ y học cách đây nhiều năm thường chỉ phổ biến ở các nước phương Tây như tiểu đường, gút, thoát vị đĩa đệm, béo phì, tim mạch, cholesterol... và đương nhiên là cả stress. Tôi biết một ông Hàn Quốc là giám đốc công ty hơn 500 nhân viên. Có lần thấy ông đeo kính đen kín mít để cố gắng che đi đôi mắt đỏ kè như bị ai đâm mạnh. Hỏi lý do thì ông nói rằng đây là vì bị vỡ mạch máu mắt, và bác sĩ chẩn đoán nguyên nhân do stress quá nặng. Vì áp lực công việc mà ông luôn phải dậy từ 5 giờ sáng trong khi đa phần 1 giờ sáng mới đi ngủ, chưa kể thường xuyên bị mất ngủ hoặc ngủ không ngon giấc. Stress là một diễn biến tâm sinh lý phức tạp mà đa phần người trong cuộc không nhận ra, nhắc đến nó cứ thấy xa lạ như chuyện của người khác. Theo bác sĩ Tô Xuân Lân, bệnh viện Tâm thần Trung ương, thì “Ở Việt Nam, số lượng người mắc các bệnh liên quan đến tâm thần là 20%, còn ở Mỹ tới 25%”.

Tôi bảo chẳng lẽ cứ theo số liệu ấy thì chúng tôi cứ 5 người lại có 1 người bị... tâm thần.

“Là vì chúng ta cứ quan niệm tâm thần theo cách nhìn thấy những người cười nói mất kiểm soát ngoài đường. Thực ra họ ở dạng quá nặng và số người như thế chiếm rất ít. Trong chuyên ngành tâm thần học có đến hơn 300 thể kia mà”, anh giải thích.

Tôi lại hỏi rằng nếu nói như thế chẳng hóa ra chúng ta đang bị tâm thần mà không biết.



“Đúng như vậy, những căn bệnh liên quan đến tâm thần bao gồm cả các tâm lý xuất hiện thường xuyên như lo âu, hồi hộp, chán nản, u uất, cấu kính vô cơ.”

Tôi vẫn đọc trong các cuốn sách trình thám hiện đại của Mỹ thấy nói về vô số các nhân vật lạ kỳ mắc những căn bệnh cũng kỳ quái không kém như sợ máy bay, sợ độ cao, sợ không gian khép kín, sợ những vật hình tròn, bệnh nghiện ăn cắp vặt, nghiện tình dục, bệnh biếng ăn... Tất cả đều được các tác gia trình thám và những nhà y học xếp vào mục tâm thần và lệch lạc tâm lý. Nay cả chán nản và cấu kính thường xuyên cũng bị xếp vào căn bệnh nhạy cảm này thì quả là điều kinh ngạc.

Cách đây hai thập kỷ, không thấy mấy ai bị “xì trét” bao giờ. Có người nói chẳng hóa ra thể hệ này toàn lao động trí óc trong khi thể hệ trước rất là làm việc chân tay? Mới nghĩ rằng ngoài áp lực công việc đồ sộ trong một thế kỷ hội nhập và cạnh tranh toàn cầu, còn có vô số tội vạ do “ông màn hình phẳng” mang đến. Lợi và hại lúc nào cũng đi kèm với nhau. Trong trường hợp này, thể hệ @ phải lĩnh đủ mọi căn bệnh thời đại sinh ra từ màn hình vi tính. Thời chưa có công nghệ, ngay cả việc tốn ít năng lượng thể chất nhất là tìm kiếm dữ liệu, thì người ta cũng phải sử dụng những cuốn từ điển, bách khoa toàn thư khổng lồ, người ta dò tìm trong những chồng giấy tờ, công văn cao ngất. Chí ít để đạt được điều mình mong muốn, người ta cũng phải đứng lên, đi lại, ngồi xuống mà gõ, mà lật. Giờ động tác nặng nhọc nhất là nhấn chuột phải. Muốn bàn thảo công việc, người ta cần gặp nhau để đàm phán, trao đổi, để đưa tài liệu trình duyệt. Giờ chuột phải sẽ đảm nhận hầu hết công việc đó thông qua thư tín điện tử. Bất quá nếu việc rất quan trọng cần có sự mặt đối mặt thì cũng có hội thảo từ xa (video conference). Và còn gì nữa? Muốn phỏng vấn – Nhấn chuột phải. Gửi tài liệu – Nhấn chuột phải. Sáng tác – Nhấn chuột phải. Giải trí – Nhấn chuột phải. Viết thư tình – Nhấn chuột phải. Rồi xem phim, đọc sách báo, trò chuyện, du lịch (mà người ta nói đùa là du lịch trên google) ... tất tật được chuột phải và bàn phím hỗ trợ với một đường dây mạng. Người ta bắt đầu đi lại ít đi, gặp gỡ ít đi. Thậm chí việc tình tứ bây giờ cũng được thư điện tử, voicechat và webcam hỗ trợ. Xa nửa vòng trái đất hay ngồi cách vài xen ti mét cũng không khác nhau là mấy. Màn hình phẳng thu gọn cả thế giới trong vài con chip điện tử. Nhiều người ăn máy tính, ngủ máy tính (nghĩa là ngồi ăn ngay tại bàn máy tính và thức đến hai ba giờ sáng để lướt mạng). Sáng ngủ dậy, động tác đầu tiên của họ là bật máy tính kiểm tra E-mail và Facebook rồi sau mới bước chân vào phòng tắm. Nhiều gia đình bốn người bốn máy tính. Ngay cả trong nhà, việc giao tiếp cũng ít đi nói chi đến hoạt động thể chất. Tứ chi không hoạt động, tất cả mọi năng lượng dồn hết lên bộ não, mới đâm ra cùng lúc phát sinh vô số bệnh. Rồi cuối cùng người ta cũng nhận ra vấn đề mà mình đang gặp phải. Thời bao cấp, một trong những điều cơ bản gây lo lắng ấy là thực phẩm. Còn thời nay, người ta lo tìm cách chữa bệnh do thực phẩm, ô nhiễm môi trường và lười hoạt động gây ra. Tóm lại là các căn bệnh đô thị. Như một thứ tự kỷ ám thị, nếu mắc bệnh béo phì tức thì sinh ra phản xạ sợ đồ béo, còn mắc bệnh đô thị, người ta ắt phải sợ những thành phố lớn. Người người tìm cách tránh xa đô thị, tránh xa ô tô, cầu thang máy, phòng máy lạnh khép kín, máy vi tính nối mạng.

Một trong những cách để giới trẻ “cai đô thị” là phượt. Giờ không chỉ các ông Tây bà đầm nhiều tuổi mới lên núi cao, chui rừng sâu để xả stress mà thanh niên trẻ cũng cần đến hình thức du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm để tránh xa bụi bặm ô nhiễm. Họ thay thế ô tô bằng xe

máy, thay thế khách sạn tiện nghi bằng những lều trại và túi ngủ ngoài trời, thay thế cầu thang máy bằng cách đu dây, leo bộ mạo hiểm lên tận đỉnh Phanxipăng, và thay thế các không gian ô nhiễm tiếng ồn bằng những cánh rừng nguyên sinh yên tĩnh.

Người ở thể tĩnh tìm đến những bộ môn nhẹ nhàng hơn như thiền và các trường phái yoga. Các trung tâm chăm sóc sức khỏe bằng liệu pháp sinh thái trong không gian thiền kết hợp massage, trị liệu thảo dược, trị liệu bằng năng lượng, ăn chay thực dưỡng, nước hoa quả lên men tự nhiên... mọc lên như nấm sau mưa. Vậy mà trung tâm nào cũng đông khách, trong đó những người trẻ chiếm phần đông số lượng. Người ta vào không gian thiền định để thưởng thức mùi oải hương thơm ngát, ăn cơm chay và tập luyện yoga trong vài tiếng đồng hồ, cách ly hẳn những lo toan ở bên ngoài.

Những người có thu nhập cao đương nhiên thích tìm lại trạng thái cân bằng cuộc sống qua các dịch vụ xa xỉ như spa và sân golf. Golf được coi là môn thể thao có tác dụng xả stress nhiều nhất với quãng thời gian kéo dài tới vài tiếng đồng hồ đi bộ trên cỏ và hít thở không khí trong lành thường được các doanh nhân ưa chuộng. Chưa kể giờ dân công sở cũng nhận thức ra được vấn đề, họ năng tranh thủ vận động bằng cách chọn cầu thang bộ thay cho cầu thang máy, chọn cách đi bộ đến tiệm bán cơm trưa thay vì dắt xe ra khỏi gara.

Những gì mà hai mươi năm trước tôi thấy lạ lẫm trước hành vi của người phương Tây thì bây giờ thấy dân mình cũng đều làm thế cả. Chẳng lẽ chúng ta đã đuổi kịp họ đến thì hiện đại rồi chẳng?

## Giáo dục toàn diện

Nhiều lúc tôi hay nói đùa rằng tại sao ta làm gì thấy cũng xấu xấu. Từ những sản phẩm vĩ mô như chiếc xe diễu hành dịp đại lễ Nghìn năm Thăng Long, kiến trúc không gian đô thị, sân khấu trong trường quay truyền hình cho đến những tiểu tiết như bộ đồng phục của học sinh và công chức, từ những sản phẩm văn hóa tinh thần đại trà như tờ báo tuần cho đến những sản phẩm vật chất là gói kẹo hay chai nước mắm, rồi từ thiết kế biển, bảng, biểu ngữ cho đến cách trình bày văn bản vẫn nguyên si như 50 năm về trước. Cả cách phối màu, hình dáng và bố cục đều thế nào ấy, hình thành nên một tổng thể xấu xấu rất khó gọi tên. Thậm chí phục trang của người nổi tiếng xuất hiện trước truyền thông đại chúng đôi khi cũng thấy kỳ kỳ. Chuyện một diễn viên mặc váy đỏ đeo túi màu hoa mười giờ hay một nữ nhà văn thường xuyên xuất hiện ở những buổi lễ quan trọng với chiếc sơ mi trắng mỏng tang và đồ nội y khi hồng rực, lúc đen bóng là sự không phải xưa nay hiếm.

Có vài bận, tôi giới thiệu các nhóm sinh viên của mình đi thực tế tại các sự kiện. Sau đó, người của các công ty nghiêm khắc phản hồi lại “Cô nên nhắc nhở các em ăn mặc cho đẹp. Bởi vì sự kiện của công ty thường diễn ra tại các khách sạn năm sao, có sự tham dự của nhiều quan khách quốc tế. Nếu không lần sau chúng tôi buộc phải đình chỉ việc thực tập này”. Tôi lúng túng thanh minh và giải thích rằng thì là trước đó tôi đã dặn các em rất kỹ rằng các em không nên đi dép lê, không mặc đồ jean khi tham dự sự kiện. Đầu tóc phải để gọn gàng, không nhuộm rực rỡ. Thì tôi cũng chỉ biết dặn dò đến thế. Ở các bữa tiệc phương Tây, người ta thường ghi chú ở dòng cuối cùng trong giấy mời để yêu cầu về trang phục của khách, ví như “Cravate noire” thì người đàn ông phải mặc com lê đen và phụ nữ mặc váy dài, “Smoking” thì đàn ông mặc áo đuôi tôm, phụ nữ mặc váy đẹp ngày lễ, “Tenue de soirée” thì đàn ông mặc com lê sẫm màu, bên trong là sơ mi trắng và phụ nữ mặc áo vest ở ngoài áo sơ mi, vân vân và vân vân. Người đã quen với việc này rồi thì cứ thế mà tuân theo. Đây chỉ nói “ăn mặc đẹp” thì biết giải thích làm sao cho các trò hiểu. Trò cũng phản nản rằng “Họ bảo chúng em phải mặc váy công sở, nhưng chúng em không biết phải chuẩn bị trang phục như thế nào cho vừa ý họ.” Tôi cũng băn khoăn với điều này. Liệu khi đã mua một bộ váy công sở rồi thì các em có được công nhận là “ăn mặc đẹp” hay không? Liệu một chiếc váy có thể giải quyết tận gốc vấn đề hay chỉ tạo ra một quan niệm nhầm lẫn đối với các em rằng “váy thì đẹp còn quần thì không đẹp”. Hơn nữa, đẹp hay không đẹp là một khái niệm phức tạp, nhạy cảm và tế nhị. Để giải thích thành công điều này nếu không khéo léo thậm chí còn gây ra sự hiểu lầm. Trong khóa dạy PR tại một trường đại học, tôi thường nói với các sinh viên của mình rằng “Các em phải luôn nhớ một điều nằm lòng rằng nghề của chúng ta luôn luôn phải đẹp. Bởi vì một trong những chức năng chính của PR là tạo dựng, duy trì, phát triển hình ảnh và uy tín của cá nhân, tổ chức đối với công chúng. Chúng ta không được phép xấu, ngay từ cách trình bày văn bản, thư tín, website, tờ rơi cho đến phục sức, hành vi, nói năng... đều không thể xấu”. “Phải đẹp” là một yêu cầu về hành vi. Nhưng để thay đổi được điều này là cả quá trình kéo dài từ Nhận thức – Thái độ - Hành vi. Mà gốc rễ của nó là nhận thức. Các trò của tôi nếu bị buộc tội không “mặc đẹp” thì đó đâu phải là lỗi của các em. Là lỗi của giáo dục đấy chứ. Trong số các tư duy nhận thức thì có lẽ tư duy về thẩm mỹ là khó thay đổi nhất và nhận thức thẩm mỹ muốn được giáo dục cho tốt thì phải được thực hiện từ tấm bé.

Chúng ta vẫn ghi rõ trong mục tiêu ngành: Giáo dục toàn diện Văn-Thể-Mỹ. Nhưng khi được hỏi thế nào là Mỹ thì nhiều người bảo Mỹ là Mỹ thuật. Thành thử ra, toàn bộ phần giáo dục về tư duy thẩm mỹ cho học sinh chỉ gói gọn 1-2 tiết/tuần loanh quanh ở việc trang trí đường diềm, vẽ tả thực cái phích, con gà trống, chú bộ đội. Chưa kể hầu hết các giáo viên mỹ thuật chỉ vẽ mẫu để các em sao chép rồi chấm điểm, không hề có những giáo cụ trực quan sinh động để học sinh nhận thức được rằng màu X mà phối với màu Y sẽ cho ra một kết quả kinh khủng như thế nào về mặt thẩm mỹ. Tư duy thẩm mỹ không chỉ thể hiện ở mặt thị giác, mà còn là hệ mỹ học liên quan đến mọi lĩnh vực nghệ thuật. Sự cảm thụ chính xác về âm nhạc, điện ảnh, kiến trúc, văn học, ẩm thực... sẽ tạo cho các em một mỹ cảm tốt có thể làm nền tảng cho suốt cuộc đời còn lại. Vì thế, các trường học ở phương Tây vô cùng chú trọng đến những hoạt động ngoại khóa như thăm quan viện bảo tàng nghệ thuật, cho các em tự làm phim, khuyến khích các em thành lập ban nhạc, tổ chức các cuộc thi điêu khắc, thiết kế, sáng tác văn học, khiêu vũ... Các em cũng được đăng ký theo học bộ môn nghệ thuật mà mình thích. Chúng ta hầu như đã bỏ trống phần này trong giáo dục nhà trường. Nhà trường đã vậy, gia đình cũng không quá coi trọng việc giáo dục tư duy thẩm mỹ cho trẻ em. Họ sẽ thấy có lý khi con em mình tham khảo tiểu sử một nhà khoa học kiệt xuất hơn là tiếp cận với tác phẩm nghệ thuật của một nghệ sĩ bậc thầy.

Để hình thành nên nhận thức và tư duy về thẩm mỹ, không còn cách nào khác là phải thường xuyên tiếp xúc với cái đẹp, bước tiếp theo mới là trực tiếp sáng tạo nên cái đẹp. Nhiều bậc phụ huynh cũng như giáo viên còn tỏ ra khó chịu khi thấy con em mình muốn ăn mặc đẹp. Họ cho rằng đã là học sinh thì phải chân chất, giản dị, mộc mạc, ăn mặc càng xấu càng học giỏi. Đi học cần vở sạch chữ đẹp chứ cần gì quần áo đẹp. Quần áo đẹp đồng nghĩa với đua đòi, a dua, lười học. Những đứa trẻ biết vâng lời từ nhỏ lâu dần bị triệt tiêu toàn diện về tư duy thẩm mỹ, cũng tin vào chân lý “phải xấu” này.

Nói đến giáo dục toàn diện Văn-Thể-Mỹ không thể không nhắc đến giáo dục thể chất. Trước nay học sinh từ bậc tiểu học đến trung học thường được học tuần hai tiết thể dục, còn bậc đại học theo cách học “cuốn chiếu”, thể dục cũng “cuốn chiếu”. Nghĩa là trong suốt nhiều tuần liền, sinh viên đến trường tập thể dục một thôi một hồi suốt sáu tiết đồng hồ, để rồi những năm còn lại không cần đến thể dục nữa. Bậc phổ thông, các trò thực hiện những động tác thể dục buổi sáng bên cạnh các môn thể dục đơn điệu như ném tạ, nhảy xa, nhảy cao... Bậc đại học có thêm môn chạy nước rút và chạy đường dài. Nhiều sinh viên xưa nay chẳng quen vận động bao giờ, sáng đến lớp, chiều chúi đầu vào máy vi tính, nay phải chạy ba vòng quanh sân vận động trường, khối người ngất xỉu vì quá sức. Học trò vì thế vừa chán vừa sợ thể dục. Nhiều sinh viên nghỉ tiết thể dục, hoặc chỉ đến điểm danh rồi lừa lúc thầy không để ý mới trốn về. Nhiều thầy rút kinh nghiệm, một buổi học điểm danh ngót hai lần, cả lúc đầu giờ lẫn cuối giờ. Điều này lại khiến tôi nhớ đến “Tinh thần thể dục” của nhà văn Nguyễn Công Hoan, trong đó ông lý tưởng than phiền “Người ta cho xem đá bóng chứ ai làm gì mà cũng phải bắt... Cho đi xem đá bóng chứ ai giết chết mà phải trốn như trốn giặc.”

Tôi không dám so sánh với trường đại học Thiên Tân (Trung Quốc) có tới chục sân tennis, 34 sân bóng rổ, 2 sân vận động hiện đại; trường đại học Nam Khai có 4 sân tennis, một bể bơi tối tân với vài trăm chỗ ngồi cho khán giả vào xem những dịp thi đấu; trường đại học Bắc

Kinh ngoài một bảo tàng tâm cỡ quốc gia, một nhà hát quốc tế, một rạp chiếu phim còn có vô số những nhà giáo dục thể chất tiên tiến. Tuy nhiên, chúng ta hoàn toàn có thể đa dạng hóa các môn thể thao và cho phép sinh viên đăng ký bộ môn yêu thích theo nguyện vọng.

Cuối cùng giáo dục toàn diện chỉ còn đặt trọng tâm vào Văn, trong Văn có nội hàm Kiến thức-Thái độ-Kỹ năng. Nhưng sau này người ta lại chột giật mình khi thấy nhiều thủ khoa đại học ra trường không thích nghi nổi với môi trường công việc thực tế, nhiều thí sinh tham dự các cuộc thi sắc đẹp cấp quốc tế lúng túng trước phong thái tự tin và ứng xử nhuần nhuyễn của các hoa hậu nước người. Các nhà giáo dục mới cuống cuồng bổ sung môn kỹ năng sống (soft skills) vào trong chương trình giảng dạy. Trong một lần tiếp xúc với nhóm lãnh đạo của đại học FPT, một trường có tiếng về chương trình phát triển cá nhân, tôi được họ cho biết rằng phát triển kỹ năng mềm hay phát triển cá nhân là một công việc khó khăn mà họ phải tự mày mò nghiên cứu chứ không có bất cứ mô hình nào ở các trường đại học tiên tiến trên thế giới để áp dụng theo. Vì ở các nước phương Tây, trẻ em được giáo dục kỹ năng sống từ bậc tiểu học để thích nghi với môi trường tự nhiên và xã hội, chứ không phải đến bậc đại học mới tìm hiểu xem kỹ năng sống bao gồm những gì. Ngày nay, các công ty đa quốc gia yêu cầu cả chỉ số EQ (Emotion Quotation-Chỉ số cảm xúc) và CQ (Creation Quotation-Chỉ số sáng tạo) từ ứng cử viên, không chỉ đơn thuần là IQ (Intelligence Quotation-Chỉ số thông minh) như trước kia nữa.

Thế hệ trẻ cần phải được hướng dẫn và rèn luyện như thế nào để có chỉ số IQ-EQ-CQ cao, đáp ứng yêu cầu của những công việc hoàn toàn mới và nhanh chóng thích nghi với một thế giới hội nhập đang thay đổi từng ngày? Hay cuối cùng lại vẫn chỉ là học nhiều mà thu được chẳng bao nhiêu.

## Nghỉ dưỡng hay đầu tư?

Chừng vài năm trở lại đây, Việt Nam bắt đầu thịnh hành và phổ biến khái niệm “nghỉ dưỡng”. Nghỉ dưỡng có hai loại, bất động sản cho thuê và bất động sản sở hữu. Đối với mô hình thứ nhất, ngoài vô số resort, khách sạn năm sao xa xỉ rải rác trên khắp toàn cầu, còn có hàng vạn biệt thự nghỉ dưỡng cho thuê dài hạn trên những bãi biển nổi tiếng như Sanur (Bali), Ishigaki (Okinawa, Nhật Bản), Jeju (Hàn Quốc), Maldives... Khách có thể nghỉ lại các biệt thự nghỉ dưỡng này hàng tuần, thậm chí hàng tháng với đủ trang thiết bị tiện nghi bên trong và một không gian thiên đường bên ngoài. Hồi giữa năm 2010, Ninh Van Bay Holiday Club cũng đưa ra một mô hình hoàn toàn mới mẻ với người Việt: Cung cấp thẻ nghỉ dưỡng với ba loại mệnh giá mà mệnh giá cao nhất là thẻ Premium, 39.000 USD cho 33 năm. Mô hình này không xa lạ ở các nước tiên tiến. Bởi vì tập đoàn toàn cầu RCI (có mối quan hệ liên kết với Ninh Van Bay) có những 3 triệu thành viên trên khắp toàn cầu và các đơn vị phát hành thẻ có thể trao đổi kỳ nghỉ với hơn 4000 resort trên thế giới. Lợi thế của chủ sở hữu thẻ là mỗi năm được nghỉ 7 đêm tại những khu nghỉ dưỡng 4-5 sao thuộc hệ thống câu lạc bộ trên khắp toàn cầu. Muốn du lịch đến nước nào, chủ thẻ chỉ cần chọn lựa resort và gọi điện báo trước, hệ thống sẽ tự động sắp xếp, điều phối, xe của khách sạn năm sao sẽ ra đón tận sân bay. Cùng vô số điều kiện hấp dẫn kèm theo, các loại thẻ của Ninh Van Bay có vẻ vô cùng tiện ích. 39.000 đô la không phải là một cái giá không tưởng cho rất nhiều người Việt có khả năng sở hữu cả phi cơ riêng. Nhưng vấn đề là ở chỗ, có bao nhiêu người Việt duy trì văn hóa nghỉ dưỡng hàng năm như thế?

Mô hình nghỉ dưỡng xa xỉ hơn nữa là sở hữu một bất động sản cố định và vĩnh viễn, mà người ta còn gọi là “ngôi nhà thứ hai”. Ngôi nhà thứ hai thường nằm cách xa trung tâm thành phố chừng 30 – 60 cây, vị trí ven hồ, ven kênh, ven sông, ven biển, ven rừng hoặc ven núi, giá trị dao động từ 20-200 tỷ cho những biệt thự từ 300 đến hơn 1000 mét vuông. Rất dễ dàng nhận thấy chỉ trong ba năm từ 2009 đến 2011, những khu biệt thự nghỉ dưỡng ra đời hàng loạt dù chỉ đang còn nằm trên dự án và bản vẽ. Khu vực thành phố Hồ Chí Minh có Villa Riviera, Six Senses Saigon River, Saigon-Mekong E.City; Vũng Tàu có Sanctuary (Hồ Tràm); Phan Thiết có Legend Sea, Royal Hill, Sentosa Villa; Đà Lạt có Glaticos Living; Hà Nội có Flamingo Đại Lải, The Queen Villas, The Grand Arena Hill (Ba Vì), The Melody Villas (Hòa Bình); Hải Phòng có Green City (Thủy Nguyên); Hưng Yên có Eco Park (Văn Lâm); Quảng Ninh có đảo Tuần Châu; Lạng Sơn có Hoàng Đồng; còn ở Đà Nẵng, nếu đi theo con đường ven biển từ Hội An qua Ngũ Hành Sơn vào đến nội thành thì chỉ chục năm nữa thôi khéo sẽ không còn trông thấy biển vì tầm nhìn đã bị hàng loạt resort, khách sạn năm sao, sân golf và đặc biệt là các khu biệt thự nghỉ dưỡng Dune Residence, Vinpearl Đà Nẵng, Le Meridien, Furama Villas... che kín mất rồi.

Phần lớn những dự án này thực địa còn ngổn ngang đất đá, cát sỏi hoặc cơ sở hạ tầng đang trong giai đoạn hoàn thành. Tuy nhiên nhìn trên những bản vẽ thiết kế mà phía chủ đầu tư đưa cho khách hàng xem thì không một gia chủ nào đang sẵn vài triệu đô lại không muốn sở hữu một căn như thế. Cách đây 10 năm, người ta có phong trào tậu trang trại. Các trang trại này được thiết kế theo kiểu điền dã, nhiều chủ trại đánh nguyên một nhà sàn về để giữa vườn cây

ăn trái và vô số chuồng nuôi vật cảnh. Nay trang trại có vẻ như chịu nhường chỗ cho các khu biệt thự nghỉ dưỡng được thiết kế theo phong cách phương Tây. Ấy là một resort với phong cảnh sơn thủy hữu tình, thường là lưng tựa núi, mặt ngoảnh sông, hoặc tọa lạc ngay trên bờ biển, bên trong có sân golf, sân tennis, bến du thuyền, nhà hàng, quầy bar, bãi tắm, khu vui chơi trẻ em, khu tập thể hình, phòng spa... Chưa kể khu biệt thự nghỉ dưỡng Hoàng Đồng còn có hẳn các casino ngay bên cạnh mà chủ dự án quảng cáo là Las Vegas thứ hai. Các căn biệt thự thường từ hai đến ba tầng, có bể bơi trong nhà hoặc trước cửa tùy theo diện tích. Các buồng ngủ được thiết kế hiện đại với bồn tắm lộ thiên hoặc ngay trong phòng. Đương nhiên dù là biệt thự hay bungalow đều có kèm theo phòng tắm hơi hoặc Jacuzzi (bể xục mát xa).

Ở phương Tây, biệt thự nghỉ dưỡng rất phổ biến. Người Thụy Điển, người Phần Lan ngày thường làm việc và sống trong các căn hộ trung tâm thành phố, cuối tuần họ lại trở về những biệt thự nghỉ dưỡng nằm trên một trong số vài chục ngàn hòn đảo lớn nhỏ rải rác quanh vịnh Baltic. Muốn di chuyển đi đâu họ dùng xe máy. Người Pháp, người Đức sở hữu những căn biệt thự nghỉ dưỡng trong rừng hoặc ven hồ, mỗi lần từ thành phố trở về cũng mất tới vài trăm cây số. Văn hóa du lịch và nghỉ dưỡng đã có từ nhiều thế kỷ ở châu Âu, đi kèm với văn hóa hưởng thụ. Ở những quốc gia như vậy, sauna hay đánh golf là thói quen, ngay cả tầng lớp trung lưu cũng có thể hưởng thụ hàng ngày. Các trò giải trí trên nước như lướt sóng, motor nước, lặn biển cũng phổ biến.

Những công dân ở nước láng giềng của chúng ta là Trung Quốc từ lâu cũng đã bắt đầu thay đổi theo lối sống này. Nhiều người ngày làm việc ở Bắc Kinh, tối bắt tàu hỏa cao tốc trở về căn nhà rộng rãi ở Thiên Tân (cách hơn 100 cây số). Người Hồng Kông tiết kiệm tiền mua nhà ở Macau. Để thoát khỏi cảnh đất chật người đông giữa những tòa cao ốc xếp hộp, cứ cuối tuần họ lại lên tàu thủy cao tốc về Macau hưởng thụ không khí vắng vẻ và trong lành, đầu tuần quay trở về Hồng Kông làm việc. Người Việt nhìn cảnh ấy không quen thấy rất mệt mỏi, mới thốt lên “Ăn một bữa cỗ chạy ba cánh đồng”. Chúng ta đi vài chục cây số đã thấy xa, họ đi vài trăm kilomet về biệt thự nghỉ dưỡng ấy là chuyện thường. Đi lại cũng là một phần văn hóa của họ. Ngay cả từ nhà đến cơ quan, họ cũng đã tiêu tốn tới ba tiếng đồng hồ cho việc đi lại. Nhưng có một điều rằng liệu chúng ta đã tồn tại văn hóa nghỉ dưỡng?

Tôi nhớ có lần thấy một ông tỷ phú đô la thốt lên rằng “Đấy tôi ăn uống chỉ có thế này, rau muống luộc và trứng rán. Cao lương mỹ vị chỉ để tiếp khách thôi”. Ông ta nói xong rất nhiều người hưởng ứng. Đất nước chúng ta đi lên từ đói nghèo. Từ thế hệ 8x trở về trước, phần lớn chưa biết đến khái niệm hưởng thụ đúng nghĩa, hay nói đúng hơn, chúng ta chưa có văn hóa hưởng thụ. Chúng ta không đành lòng hy sinh thời gian cho việc du lịch và nghỉ dưỡng. Chúng ta vẫn cảm thấy hài lòng và ngon miệng với một đĩa rau muống luộc và bát thịt kho hơn là tiệc BBQ ngoài vườn hay Pool Party (tiệc bể bơi). Chúng ta thích sự đi lại tiện lợi và không gian gần gũi hơn là một biệt thự có bến du thuyền, trong khi không mấy ai biết cách sử dụng motor nước hay dong thuyền buồm. Và về thú vui giải trí, dường như phần đông người Việt vẫn hứng thú với một bàn tiệc nhậu để nói chuyện rôm rả hơn là trò chuyện mặt đối mặt trong một bể Jacuzzi hay phòng sauna. Cũng chính những người có thể sở hữu một biệt thự triệu đô, cách đây vài chục năm họ vẫn còn sống khổ sở trong một cơ chế bao cấp xếp hàng mua thịt, mua gạo bằng tem phiếu, giờ hàng ngày bắt ăn kiểu BBQ và đi lại bằng du thuyền thì kịp thích nghi

sao nổi? Vậy thế người ta thi nhau mua biệt thự để làm gì? Và tại sao những khu biệt thự nghỉ dưỡng vẫn được tiêu thụ mạnh dù chỉ trên bản vẽ?

Theo như công ty tư vấn Bất động sản Toàn cầu Cushman & Wakefield, thị trường bất động sản nghỉ dưỡng Việt Nam đang là một điểm nóng trong khu vực Đông Nam Á. Tuy nhiên nhiều chủ đầu tư các dự án biệt thự nghỉ dưỡng cho rằng chỉ có chừng 10% mua biệt thự là nhằm mục đích nghỉ dưỡng (mà phần lớn là đối tượng người nước ngoài), hơn 90% còn lại mua để đầu tư. Như vậy, chúng ta có một thứ văn hóa đầu tư, còn nói nôm na, dân dã hơn là văn hóa “tích của”. Nhiều người nước ngoài rất ngạc nhiên về điều này. Họ kinh ngạc khi thấy dường như toàn dân Việt Nam đều thích đầu tư, làm được đồng nào đều ki cốp để mua vàng, mua đất, điều không hề thấy ở nhiều quốc gia khác. Tại thời điểm năm 2011 trở về trước, dường như bất kỳ ai có chí ít vài trăm triệu trong tay cũng đều như đang lên cơn sốt lùng sục mua đất, tiền ít thì mua đất xấu, đất làng, tiền nhiều thì mua biệt thự. Đất đai, nhà cửa cứ để đầy đã, thế nào cũng sẽ có giá. Nên phần nhiều các thửa đất biệt thự đã có chủ vẫn thấy để nguyên bãi đất trống. Dường như chưa ai muốn xây nó lên thành nhà để “nghỉ dưỡng” cả. Tuy nhiên các chủ đầu tư không cho phép chủ sở hữu biệt thự để đất trống quá lâu. Trong một thời gian quy định, tất cả đều phải được xây dựng.

Nhà có rồi, tiện nghi đã sẵn sàng, ta sẽ làm gì với nó? Từ ngày có biệt thự, đâm lại phải... nghỉ dưỡng. Có bận rộn, có ốm đau, có phát chán lên thì cũng phải có mà về nghỉ dưỡng. Không thì cái biệt thự vài chục tỷ bỏ hoang hay sao? Nhưng các chủ đầu tư cũng lường trước được điều này. Họ đã có sẵn sàng kiến rằng những căn biệt thự xa xỉ ấy ngoài thời gian nghỉ dưỡng dành cho gia chủ, có thể khai thác để cho thuê. Chủ đầu tư quản lý công việc này và chủ sở hữu cứ thế thu tiền về, đỡ lãng phí.

Cũng nhiều người nói rằng đó là một thứ tài sản cao cấp để dành làm của thừa kế cho con cho cháu. Riêng điều này thì khá hợp lý. Bởi vì có lẽ phải từ thế hệ 9X, 10X trở đi, người Việt mới có thể hình thành được văn hóa nghỉ dưỡng. Những thế hệ sau này sinh ra trong một thế giới vật chất văn minh đủ đầy, sự hưởng thụ lâu dần thành nếp, thành thói quen. Thói quen lâu ngày biến thành văn hóa.

Nhưng hai năm nay, kể từ 2011 trở đi, cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới hầu như đã đánh gục ngành bất động sản. Nhà đất đóng băng, chung cư giá rẻ, đất mặt phố còn ế sung, chủ biệt thự đành cười méo mó trong bụng. Nên có dịp đi qua những khu biệt thự nghỉ dưỡng đang xây dở, thấy tang thương quá những công trình chỉ còn mỗi cổng vào hoành tráng, bên trong vẫn cỏ mọc đầy, hoặc những toà biệt thự đã xong phần thô, mới đó mà gạch đỏ đã hoá thành rêu phong, dương xỉ ngút đến bờ tường. Chắc sẽ còn phải chờ rất lâu nữa, khi kinh tế phục hồi trở lại, và thế hệ 10X trưởng thành, thì những nơi xa xỉ này mới thực sự tấp nập người vào ra chứ không hoang lạnh nằm rình đất đai lên giá.



## Tôi là người Việt Nam

Nhiều lần tôi thấy ai đó kể lại rằng những bạn ở nước ngoài, họ thường bị tưởng nhầm là người Trung Quốc hay Thái Lan, rồi nhân đây có ai hỏi “Where are you from?”, họ cũng nói họ là người Trung Quốc, vì “Nếu bảo người Việt Nam là Tây họ ghét lắm”. Rồi lại cũng có người bảo rằng ở một số siêu thị Nhật Bản, trước cửa có đề tấm biển “Đề phòng kẻ cắp. Đặc biệt là người Việt Nam”. Chẳng hiểu có đúng thế hay không, chẳng hiểu có phải “Tây ghét người Việt Nam” thật không, song vô khối lần tôi đã tranh luận về chủ đề này. Những người sống lâu ở nước ngoài nói rằng Tây họ ghét mình một cách kín đáo, là họ lịch sự không thể hiện ra thôi nhưng trong bụng ấy là ghét lắm. Người Việt Nam sang nước ngoài chúa là lắm tật xấu, đặc biệt là cái tật ăn cắp vặt. Thậm chí ở những tiểu bang của Mỹ, nếu một khu nhà nào có đông dân Việt Nam chuyển đến sinh sống là y rằng cư dân Mỹ sẽ tự khăn gói chuyển đi chỗ khác. Rồi có một dạo, cựu tổng giám mục Ngô Quang Kiệt còn trở nên nổi tiếng vì câu nói “Chúng tôi đi nước ngoài rất nhiều, chúng tôi rất là nhục nhã khi cầm cái hộ chiếu Việt Nam.”

Tôi bảo rằng tôi đã đi lắm nơi lắm chỗ, ngay cả ở Việt Nam hàng ngày tôi cũng phải gặp gỡ vô khối người nước ngoài, vì lý do công việc có, vì lý do kết bạn, chia sẻ những điều riêng tư có, nhưng có thấy ai ghét tôi bao giờ đâu. Chẳng lẽ tôi lại thiếu nhạy cảm đến nỗi bị người ta ghét trong bụng mà không biết?

Cũng đôi lần tôi thấy sự như thế này, ấy là khi mua chực vé khứ hồi của hãng hàng không Air Asia, nhân viên phòng vé dặn dò rất kỹ lưỡng: “Chị nhắc nhở các thành viên đoàn, lúc đi phải mang theo tối thiểu 500USD. Vì nhân viên hải quan ở sân bay Kuala Lumpur sẽ kiểm tra số tiền mang theo của hành khách. Nếu không đủ 500USD, họ sẽ bị trục xuất theo luật định của chính phủ Malaysia.” Cô ấy kể tiếp rằng có hai chị em nhà nọ bay sang Malaysia. Cô chị chịu trách nhiệm cầm hết tiền chi tiêu cho cả hai chị em. Lúc kiểm tra, tình ngay lý gian, em chỉ có 100 đô la trong ví nên bị tổng trở lại lên máy bay về nước, còn cô chị được đi tiếp. Nghe thông tin này tôi vừa phân vân vừa bực mình. Tất nhiên tôi không thể không nhét dưới 500 đô la vào ví nếu đã đi ra nước ngoài hơn một tuần, nhưng cái việc ví tiền của mình bị khám xét, soi mói và nếu không có ngần ấy tiền là bị đuổi cổ về nước khiến tôi điên tiết. Rồi ngày khởi hành đã đến, chúng tôi đi qua cửa khẩu Kuala Lumpur, 10 thành viên đoàn không ai bị hỏi han bất cứ điều gì (tất nhiên với phần lớn hộ chiếu mà chúng tôi sở hữu đều đã đóng visa của Mỹ, Schengen, Australia, Iceland, Nhật Bản, Hàn Quốc thì không có lý do gì chúng tôi bị kiểm tra ví tiền), tuy nhiên có hai thanh niên Việt Nam xếp hàng phía trước bị hải quan ách lại. Đó là những người có dáng dấp của dân lao động với bộ quần áo nhàu nát và nước da đen đúa. Những người này hoàn toàn không hiểu tiếng Anh. Và họ lúng túng móc ví ra theo những mệnh lệnh hơi sảng của cô nhân viên hải quan mang khăn trùm đầu. Người ta giải thích rằng rất nhiều dân lao động nhập cư trái phép đang đổ về Kuala Lumpur mỗi ngày bằng con đường hàng không giá rẻ và kiểm tra 500 đô la là một cách để kiểm soát. Nếu anh không có đủ 500USD trong túi, anh sẽ sinh sống bằng gì trên đất nước chúng tôi. Vì lý do này, nhiều khách du lịch Việt Nam chỉ vì vô tình không mang theo nhiều tiền đã bị buộc phải quay về nước ngay lập tức trong khi những người cùng đoàn được đi tiếp.

Tương tự như vậy, có lần cô em gái tôi bay sang Singapore theo một lời mời công việc.

Đến nơi, em gái tôi hốt hoảng gọi điện về nói rằng không dung bị hải quan Singapore ách lại. Người ta hỏi han giấy tờ, rồi điệu vào một gian phòng có chừng ba chục hành khách Việt Nam khác, tất cả đều trẻ. Nhân viên hải quan hỏi nghỉ tại khách sạn nào, em gái tôi đưa danh thiếp của một trong những khách sạn sang trọng nhất Singapore, hải quan hỏi có bao nhiêu tiền trong ví mà nghỉ lại khách sạn ấy. Vừa đói, vừa mệt, vừa tức, cô em gái tôi mắng gã nhân viên hải quan xối xả vì cái tội bức bách người dân vô tội, hỏi han thiếu tế nhị và nói rằng không có nhiệm vụ phải trình báo tiền bạc, rằng anh ta nên trả tự do để cô có thể tiếp tục công việc. Tất nhiên vốn tiếng Anh của em gái tôi rất trôi chảy. Anh chàng hải quan cũng lúng túng rồi cho em gái tôi đi qua cửa khẩu sau năm phút, còn những người khác vẫn phải ở lại. Chuyến về, trên chiếc máy bay của Vietnam Airline, em tôi tình cờ ngồi cạnh một cô gái Việt trạc tuổi. Cô này cũng gặp tình trạng y như vậy, sang thăm người yêu đang du học, đến sân bay thì bị ách lại. Cậu người yêu nghe tin dẫn theo cả thầy giáo trường đại học đến bảo lãnh mà cô gái vẫn bị trục xuất về nước ngay lập tức với không một lời giải thích từ phía hải quan.

Theo kinh nghiệm của những lần xin visa, tôi đoán rằng cô gái này không nói được tiếng Anh. Thường thì những hành khách có dáng điệu “khả nghi” rằng sẽ định cư trái phép, tiền túi mang theo hạn chế, thái độ sợ sệt, tiếng Anh không nói được thế nào cũng bị từ chối nhập cảnh. Chúng ta được miễn thị thực ở hầu hết các nước Đông Nam Á, trong đó có Singapore và Malaysia, nhưng sự thắt chặt vòng vây thế này âu cũng còn bất cập hơn luật visa.

Nếu cứ căn cứ vào những điều này thì thế nào những người đã mặc định cái ý nghĩ “thiên hạ ghét người Việt” sẽ càng cho rằng họ đúng. Và tôi thì tiếp tục phản biện rằng họ đã sai rồi. Nếu bạn là một công dân tri thức, hiểu biết, bản lĩnh, với thái độ văn minh, đàng hoàng, thì ở bất kỳ nơi nào trên thế giới này, bạn cũng sẽ được tôn trọng. Nếu không phải thế, nếu bạn làm những điều sai trái và khuất tất thì ngay cả ở trên đất Việt Nam, bạn cũng sẽ không nhận được điều đó từ chính những người đồng bào mình. Còn nhớ hồi năm 2001, tôi vào đại sứ quán Pháp xin visa, với một hộ chiếu trông trơn chưa có visa nào cả. Anh chàng tham tán chỉ hơn tôi chừng ba tuổi hỏi rất nhiều câu về tình trạng hôn nhân gia đình, về đơn vị mời giao lưu giáo dục bên nước bạn, về những người thân hiện nay đang sống ở Pháp, và yêu cầu tôi nói vài câu tiếng Pháp. Bên cạnh có một anh chàng phiên dịch cũng người Pháp, nhưng thấy tôi có thể nói tiếng Anh, tiếng Pháp nên anh ta chỉ ngồi tham dự. Mới đầu tôi kiên nhẫn trả lời tất cả các câu hỏi, sau thấy hỏi quá nhiều chi tiết, tôi bắt đầu bức mình, nói một tràng giận dữ rằng tại sao đại sứ quán Pháp làm khó tôi như vậy, có phải sợ tôi trốn ở lại không, tôi không bao giờ muốn làm điều đó, tôi có một vị trí công việc rất tốt ở Việt Nam, một thu nhập ổn định và một người chồng sắp cưới, không đời nào tôi rời bỏ Tổ quốc yêu quý của mình để đến sống ở một nơi xa lạ, cho dù có được mời trọng vọng chẳng nữa. Tôi biết nhập cư là một vấn nạn chưa thể giải quyết ở Pháp nhưng anh đừng nên gặp ai cũng đổ thừa rằng người ta mong muốn ở lại đất nước của anh. Anh ta lúng túng. Anh ta bảo rằng không phải có ý nghi ngờ gì tôi nhưng người Việt Nam là cứ hay “nói thế này rồi lại làm thế khác”.

Sau đó thì tôi nhận được visa.

Sẽ không ai ghét bạn chỉ vì bạn là người Việt, người ta chỉ có thể ghét bạn nếu hành vi và thái độ của bạn có vấn đề, hoặc bạn không tuân thủ đúng những thủ tục, luật lệ đề ra ở bản

quốc. Nếu điều đó xảy ra thì cho dù bạn mang bất kỳ quốc tịch nào cũng đều bị khinh ghét. Nhiều bận tôi đi dạo trên đường phố của một quốc gia xa lạ, người ta hay hỏi tôi rằng “Where are you from?” – “Vietnam” – “Wow, Vietnam”. Những con người xa lạ ấy mỉm cười rồi giơ ngón tay cái lên “Wonderful”. Người ta không thể giả bộ yêu quý một người xa lạ nếu như trong lòng họ chất chứa thái độ khó chịu. Một lần trên chuyến bay từ sân bay Charles de Gaulle đi Thụy Điển, những cô chiêu đãi viên của hãng hàng không Scandinavia với mái tóc bạch kim sáng lấp lánh tươi cười hỏi tôi là người nước nào, điều hiếm thấy trên những chuyến bay khác. Khi biết tôi là người Việt Nam, nụ cười trên khuôn mặt họ lại sáng bừng hơn nữa. Những người Thụy Điển rất thân thiện và dễ thương. Khi tôi hỏi họ có biết gì về Việt Nam không, họ nói rằng họ chỉ biết “Việt Nam là một dân tộc vĩ đại”. Ấy là những người xa lạ, còn những người mà tôi gặp gỡ và trò chuyện thực sự trong những cuộc giao tế càng bày tỏ thái độ trân trọng khi biết tôi là nhà văn. Có một điều rất dễ nhận thấy là người phương Tây rất trọng người sáng tạo, thậm chí có phần còn hơn cả người Việt nữa. Ở nhà, cái chức danh “nhà văn” của tôi chẳng tạo được ấn tượng gì đáng kể đối với những người được giới thiệu, nhưng ở nhiều quốc gia khác, tôi nhận thấy rõ một nét thay đổi trên khuôn mặt họ khi nghe nói rằng “I am a writer”, ngay cả khi họ là dân ngoại đạo.

Chúng ta không nên duy trì mãi tư duy “Chúng ta tự hào là người Việt Nam vì lịch sử của chúng ta kéo dài 4000 năm, vì chúng ta là một dân tộc anh hùng, vì chúng ta đã đánh đuổi người Hán, người Nguyên Mông, người Pháp, người Mỹ, người Nhật ra khỏi bờ cõi, vì chỉ chấm dứt chiến tranh mới hơn 30 năm chúng ta đã có mức tăng trưởng kinh tế đứng thứ ba châu Á, vì chúng ta có Ngô Bảo Châu và Đặng Thái Sơn.” Nếu bạn chỉ tự hào vì những điều đó là bạn đang ỷ lại trên những điều có sẵn. Bạn không thể nào cứ ngồi đó tự hào rằng mình đã sinh ra trên mảnh đất Việt mà hành vi, thái độ lại không đóng góp gì cho hình ảnh đất nước. Bạn hãy tự hào rằng bạn đang là bạn như thế, bạn đáng được tôn trọng vì những gì mà cái tôi của bạn đang có và tự hào khi bạn đang đại diện cho Tổ quốc. Như vậy là bạn đang góp phần cùng triệu triệu người khác tạo nên hình ảnh đẹp của nước Việt.

## Giới hạn và những đám đông

Tôi nghe thấy những người có trách nhiệm với xã hội đau đầu một câu hỏi: Tại sao hầu hết các lĩnh vực của chúng ta đều không có đỉnh cao? Tại sao chúng ta chưa có ai đoạt giải Nobel? Tại sao giới trẻ ngày nay được sống trong điều kiện vật chất no đủ, đất nước thái bình, thời hội nhập - công nghệ thông tin 1 giây có thể truyền hàng tỷ dữ liệu đi khắp toàn cầu mà trong một số lĩnh vực lại không thể bút phá hơn các bậc cha anh?

Liệu có phải thế hệ trẻ đã tự xây hàng rào giới hạn cho chính mình hay không?

Bất cứ nghề nghiệp nào, lĩnh vực nào cũng cần sự sáng tạo, kể cả nghề nông. Sáng tạo kích thích sự phát triển của nền văn minh, kiến tạo nên những đỉnh cao của nhân loại và sự sáng tạo không bao giờ song hành cùng giới hạn. Trong sáng tạo, việc chạy theo đám đông, rập khuôn với đám đông và tuân theo những nguyên lý đã có sẵn từ đám đông đã trở thành tối kỵ. Nền giáo dục gia đình, nhà trường và xã hội của chúng ta từ lâu đã lấy thước đo của đám đông ra làm chuẩn. Một người mẹ luôn dạy con trước hết hãy làm thế nào đừng để thiên hạ trông vào, hãy xem những bạn khác, anh chị, cô bác khác làm như thế nào để noi theo – “Nếu không, con sẽ bị người ta đánh giá là X là Y”. Ở trường, các trò qua nhiều thập kỷ học theo phương pháp giáo dục đọc-chép. Thậm chí ngay cả môn học đòi hỏi sự sáng tạo nhất là môn tập làm văn thì các trò cũng được mong muốn làm theo quy chuẩn của cô giáo. Cô giáo miêu tả mặt trăng khuyết có hình lưỡi liềm thì trò hãy định vị hình ảnh duy nhất của mặt trăng là lưỡi liềm, đừng liên tưởng nó đến con thuyền, chiếc võng, cánh cung, Boomerang, cái lá khô hay chiếc bánh sừng bò. Khi lớn lên, ta lại đôi mắt thêm một áp lực nữa của những thứ được định danh là “chuẩn mực” và “dư luận”. Mọi sự “khác đám đông” đều trở thành kỳ dị. Chúng ta lấy tinh thần tập thể và đoàn thể ra làm chỉ tiêu phấn đấu, làm bất cứ sự gì đều phải nghĩ đến tập thể mà quên mất rằng đám đông tập thể chung chung không những triệt tiêu tinh thần sáng tạo mà còn triệt tiêu luôn cả tính tự giác và tự chịu trách nhiệm với bản thân mình.

Trong nhiều thí nghiệm về tâm lý học, người ta chỉ ra rằng con người ta rất dễ phạm điều ác khi họ không phải chịu trách nhiệm cá nhân và cái tôi cá nhân của họ bị mờ đi. Chúng ta luôn coi chủ nghĩa cá nhân (Individualism) là xấu, thường đồng nghĩa với tính ích kỷ. Trong khi một đứa trẻ Mỹ từ lúc có nhận thức, người ta đã dạy nó rằng: Mỗi con người là một cá thể riêng biệt, phải tự ra quyết định, tự nắm lấy vận mệnh của mình và tự giải quyết tình huống. Mỗi cá thể ấy không phụ thuộc và không phải thành viên của bất kỳ mắt xích nào, không phải thành viên của một gia đình phụ thuộc chặt chẽ lẫn nhau, hay một tổ chức tôn giáo, một quốc gia hay những đoàn thể khác. Mọi ý kiến cá nhân đều có quyền được tôn trọng, cho dù chỉ là ý kiến của một đứa trẻ 2 tuổi.

Những người thành công nhất chính là những người dám thách thức “đám đông” và đủ bản lĩnh để biến những thách thức của mình trở thành hiện thực, là những người dám thay đổi “cái có sẵn” để biến nó thành một cái “hoàn toàn mới”.

Có thể bạn sẽ phản biện lại rằng: Thời nay đã khác xưa rồi, giới trẻ được tự do sống, tự do quyết định, sao vẫn không thể bút phá? Nhiều người trẻ tiếp thu nền văn hóa phương Tây du nhập mạnh mẽ từ thập niên 90, tuy nhiên lại vẫn được (bị) hưởng thụ tồn dư văn hóa bao bọc

từ ông bà cha mẹ như từ nhiều đời trước. Nên cái sự may mắn được hưởng thụ đầy đủ thông tin và điều kiện vật chất lại chính là tác nhân gia tăng thêm sự ỷ lại, thụ động dẫn đến thiếu tinh thần độc lập, tự lập. Có một bạn, tôi sang thành phố Quảng Tây, Trung Quốc là khu tự trị của người dân tộc Choang, trong quá trình làm việc có tiếp xúc với cậu Kiệt, sinh năm 1980. Sau khi biết Kiệt hiện đang sống một mình, tôi hỏi chắc bố mẹ cậu ở thành phố khác. Kiệt cho hay bố mẹ cũng sống ở ngay Nam Ninh. Tôi vô cùng ngạc nhiên hỏi vậy sao cậu phải đi thuê nhà làm gì. Kiệt cũng ngạc nhiên nhìn tôi, nói đơn giản “Bạn bè Kiệt đều thế cả, vào đại học xong là tự thuê nhà ra ở riêng, tự kiếm sống để trang trải hết”. Tôi thì không quen với việc một thanh niên 18 tuổi không vì lý do trọ học xa, bố mẹ ở cách một khu phố mà lại ra ở riêng. Ở Việt Nam, gia đình thanh niên ấy hẳn là có vấn đề, bình thường nhất là hãy ở chung với cha mẹ đến khi kết hôn và hãy để cha mẹ nuôi đến hết đại học. Ấy là một thành phố giáp ranh biên giới chúng ta, còn ở Mỹ, nơi mà chủ nghĩa cá nhân và sự riêng tư là quyền tối thượng, điều này đã được ghi trong cuốn “American ways” rằng một thanh niên khi đủ 18 tuổi nên chuyển ra ở riêng và tự lập, nếu không họ sẽ bị bạn bè chê cười là “bám váy mẹ” hoặc cha mẹ họ cũng sẽ nói khéo để họ tự đưa ra quyết định ở riêng. Đó chính là phương pháp nuôi dạy con kiểu “đại bàng” chứ không phải “gà ấp trứng”.

Tôi không thấy nhiều người Việt trẻ dám (được phép) tự lập. Rất hiếm những sinh viên một mình một ba lô đi tìm trải nghiệm ở những vùng đất mới. Không nhiều người Việt trẻ tự đưa ra những quyết định lớn ngay từ khi còn ngồi trên giảng đường. Họ tự đặt ra những giới hạn cho chính mình cả về mặt không gian và tư tưởng. Nhiều lần tôi đặt câu hỏi với các sinh viên năm thứ nhất rằng liệu em có muốn đặt kế hoạch đi làm thêm trong 1-2 năm để kiếm đủ một ngân quỹ, sau đó lấy ngân quỹ ấy đi vòng quanh Đông Nam Á để mở rộng thế giới quan, hoặc sử dụng cho mục đích sáng tạo khoa học nào đó của riêng em, hoặc thành lập một cơ sở kinh doanh với những ý tưởng chỉ mình em nghĩ ra, vân vân. Đáp lại là 99% đôi mắt nhìn tôi một cách hoặc là ngạc nhiên, hoặc là hài hước, hoặc là sợ chết khiếp. Họ cho rằng đấy là một ý nghĩ kỳ quặc đa tầng. Thứ nhất - Làm sao họ có thể tìm được việc làm thêm hoặc Tại sao họ lại phải đi làm thêm trong khi cha mẹ họ có thể nuôi họ ngày ba bữa ăn. Thứ hai – Có việc rồi, kiếm đủ ngân quỹ rồi, họ sẽ dùng ngân quỹ đó để mua xe máy, laptop và quần áo, điều đó thiết thực hơn những ý kiến mạo hiểm hoang đường kia. Thứ ba – Cho dù họ có mong muốn như gợi ý của tôi, thì quan trọng nhất là cần phải “xin phép cha mẹ em đã, mà em biết chắc đến 99,9% là bố mẹ em sẽ không cho đâu, thậm chí còn không cho phép em đi làm thêm nữa kia. Bố mẹ em bảo em chỉ cần lo học cho tốt”. Điều này khiến tôi cảm giác như mình vẫn đang đối thoại với các em bé tiểu học chứ không phải với những người trưởng thành, mặc dù luật pháp ghi rõ rằng 18 tuổi là con người đủ quyền lợi để đi bầu cử.

Giáo dục của chúng ta (cả từ ba phía), theo tôi, cũng đang góp phần nuôi dạy nên những “chú gà công nghiệp” bị giới hạn trong lồng kính. Có lần, tôi dắt xe đi làm và bắt gặp một người đàn ông trung niên đang đứng cạnh một cậu áng chừng học lớp 11, 12, có lẽ là con trai của ông ta. Cậu mặc đồng phục, lưng còn đeo ba lô đi học, xe máy của ông bố dựng bên cạnh. Hai bố con đang lúi húi làm gì đó ở bãi cỏ cạnh khu chung cư. Bẵng đi vài hôm, tôi lại bắt gặp hình ảnh ấy khi đi làm buổi sớm. Thêm lần thứ ba, thứ tư thì tôi đã ngạc nhiên thật sự và không thể không vờ đi sát lại gần để liếc nhanh xem bố con họ đang làm gì. Và tôi thực sự

kinh ngạc khi thấy cậu con trai đang khom cái lưng cao lòng không mét bảy xuống bãi cỏ để... đánh răng, còn bố thì đứng bên cạnh cầm giúp cậu chiếc cốc nhựa đựng nước, tay kia cầm chai Lavie. Thì ra sáng nào cậu cũng đánh răng ngay dưới bãi cỏ nhà tôi. Tôi đoán hai bố con đèo nhau đi học, nhưng chắc nhà xa, đường tắc nên sợ muộn học, cứ cầm sẵn bàn chải, kem đánh răng, chai cốc đồ nghề đi theo, nếu còn thời gian thì sẽ đánh răng rửa mặt, bằng không thì có thể sẽ đánh răng vào giờ ra chơi chẳng hạn.

Một anh bạn đồng nghiệp của tôi có con trai năm nay đã vào đại học, mà không được phép có xe riêng. Anh bảo “cậu bé” chẳng có việc gì phải cần đến xe vì hàng ngày chỉ từ nhà đến trường hai lượt, đi xe buýt hoặc xe đạp đều được. Còn nếu cần kíp đi đâu bố sẽ đèo con đi. Vậy là con cao mét bảy bằng bố, nhưng ngày 20/11 bố đèo con đến nhà thầy giáo, đi xin học, đi học thêm, đi thi bố đèo con đi..., cuối giờ đứng ngóng ở cửa đón con về. Ngoài ngàn ấy thứ ra còn việc gì quan trọng nữa đâu nào? Anh luôn sợ con bị tai nạn, bị sa đà đàn đúm vào tệ nạn. Việc cậu con trai học rất giỏi và tự bản thân cậu cũng chẳng thiết đi đâu ngoài cung đường từ nhà đến trường, ở nhà chỉ biết ngồi bàn học, ôm sách và máy vi tính chính là điều hạnh phúc và tự hào của những ông bố bà mẹ. Tôi chợt dạ rằng nếu mình trót đưa ra ý kiến “Đi làm thêm tiết kiệm ngân quỹ để khám phá thế giới và sáng tạo ra những công trình thực nghiệm” có thể sẽ bị rất nhiều ông bố bà mẹ coi là một tư tưởng “phản giáo dục”. Những “đứa trẻ lớn” hoặc những “người trưởng thành trẻ con” bị nhốt trong lồng kính lâu ngày đâm quen, nên cũng tự thích nghi mà đặt ra những giới hạn cho chính mình, thậm chí nếu bị đẩy ra khỏi “lồng kính” còn thấy sợ. Đến khi “đủ tuổi tự ra quyết định”, họ sẽ không thể quyết định đúng được nữa vì đã bao giờ được tập dượt với việc này đâu. Nhiều bạn trẻ cũng phản ứng với những giới hạn của gia đình, nhà trường, xã hội khi bắt đầu làm cho mình khác biệt với đám đông bằng cách... mặc những bộ quần áo khác người, bằng cách đi bar, bằng cách quan hệ tình dục sớm và đưa những nỗi cô đơn, lạc lõng, trầm cảm, sex, đồng tính vào trong các sáng tạo nghệ thuật, coi đó là toàn bộ cốt lõi của việc phá bỏ rào cản, là giải phóng, là cách mạng.

Tuy nhiên, không phải người trẻ nào cũng giới hạn những ước mơ, hy vọng, khát khao trong lồng kính. Trong số những người Việt trẻ, có rất nhiều người mở to đôi mắt ra ngoài thế giới và thành công như Phan Ý Ly (1981), 16 tuổi đã theo học đại học ngành tâm lý và xã hội ở Ấn Độ. 19 tuổi đi làm cho Liên Hiệp Quốc với tư cách nhân viên dự án xóa đói giảm nghèo ở Hà Giang trong suốt 2 năm. 23 tuổi, một mình cô đến xóm liều ở Châu Phi để thực tập. Cô từng được nhiều giải thưởng cho sáng tạo và giờ là chủ Life Art, một doanh nghiệp xã hội độc đáo duy nhất tại Việt Nam, chuyên sâu vào việc sử dụng kỹ thuật sân khấu và nghệ thuật để phát triển cá nhân và cộng đồng. Cô chia sẻ rằng: Trong khoá học Thạc sỹ về Nghệ Thuật nhằm Phát triển con người, chúng tôi luôn được dạy: Chân lý của Nghệ thuật nhằm phát triển con người, là tạo điều kiện để người khác đặt tên cho thế giới và lịch sử của mình, bằng chính cảm nhận và niềm tin của họ, chứ không phải là để họ phải theo những định nghĩa đã được vạch ra bởi thế lực khác. Không phải “Tôi sẽ không bao giờ được như họ”, mà phải là “Tôi đang trở thành tôi”.

## Giá trị của thời gian

Tôi cho rằng có hai thứ khó sử dụng nhất trên đời, ấy là Tiền bạc và Thời gian. Tại sao sử dụng tiền lại khó thì tôi sẽ viết trong một câu chuyện khác, còn ở đây tôi chỉ muốn nhắc đến thứ mà người ta vẫn cho là miễn phí và vô tận. Giờ người ta hay mở nhiều lớp dạy về giá trị sống cho người lớn, người nước ngoài dạy hẳn hoi. Ở trường học của con gái tôi cũng mở một lớp như vậy cho các bậc phụ huynh, có bà giáo viên người châu Âu dạy 4 buổi, với yêu cầu nếu phụ huynh nào nghỉ một buổi thì buổi sau không được đến lớp. Bà chỉ dạy những ai tham gia đủ 4 buổi. Tôi không đăng ký vì tôi cần nhắc giá trị sống của tôi là thời gian, và để tham gia đủ hai ngày cuối tuần cho biết thế nào là giá trị sống thì tôi tự thấy có một số việc quan trọng hơn.

Thời gian ai cũng có cả, và có rất nhiều, tận 7 thập niên (trừ những người thiếu may mắn hơn những người khác là đang đứng an lành trên vỉa hè khi tuổi còn rất trẻ mà lại bỗng dưng gặp một chiếc xe điên). Dùng gì cho hết 70 năm cuộc đời. Nhưng bạn chỉ có thể khẳng định mình sử dụng đúng thời gian nếu như trong ngày cuối cùng của 7 thập niên ấy, có người đặt câu hỏi cho bạn:

- Trong suốt 25.550 ngày qua, bạn có cho rằng ngày nào đối với bạn cũng là ý nghĩa và hạnh phúc?
- Nếu được tái sinh, bạn có mong muốn được sống cuộc đời tương tự như thế?
- Bạn có bao giờ ước được rơi vào vị trí (cuộc sống) của người khác?
- Bạn có bao giờ hối tiếc về những việc mình chưa làm được vì giá như còn chút thời gian nữa...?

Và chắc chắn bạn đã sử dụng đúng thời gian của mình nếu như bạn trả lời có với hai câu hỏi trước và không với hai câu hỏi sau. Mặt đất này chính là thiên đường để bạn khám phá và bạn sẽ thanh thản bước sang thiên đường thứ hai khi vào giờ khắc cuối cùng ấy, bạn hoàn toàn hài lòng với những gì đã trải qua trên trần thế vì nếu có thêm thời gian nữa, chắc bạn cũng sẽ không biết dùng nó vào việc gì bởi những gì cần làm, bạn đã làm hết rồi và đã sắp xếp chặt chẽ cho cả cuộc đời.

Quan niệm về giá trị và giá trị sống của mỗi người rất khác nhau nên có lẽ mọi xung đột trong các mối quan hệ xảy ra thường là do quan niệm rất khác nhau về giá trị. Ví như nhiều người cảm động vì tôi chia sẻ những mối quan hệ công việc với họ, giới thiệu cho họ những sự kết nối đáng giá, nhường một chuyến đi nước ngoài, tặng lại toàn bộ kiến thức đã tích lũy được qua nhiều năm hay những món quà tặng giá trị. Nhưng tôi lại không coi những điều ấy là giá trị lớn vì tất cả chỉ mất một cú click chuột hay vài cú điện thoại. Tôi vốn sẵn sàng chia sẻ mọi thứ, trừ thời gian. Ngược lại, nếu tôi dành cho ai việc gì quá một tiếng đồng hồ, tôi coi ấy là giá trị lớn lắm. Song một số người lại nghĩ rằng thứ vô giá trị nhất thường là thứ sẵn có, trong đó có khí trời và thời gian. Vậy là xung đột.

Cái thói quen tiết kiệm thời gian của tôi không rõ ăn sâu từ kiếp nào, khiến tôi luôn cân đong đo đếm nó như cái đồng hồ và đôi khi làm những người khác phát hoảng. Tỉ dụ như

nhiều lần tôi nhắc cô bé quản gia đun siro đường. Thứ siro từ đường kính đó khi pha nước trái cây vừa thơm vừa tiết kiệm thời gian. Nhưng nhắc hoài không thấy làm. Cuối cùng tôi bảo:

- Cháu mất bao nhiêu thời gian để khuấy cho đường tan hết vào 3 cốc nước?

- 5 phút ạ, là ít nhất.

- Ngày nào cháu cũng phải pha 3 ly nước trái cây, vậy 1 tuần cháu mất 35 phút để làm cho đường tan vào nước, 1 tháng cháu mất 140 phút, 1 năm mất 1.680 phút. Cháu đã sống ở đây được 8 năm, vậy là cháu mất 13.440 phút tương đương với 28 ngày làm việc. Nghĩa là thử nghĩ xem, trong 28 ngày liền, ngày nào cháu cũng đứng 8 tiếng đồng hồ liên tục chỉ để pha đường vào nước.

Ngày hôm sau thì tôi đã thấy xuất hiện chai đường nước trong vắt, thứ đường chỉ cần thả vào nước là tan.

Nhà tầng trên của khu chung cư tôi ở có cô bé bằng tuổi con gái tôi, hàng ngày đi đến trường tiểu học mất 1 tiếng đồng hồ trên ô tô, lại thêm 1 tiếng từ trường về nhà, trong khi toàn bộ thành viên trong gia đình tôi đi học, đi làm chỉ mất 5 phút. Tính ra 1 tuần cô gái nhỏ mất 10 tiếng trên đường, 1 tháng mất 40 tiếng, 1 năm 360 tiếng, 16 năm 5.760 tiếng tương đương 720 ngày làm việc. Nghĩa là suốt quãng thời gian đi học, cô gái nhỏ mất đứt 2 năm chỉ để đi lại trên những con đường chật hẹp của thành phố giờ tan tầm, chen chúc giữa khói xe, bụi đường và những dòng người nhả khói. Trong khi trường học đó cũng không khiến cho cô thành thiên tài hơn trường cạnh nhà. Khi trưởng thành, nếu cô chọn một công việc ở xa tương tự thì sau 30 năm công tác, cô mất thêm 1.800 ngày là 5 năm. Vậy là cả đời người, ta mất 7 năm trên những con đường. Nếu ta sống được 70 năm thì coi như chỉ sống 63 năm thôi. Vì quãng thời gian trên những con đường giao thông “tuyệt hảo” như hiện nay không được coi là “sống”. Có thể bạn sẽ phản đối tôi nhưng sự lựa chọn rõ ràng là thuộc về bạn. Nếu bạn đi làm cho một công ty cách nhà 1 giờ đi xe và 1 công ty chỉ cách nhà 5 phút, mức lương cao hơn đôi khi đánh lừa bạn, khi bạn tình nguyện trừ đi 5 năm sự sống của mình.

Nhiều người than phiền rằng lúc nào họ cũng bán lên vì công việc, không có lấy một ngày chủ nhật rảnh rỗi cho riêng mình. Tôi vẫn còn một sáng kiến nho nhỏ cho người bận rộn, ấy là bạn nên cắt tiết thời gian... nói của mình đi. Nếu bạn “chay” được cái món tán gẫu nơi công sở, quán cà phê, chat chit trên mạng hay trên điện thoại thì có vẻ mỗi ngày bạn sẽ tiết kiệm được 1 tiếng. Nếu mỗi ngày bạn chỉ cần “im lặng” 1 tiếng thôi thì 1 tuần bạn sẽ được thêm 7 tiếng bằng 1 ngày làm việc. Đó chính là “ngày chủ nhật của riêng bạn” để bạn sống cho mình và làm những điều ý nghĩa. Nếu bạn nói ít đi thì sẽ hành động được nhiều hơn. Nếu các đảng mày râu chỉ cần tiết kiệm được vài tiếng mỗi tuần trên bàn nhậu, bớt đi món cà phê sáng vỉa hè, các bạn tuổi teen bớt 1 tiếng lướt mạng mỗi ngày, và các quý bà bớt đi thời gian buôn dưa lê, thì họ đã có lãi ròng trên chính thời gian của mình.

Cứ như vậy, bạn hãy trừ lùi đi thời gian sống của mình nếu như bạn phải gắn bó với một công việc tẻ nhạt mà bạn ghét cay ghét đắng, gắn bó với một môi trường sống mà một khoảnh khắc nào đó sau 70 năm cuộc đời, bạn chợt nhận ra rằng nó đơn điệu biết bao nhiêu, và đặc



biệt là khi bạn gắn bó đời mình với một người mà bạn không (còn) yêu thương hoặc ngược lại, người ta không (còn) yêu thương bạn. Bởi cũng có một định nghĩa thú vị: Hạnh phúc là khi sáng bạn muốn đến sở làm và chiều bạn muốn về nhà. Bạn không muốn một vé, nghĩa là bạn mất nửa cuộc đời. Bạn không muốn cả hai vé: Bạn đã sống vô nghĩa cả cuộc đời. Và khi ấy, cõi trần này đúng là cõi tạm (bọt) trong khi bạn đang mơ đến một thiên đường chưa bao giờ hiện hữu ở thế giới bên kia trong 1/3 quỹ thời gian hạnh phúc duy nhất của bạn là giấc ngủ. Bạn cứ việc đưa ra những lý do của bạn, vì kiếm sống, vì hoàn cảnh, vì..., bởi mỗi người có một giá trị sống khác nhau và những thước đo riêng của mình. Nhưng liệu có một lúc nào đó, bạn nhận ra rằng bạn đang chết dần ngay cả khi đang sống và đang hít thở? Steve Jobs, thiên tài sáng tạo của thung lũng Silicon, người đã rời bỏ giảng đường đại học ngay từ năm thứ nhất (giống như ông vua phần mềm Bill Gates), khi còn sống đã nói rằng “Thời gian của các bạn là có hạn, nên đừng phí phạm bằng cách sống cuộc đời của người khác. Đừng rơi vào cái bẫy của sự giáo điều, áp đặt của những người khác. Đừng để những ý kiến ồn ào xung quanh nhấn chìm tiếng nói bên trong con người bạn. Và quan trọng nhất, phải có dũng khí để đi theo tiếng gọi của trái tim và trực giác. Dù thế nào thì chúng cũng biết bạn thực sự muốn gì. Mọi thứ khác chỉ là thứ yếu.”

Các bạn cứ việc nguy biện và nhún vai với tôi, nhưng tôi cam đoan rằng, nếu chẳng may có ông bác sĩ ở bệnh viện chẩn đoán nhầm thời gian của bạn chỉ còn 3 tháng nữa, tôi tin chắc các bạn sẽ muốn thay đổi điều gì đó ngay từ giờ phút định mệnh ấy.

## Người xứ ta mới hay kỳ thị

Nhắc đến từ “kỳ thị”, người ta hay liên tưởng đến cách Đức quốc xã đối xử với dân Do Thái, hoặc chính sách Apacthai ở Nam Phi kéo dài 4 thập niên, chỉ ít cũng nghĩ kỳ thị chỉ có ở Hợp chủng quốc Hoa Kỳ, nơi mà dân cư da trắng, đen, đỏ, vàng đủ cả. Chợt nhớ ra rằng người nước ta cũng hay kỳ thị, kỳ thị những thứ mà lâu rồi, các quốc gia văn minh không còn khuyến khích... kỳ thị nữa. Thí dụ ngày xưa chúng ta hay kỳ thị những người bệnh hủi (mà tôi đồ rằng Hàn Mạc Tử hóa điên một phần do bệnh, phần nữa là do bị cộng đồng tránh như tránh... hủi), ngày nay bệnh phong chữa được rồi thì chúng ta kỳ thị người nhiễm HIV, người mắc bệnh tâm thần, cả người mắc bệnh nan y đang trẻ hóa thành già.

Hồi năm 2006, tôi có đi theo một tổ chức phi chính phủ của Đức xuống Hải Phòng để thực hiện kế hoạch truyền thông cho dự án giúp người nhiễm HIV mở doanh nghiệp. Trong một ngày trời, tôi ăn cùng, nói chuyện cùng và chen chúc trên chiếc xe taxi cùng những người nhiễm HIV. Họ có một tiệm rửa xe, vài chiếc bè nuôi tu hài và xưởng may, móc quần áo. Họ nói rằng sản phẩm khi bán ra đều phải giấu nguồn gốc, nếu không khách hàng sẽ không dám mua. Những người phụ nữ bắt hạnh tặng chúng tôi mỗi người một chiếc áo len móc rất đẹp. Trên đường về, cô bạn tôi làm tại dự án Đức nói rằng cái này về cũng chỉ mang đi cho người khác chứ không dám mặc, sợ nhờ đâu khi họ móc quần áo, kim đâm vào tay, tay chảy máu, máu chảy vào áo, con virus sẽ lây vào người. Tôi ấy về đến nhà, cô em gái tôi hỏi áo ở đâu mà đẹp thế, tôi khoe nguồn gốc, cô nàng giật nảy mình, tránh xa cái áo như thể hồn ma Hàn Mạc Tử đang hiện hình, miệng rên rĩ “Trời ơi, thế mà chị dám mang nó về nhà”. Tôi bảo có sao đâu, chị đã mặc thử ở đây xem có vừa không. Lập tức cô nàng tránh xa cả tôi, bắt tôi đi tắm nước nóng và bắt cả con gái tôi tránh xa mẹ nó nữa. Tôi thở dài, người văn minh hiểu biết mà còn thế, huống chi người trong thiên hạ không ai dám dùng sản phẩm của họ, khiến cả tấn tu hài phải nuôi giấu giấu giếm giếm ngoài bể xa, bụng không dám kể thêm rằng lúc đến thăm xưởng may, những đứa trẻ nhiễm HIV còn trèo cả lên đùi tôi ngồi.

Người ta tránh xa những người mắc bệnh lây, ấy là sự kỳ thị, nhưng cũng có những người nô nức mò đến xem những người mắc bệnh lạ mà không lây, ấy cũng là sự kỳ thị không kém. Tôi hay lên mạng theo dõi tình hình chữa bệnh tiến triển đến đâu của cô gái 26 tuổi ở Bến Tre mắc bệnh lạ về da mà biến thành bà lão. Có bạn đọc được một bài viết rất đau lòng, ấy là người xứ ta hay tin thường lợi bộ đường xa đến xem cô Phụng. Họ đi thành đoàn ở bệnh viện như xếp hàng vào siêu thị, tay mang theo hộp sữa đặc để kiểm có vào thăm, kiểu đòi hộp sữa để được... nhìn một cái cho thỏa mãn trí tò mò. Cô Phụng về đến nhà phải trốn tịt trong buồng ngủ vì thường xuyên có hàng trăm người lũ lượt kéo đến đòi xem mặt. Sau khi bị những người hiếu kỳ lạ mặt xô vào tận trong buồng ngủ, cô Phụng được chồng mang sang nhà hàng xóm để “lánh nạn” thì đoàn người rầm rộ nhâu nhâu đi theo bu kín hàng rào, ghé mắt qua khe cửa sổ, trèo lên ngọn cây dừa để xem. Đến nỗi có việc kíp đi ra chợ, cô Phụng đã che kín mặt mũi nguy trang mà vẫn bị nhận dạng để rồi phải chờ người đến giải vây. Những hành vi man rợ này tưởng chừng chỉ có ở văn hóa làng thời thế kỷ trước. Đôi khi người ta ác mà thường không hay biết rằng mình đang ác, cứ nghĩ rằng phải cướp của, giết người mới là ác.

Nếu như một số quốc gia khác đã công nhận đám cưới của những cặp đồng tính, thì ở Việt

Nam, nhiều trí thức vẫn coi đồng tính là một căn bệnh hoặc là hành vi trụy lạc. Tôi có cô bạn đồng nghiệp trong giới văn chương, thi thoảng lại thông báo cho tôi một tin đồn “xưa như Diêm” rằng nghe nói cậu X, cậu Y là... như thế. Sau đó lại tự phủ nhận “Tôi nghĩ không phải đâu, gã X là người tử tế như thế, làm sao mà gay được”. Tôi lại thở dài nói cô một câu biết là vô nghĩa đối với người nghe “Sao gay lại là người không tử tế được?” – “Chứ còn sao nữa, ai bảo đủ đờn, chơi bời cho lắm mới gay. Chứ đàn hoàng tử tế gay làm sao được”. Nghe thế cũng thấy gay, người viết văn, hiểu biết và thấu hiểu chúng sinh mà còn vậy, huống chi những người hay lôi gay, les ra làm trò giễu sau lưng, lôi lên tận sân khấu, màn bạc làm trò hề để gây cười.

Không chỉ mắc bệnh lây hay khác thường mới phải đối diện với nỗi kỳ thị, mà người Việt, hình như cứ kỳ thị được cái gì thì kỳ thị, kỳ thị mà không biết rằng mình đang kỳ thị. Có một lần, trong lúc đang bàn việc gì đó rất hăng với một cậu bạn, tự dưng cậu hỏi đập tôi “Có phải bọn em là hay coi thường dân ngoại tỉnh như bọn anh lắm phải không?”. Bị bất ngờ, tôi sốc vì câu hỏi ấy. Lúc ấy tôi mới chợt nhớ ra rằng cậu người ở đâu mãi tận miền Trung, mà nếu không có chất giọng đặc trưng ấy thì tôi cũng không bao giờ quan tâm đến việc cậu lớn lên từ đâu. Tôi bảo không phải thế, cậu có một chức vụ cao từ khi còn rất trẻ, cậu tự mua được một ngôi nhà to đẹp và xe hơi đắt tiền, trong khi cậu chỉ chạc tuổi tôi, đó là sự ngưỡng mộ của nhiều người. Cậu có vẻ thỏa mãn vì câu bình luận này và... yên tâm ngồi nói chuyện tiếp. Từ bạn ấy tôi đâm ra suy nghĩ, cái nỗi mặc cảm của cậu không phải tự nhiên mà có. Có lẽ chẳng nó bắt nguồn từ đâu đó mà chẳng cần phải quá nhạy cảm con người ta mới cảm nhận được. Tôi có một cô đồng nghiệp quê Thái Bình, lên Hà Nội học đại học rồi làm việc, lấy chồng, sinh con ở đây. Hồi mới tậu được chiếc xe hơi, cô ấy đòi đến đón tôi đi chơi. Tôi vốn có thói quen thích mở cửa sổ những hôm mát trời, thấy vậy cô bạn tôi mắng “Kéo cửa kính lên chứ, sao quê thế”. Điều này lại làm tôi nhớ đến câu chuyện của Tốt Tô Chan - một bé gái Nhật Bản trong tác phẩm “Tốt Tô Chan – Cô bé ngồi bên cửa sổ”. Thời của cô bé Tốt Tô Chan, người Nhật coi thường và kỳ thị người Triều Tiên, nên mới coi câu “Đồ Triều Tiên” là một lời miệt thị. Hàng ngày Tốt Tô Chan đi học về thường gặp một đứa bé Triều Tiên chơi tha thần một mình, cứ hễ nhìn thấy Tốt Tô Chan, đứa bé tội nghiệp lại réo lên “Đồ Triều Tiên”.

Có bạn trong giờ giải lao, một đồng nghiệp của tôi giải tỏa nỗi uất ức vì bị bà chị dâu chồng nghi ngờ cô ấy nhắn tin khủng bố. Bà chị dâu kia nghe đâu nhận được tin nhắn cụt lủn ba chữ “Con nhà quê”, mới khẳng định với nhà chồng rằng chỉ có mỗi cô em dâu nhà này mới biết điều đó để mà nhắn tin. Cô đồng nghiệp của tôi quát chồng rằng “Ai chả biết nó là con nhà quê, đâu chỉ mình em. Nó có đi biển 29 thì cả khu tập thể này chỉ nhìn đã biết ngay nó là con nhà quê”. Nhìn bộ dạng cong cớn của cô, ai nấy đều phì cười. Thú thực tôi cũng chả biết định nghĩa thế nào về cái gọi là “nhà quê”. Có vẻ như một số người Hà Nội và Sài Gòn quy hết những thành phố tỉnh lẻ khác ngoài hai thành phố lớn này vào khái niệm ấy, còn người ở những thành phố nhỏ quy người thị xã, thị trấn vào nhóm “nhà quê”, người thị xã, thị trấn lại đổ thừa “nhà quê” cho người ở làng. Mà ngay cả người ở làng cũng tìm được đối tượng để mà kỳ thị, ấy chính là dân ngụ cư. Hồi nhà văn Kim Lân còn sống, tôi có dịp đến phỏng vấn ông. Trong câu chuyện, cứ thỉnh thoảng ông lại nhắc đến dân ngụ cư, những người dân được coi là mạt hạng chỉ có thể làm một số nghề mà dân chính cư không muốn làm như làm mướn, làm mỗ

và thường bị khinh rẻ, coi thường. Nhà văn Kim Lân cho rằng một lý do quan trọng khiến ông quyết theo con đường văn chương là vì hồi còn ở làng, “anh em ngụ cư quý tôi lắm, song các cụ trong làng lại ghét và rất coi thường. Vậy thì tôi phải phấn đấu để chứng tỏ mình không phải là anh bất tài.”

Lại nghĩ, nếu chỉ vì “người nhà quê” mà kỳ thị, thì biết bao chính trị gia chiếm giữ vị trí quan trọng, doanh nhân trong top 10 người giàu nhất Việt Nam, bao nhiêu người mẫu, ca sĩ, diễn viên hạng sao với cát sê ngất ngưỡng và một lực lượng không nhỏ các nhân viên chuyên môn cao trong những công ty nước ngoài... lại không sinh ra và lớn lên ở những thành phố lớn.

## Tham lam chủ nghĩa

Có lẽ hai tiêu điểm “nổi tiếng” nhất năm 2013 về suy đồi đạo đức và thái độ vô cảm với con người là vụ phẫu thuật thẩm mỹ gây chết người, bác sĩ của thẩm mỹ viện Cát Tường vút xác nạn nhân xuống sông và vụ hôi bia ở Đồng Nai.

4/12/2013, một tài xế xe tải chở 1400 két bia lon gặp tai nạn ở Biên Hòa, người thì không sao song bia lon lăn hết xuống đường, tài xế khóc lóc van xin nhưng hàng trăm con người vẫn xúm vào cướp bia, thậm chí trèo cả lên thùng xe lấy bia, kéo xe ba gác ra để chở bia. Kênh Ren TV của Nga truyền tải hình ảnh hôi bia với đám người bu lại đồng bia như bầy ruồi cùng những khuôn mặt tươi cười hỉ hả và bình luận: Hàng nghìn người vào hôi của tại Biên Hòa, Việt Nam và một “ngày hội” ngoài dự kiến đã diễn ra. Nhiều tờ báo và truyền hình nước ngoài khác cũng chẳng tội gì bỏ lỡ cơ hội có một không hai này. Bạn bè tôi ở nước ngoài đau lòng vì dân tộc mình đang bị bêu riếu mới nhấn tin “Xem cảnh nhà mình trên ti vi ngượng quá cậu à”.

Người tử tế thì ngượng, thì căm phẫn, người trong cuộc thì hỉ hả bảo: Cả nước chửi lũ hôi bia hôm ấy nhưng chắc trừ mình ra, với lại ở đâu chả có người hôi của.

Đây cũng không phải lần đầu tiên người xứ mình hôi bia. Hồi đầu tháng 7/2013, tài xế Phạm Viết Sơn cũng gặp tai nạn ở quận 12, TP Hồ Chí Minh. 60 két bia ở lóc sau rơi xuống đất. 1200 chai bia vỡ tan khiến bia chảy thành dòng, trong khi đó dân hể hả lao vào bới đồng thủy tinh vỡ để xem còn chai bia nào lành, sau đó hồ hởi mang chiến lợi phẩm về nhà để mặc tài xế đứng nhìn trong tuyệt vọng. Hồi năm 2012, dân “hôi” cũng hả hê khi vớ được chiếc xe chở 25.000 lít xăng gặp tai nạn trên quốc lộ 1A đoạn giữa Hà Tĩnh-Quảng Bình. Dân mang cả xô chậu ra hứng xăng, bất chấp sự có mặt của lực lượng cảnh sát. Rồi xe chở cám vệt bị lật ở gần Quy Nhơn, dân cũng cuống quýt chạy ra hôi... cám vệt.

Tôi có thói quen đứng trước sự việc khác thường thế nào cũng quyết đi tìm nguyên nhân cho ra nhẽ. Lần này lập tức nghĩ: “Nghèo thì hèn”, “Tri thức, văn hóa thấp thì kém văn minh”. Sau tự biện luận rằng không phải. Thứ nhất, không phải kém văn minh đi kèm với văn hóa thấp. Mà nhiều người Việt Nam dường như lẫn khuất một tính “tham chủ nghĩa”, coi những thứ gì thiên nhiên giữa trời, của nả ê hề giữa thanh thiên bạch nhật là của trời cho. Thời gian vừa rồi tôi có vào Bạc Liêu, Cà Mau, đang náo nức chuẩn bị tinh thần tham quan vườn chim. Cái địa danh nổi tiếng ở nơi địa đầu tổ quốc ấy chắc hẳn rất kỳ thú, nó không còn như trong những huyền thoại đất rừng Phương Nam nữa thì cũng chỉ ít náo nức tiếng chim hót mà chẳng đất thì thành nào có được. Nhưng lạ Trời, vườn chim Bạc Liêu “yên tĩnh” đến nỗi chỉ còn tiếng hỏi “Đi đâu đấy?” của bảo vệ. Tĩnh không một tiếng chim thưa. Cửa vườn đóng im ỉm, chung số phận với hàng bao vườn cò ở xứ Bắc. Cò là con vật thịt nhạt hoét, vừa nhạt vừa tanh, vậy mà người ta cũng hồ hởi đặt bẫy ăn hết sạch cả cò. Cánh cò bay lả bay la, biểu tượng của đồng bằng Bắc bộ giờ được chui hết vào các nhà hàng đặc sản Cò xung quanh khu vực được mệnh danh là “Vườn Cò”. Dường như ở xứ này, con vật nào chạy loăng quăng ngoài trời mà không nhốt chuồng cũng bị ăn mất. Hồ báo trên rừng không còn một chú đã đành, chuột cống chạy quanh bệnh viện, chó mèo lỡ bước đi lạc là vào nôi. Thói quen coi của Trời là của mình

khiến các lưu học sinh Việt Nam ở châu Âu, các trí thức và các nhà khoa học tương lai hình thành “sở thích” cứ đến bữa là không phải đi chợ. Protein đã có sẵn ngoài trời, chim câu chú nào chú nấy béo nung núc, một cái bầy là đủ để quay, rán, hầm, nhồi thịt linh đình. Nếu bữa nào thèm ăn đồ tanh thì đã có sẵn cá dưới hồ. Trong tiểu thuyết “Quyên”, nhà văn Nguyễn Văn Thọ từng định cư 20 năm ở Đức kể một câu chuyện có thật: Một hôm cảnh sát Berlin kinh ngạc khi phát hiện ra cá cảnh dưới hồ công viên trung tâm không còn một mống nào, mới mở cuộc điều tra. Thủ phạm là một người Việt Nam, anh này khai nhận cứ đêm đến lừa lúc cả dân cả quan đang ngủ li bì thì lọ mọ mang lưới, mang vó, mang câu đi vớt cá cho đến khi cá hết sạch thì... chuyển sang hồ khác. Anh cảnh sát khu vực bị kiểm điểm, khiển trách. Cảnh sát Đức rất lừng danh và chuyên nghiệp trong việc truy tìm những tên tội phạm tầm cỡ quốc tế với các phương pháp điều tra có lẽ đứng đầu ngành hình sự thế giới, nhưng lại ngỡ ngàng đến nỗi bị một anh chàng câu vớt qua mặt ngày này qua ngày khác.

Không hẳn là cứ đói quá tất làm liều. Tôi đã sang hai nước có tỉ lệ người nghèo đói vào hạng cao trên thế giới là Myanmar và Ấn Độ, thấy chim câu béo núc rợp trời cả ngàn con ngoài phố, sóc thì nhảy tung tăng trong công viên. Không ai ăn chúng cả, thậm chí còn phóng sinh.

Lại nhớ câu chuyện vui của một cô bạn tôi sống ở Mỹ, lấy chồng Mỹ. Một ngày nọ cô đón bố mẹ sang chơi. Bố mẹ cô ấy làm ngành ngoại giao, lúc còn đương chức cũng đi nước ngoài như điên và thu nhập thừa đủ cho con gái đi học thạc sỹ ở nước ngoài, nhưng mỗi lần đứng vẫn cảnh ở hiên nhà con gái và con rể lại nhìn lũ hươu hoang dã tha thẩn trong vườn nhà mà tiếc rẻ: Tụi trẻ không biết chớ ngày xưa cái nhung hươu này đáng bao nhiêu tiền, mà thịt hươu khô thì cũng ngon nữa. Nghe vậy bạn tôi cau mày. Ý đồ thịt hươu dù chưa trở thành hiện thực nhưng ngay cả việc nói ra miệng “mong ước” đó đối với cô bạn đang trở thành người Mỹ của tôi cũng đã là không ổn rồi. Mấy bữa sau, dũi vào vườn nhà cô đào bới tung lên. Những đám cỏ xanh rờn được xén tỉa cẩn thận giờ tan hoang. Anh chồng Mỹ của cô đành đặt mua một cái bẫy ở chợ đen trên mạng vì luật pháp Mỹ rất nghiêm ngặt trong việc bảo vệ động vật hoang dã, mua bán bẫy là trái phép. Bẫy xong mấy con dũi, anh nhốt nó vào trong chuồng để chờ cuối tuần rảnh rồi thì... mang lên rừng thả. Nhưng ngài bố vợ người Việt thì than phiền: Có biết ở nhà dũi bao nhiêu tiền một cân không hả chúng bây? Bố đã có riêng và mắm tôm đây rồi. Cứ để bố. Nấu lên xong thì thơm nhức mũi, có mà chúng bây thèm. Chẳng biết cụ đùa hay thật nhưng cô con gái thì lần nữa cau mặt “Thế ra bố mẹ... thèm thịt lắm đấy à?”. Chuyện kể ra thì như đùa, nhưng người Việt, cả nhiều trí thức Việt nữa, dường như luôn nuôi tư duy: Của giờ bày ra đây mà không xơi thì “tiếc của giờ”. Trong khi người Mỹ, người châu Âu mà thấy tay nhà giàu nào mặc cái áo lông thú thì lập tức làm to chuyện, lôi ra biểu tình, tẩy chay, nhân danh đủ các Hiệp hội bảo vệ môi trường.

Thứ hai, không hẳn cứ nghèo thì thành ra hèn, thành ra tham. Hồi năm 2012 tôi đi dự trại viết ở Phú Yên, cả đoàn nhà văn ở lại khu resort 5 sao duy nhất ở Tuy Hòa. Hôm đó anh Trình Quang Bảo, giám đốc điều hành resort Sao Việt đích thân chở các nhà văn đi tham quan một vòng trong khu bằng xe điện. Chúng tôi lần lượt tham quan các villa đẹp nhất và trầm trồ về sự công phu đầu tư vườn thú và cây ăn trái của những người chủ sở hữu. Lúc xe dừng lại ở một trong những villa sang trọng nhất resort, anh Trình Quang Bảo kể một câu chuyện vui với

nét mặt không vui: Là cây xoài trước cửa villa này trước đây sai quả lắm, dễ có đến vài trăm trái, nhưng mấy tháng trước xoài vừa chín thì có nhóm khách nghỉ lại trong villa đã... vặt hết sạch không sót một quả nào rồi tải về, cả quả chín, quả xanh và quả còn non. Chúng tôi lập tức kinh ngạc, bất bình, khinh dễ những “kẻ trộm vô hình” đó, không khác nào cảm giác đối với hội “cướp bia”, bảo mấy trăm quả thì cất vào đâu, chẳng lẽ phải đóng vào bao tải rồi chở lên máy bay hay sao. Anh Trình Quang Bảo thở dài: “Vậy đó, chúng tôi có cấm hái đâu, khách có thể hái ăn thoải mái và mang mấy quả về nhà làm kỷ niệm, nhưng đây lại hái hết sạch cả cây xoài vài trăm quả của chúng tôi. Kỳ vậy chứ.”

Những khách nghỉ lại resort không nghèo, họ đủ tiền trả 300-400 đô la cho mỗi đêm kia mà, nhưng họ vẫn tiếc mấy quả xoài. Họ không coi đó là hành động ăn trộm. Cũng như người ở Biên Hòa không coi việc hôi bia là ăn cướp. Họ chỉ nghĩ đơn giản: Cửa bày ra ngoài giờ là của mình, mình không lấy thằng khác nó lấy.

Nhắc đến “cửa Trời ơi” thì cũng cần phải nhắc đến những người không “nghèo”, không “văn hóa thấp” nhưng vẫn liên tục được lên mặt báo vì các tội vạ tham nhũng. Nay thì Ủy ban Mặt trận Tổ quốc tỉnh này lấy tiền ủng hộ lũ lụt chi xài cá nhân, mai thì UBMTTQ tỉnh kia tham ô quỹ cho người nghèo (kết quả phải làm kiểm điểm... rút kinh nghiệm). Cũng là một kiểu quan niệm “cửa bày ra trước mắt, mình không lấy người khác lấy”. Tổ chức Minh bạch quốc tế (TI) năm 2013 vừa công bố Việt Nam đứng thứ 116/177 các quốc gia xếp hạng trong bảng báo cáo thường niên về tham nhũng. Ngành nào cũng có người sung sướng tham nhũng, hồ hởi tham nhũng.

Điều nguy hiểm nhất trong tư duy “hôi của Trời” ấy là người ta không coi đó là việc quá xấu, thậm chí là việc bình thường ai cũng làm thế, hoặc có xấu thì cũng không phải tội gì tày trời. Chim trên trời, cá dưới nước, quả trên cây, cửa lẩn long lóc ngoài hè phố, tiền ê hề trong quỹ chung... nên người ta thi nhau tham. Hôi của vẫn diễn ra thường xuyên ở khắp mọi nơi trên đất nước này, từ bao năm nay, chẳng qua cái sự hôi bia vừa rồi có video clip nên đâm ra mới kích thích cư dân mạng.

Hồi tháng trước tôi và một cô bạn nhà văn xúng xính quần áo đi dự một tiệc lớn. Đi lòng vòng thế nào đâm lạc đường. Xe chạy qua một vạt hoa cải vàng ươm trước cửa một khu biệt thự. Đang cuống lên vì muộn giờ tiệc mà đột nhiên cô ấy thốt lên: Hoa cải đẹp quá, giờ được ngắt một vạt đem về cắm lọ thì sáng rực cả nhà. Tôi thở dài. Tất nhiên cô bạn tôi đủ tinh tế và lịch lãm để chỉ nói vui mà không bao giờ biến lời nói thành hiện thực. Nhưng tôi chợt nghĩ, tại sao nhiều người hễ cứ thấy thứ gì ngoài “cửa công” là ngay lập tức trong đầu nảy sinh ý tư hữu, dù chỉ là trong vô thức. Liệu đó có phải là một nếp văn hóa rất là xấu hay không? Chừng nào tiềm thức của chúng ta thôi hẳn thói quen tư hào, lúc ấy từ “hôi của” may ra mới biến mất khỏi từ điển tiếng Việt như nó chưa từng xuất hiện ở nhiều cuốn từ điển ngôn ngữ khác.

Trước công chúng, khi nào thì nên nói thật

Nhiều người nổi tiếng không hiểu bản chất về sức mạnh của PR. Họ thường đồng nhất PR với lăng xê, khuếch trương tên tuổi nên thành ra hành động và nói năng rất phản PR. Công chúng chẳng biết bạn cụ thể như thế nào, chẳng được gặp bạn bao giờ, chỉ nom thấy bạn qua ảnh, và họ nghe bạn nói. Tùy thuộc vào lời nói của bạn mà công chúng có yêu mến bạn hay không. Phát ngôn trước công chúng, dù người nổi tiếng có thật thà và cá tính, bắt cần đến mấy cũng khó mà bỏ qua được những nguyên tắc: Điều gì được nói trước công chúng? Điều gì được nói trước một nhóm thân sơ (bạn bè xã giao, đồng nghiệp...)? Điều gì được nói trước bạn bè thân thiết và người thân trong gia đình? Điều gì chỉ được phép giữ lại cho mình với Chúa biết? Và cùng là một câu nói nhưng ai được phép phát ngôn câu này?

PR chỉ đơn giản là giữ mối quan hệ song phương sao cho đôi bên cùng có lợi, và chẳng cần nói thêm nữa về ích lợi của những mối quan hệ tốt (Thậm chí có rất nhiều cuốn sách, “Đừng đi ăn một mình” của Keith Ferrazzi chẳng hạn, chỉ ra điểm khác biệt của những người thành công rực rỡ chính là cách họ vận dụng quyền năng của những mối quan hệ - để mọi người cùng thắng.). Để chứng minh cho sự hủy hoại nhanh nhất của những phát ngôn phản PR, dẫn đến sự chán ghét của công chúng có thể đưa ra một ví dụ điển hình là vụ vạ miệng của ngôi sao “Bản năng gốc” hồi năm 2008. Sau khi trận động đất ở Trung Quốc đã làm 7 vạn người thiệt mạng, Sharon Stone, người cũng nổi tiếng vì có chỉ số IQ 145 (cao xấp xỉ bằng Bill Gates và Steve Job), phát biểu trước công luận quốc tế rằng đó là một nghiệp chướng mà người Trung Quốc phải gánh chịu vì những gì mà họ đã làm với người Tây Tạng. Sau lời “rửa” này, tất cả các bộ phim có sự góp mặt của Sharon Stone bị ngừng công chiếu ở Trung Hoa đại lục. Đương nhiên công ty quảng cáo cho Christian Dior tại TQ cũng chấm dứt việc sử dụng hình ảnh quảng cáo của SS. Còn nhân dân Trung Quốc, với số lượng đông đảo của mình đã đồng loạt lên tiếng nguyên rửa lại cô đào bốc lửa và họ cho biết rằng họ ghê tởm lời bình luận của SS. Cuối cùng SS phải lên truyền hình để nói lời xin lỗi.

Ban nhạc huyền thoại The Beatles cũng từng bị vạ miệng như thế khi bỗng dưng họ đưa ra lời bình luận hồn nhiên rằng “Chúng tôi còn nổi tiếng hơn cả Chúa Trời”. Khởi phải nói số lượng phát hành đĩa của The Beatles bị sụt giảm đến mức nào và họ bị la ó dữ dội ở nhiều nơi mà họ tới lưu diễn. Sharon Stone và The Beatles mà còn bị “vạ miệng” thế, vậy mà chúng ta vẫn còn coi sự cố tình vạ miệng phát ngôn gây sốc được gọi là chiêu PR sao? Tôi cảm thấy người ta đang vô tình vấy bẩn khái niệm này chỉ vì sự thiếu hiểu biết mà dùng bừa ngôn từ.

Trong các giáo trình dạy Kỹ năng nói trong PR, có những quy định rất chặt chẽ về việc phát ngôn trước công chúng. Ấy là người nói tuyệt đối nên tránh dùng những ngôn từ hay lời bình luận khiến vô tình (chỉ vô tình thôi) đụng chạm đến tôn giáo, sắc tộc, tầng lớp xuất thân, giới tính, nghề nghiệp, vùng miền... vì nếu không, anh không phải đầu cũng phải tai. Điều này cũng đơn giản như khi trên bàn tiệc có một người béo hoặc một người lùn thì bạn đừng có lỡ miệng mà đá động đến từ “béo” hay từ “lùn”. Hồi mấy năm trước tôi còn nhớ báo chí tường thuật về câu chuyện có cô bé blogger ra Hà Nội chơi rồi chê Hà Nội đủ thứ trên blog, trong đó có câu “Mình phân biệt Sài Gòn citizen và công dân của những vùng miền khác”, sau bị các blogger (chắc không phải người Sài Gòn) tổng tấn công đến nỗi phải đổi số điện thoại. Ngược lại có



một cô bé hoa khôi trả lời phỏng vấn rằng cô chỉ thích lấy chồng Hà Nội vì cô sinh ra ở Hà Nội và cảm thấy con trai Hà Nội “ga lăng, lịch thiệp, và phần lớn là sống có trách nhiệm với gia đình” đã ngay lập tức bị hàng loạt comment đổ bộ vào bình luận rằng cô “vô vị, tầm thường, thiếu sâu sắc, chanh, nhạt nhẽo... vân vân và vân vân”. Hai trường hợp này thì bị “vi phạm” yếu tố vùng miền trong... luật phát ngôn PR. Các bạn nói như thế thì cư dân của 62 tỉnh thành còn lại “chạnh lòng” là đúng rồi.

Nói đến cái việc miêu tả bóng hình người trong mộng thì cũng là đến khổ. Các nhà báo phỏng vấn nhân vật thường rất ưa hỏi “Người lý tưởng của anh/chị là thế nào?”. Đứng trên phương diện công chúng thì tôi khuyên quý vị rất nên thận trọng trước câu hỏi này. Cựu hoa hậu Nguyễn Thu Thủy trả lời rằng “Tôi rất thích hình ảnh anh hùng ra phiêu lưu Lệnh Hồ Xung, đánh Đông dẹp Bắc chán chê, cuối cùng chỉ để về vẽ lông mày cho người con gái mình yêu” rồi cũng bị hắt một bài báo phê bình. Người đẹp Ngọc Trinh gây cơn sốt “Không có tiền thì cạp đất mà ăn” cùng những danh hiệu “óc ngẩn, não phẳng, nữ hoàng óc bã đậu” vì trả lời câu hỏi “tiêu chuẩn lựa chọn đàn ông” rằng “Cái gì cũng có hai mặt: Tình yêu và tiền, yêu mà không có tiền thì cạp đất mà ăn à?”. Thậm chí thông minh như nhà văn Trang Hạ, trả lời “Tôi thích một người đàn ông, thấy cướp chạy qua thì phải đuổi bắt, không né tránh” cũng bị comment rằng nhà văn “Thiếu tinh thần nhân văn, nhân đạo vì vô tình xúi con người ta (những người đàn ông) đi vào... chỗ chết.” Những câu trả lời kiểu này rõ ràng là gây khó chịu cho nhiều đấng mày râu kiểu “Thế chúng tôi không biết kẻ lông mày, không biết bắt cướp, không có tiền thì... chỉ được cạp đất mà ăn à?”.

Trong PR, chúng ta tuyệt đối không được nói dối, nhưng không nhất thiết lúc nào cũng phải nói sự thật. Không phải điều gì chúng ta cũng nên phơi bày ra trước công chúng. Thực ra tất cả những phát ngôn gây sốc thậm chí được coi là “hiện tượng báo chí” trong suốt một năm sẽ không có vấn đề gì nếu như chúng chỉ được bình luận bên bàn ăn tối tại gia.

Từ hồi sinh ra các trang mạng xã hội, ngôn luận bắt đầu trở nên khủng khiếp hơn bao giờ hết. Facebook và các trang mạng xã hội khác dường như ngày càng cuốn các blogger vào cơn nghiện “nói thật”. Ngay cả những người nổi tiếng trên đầu có hai thứ tóc, có tri thức, có văn hóa cao, ngoài đời thực đạo mạo và biết tiết chế nhưng lên blog lại thường đưa ra những blast kinh hoàng. Cho đến một ngày tôi thấy một nữ doanh nhân mà tôi vẫn kính nể bắt đầu trở nên thiếu kìm chế trên mạng xã hội bằng những lời “nói thật” và những tấm ảnh không giống ai thì tôi bắt đầu tự... dẹp blog. Tôi sợ nhờ đâu mình cũng có lúc đâm sinh ra tật... thiếu kìm chế trong phát ngôn như thế thì thành tai họa. Mạng xã hội là một con dao hai lưỡi. Khi đứng trước một vạ người đồng kín một quảng trường, tôi tin rằng các bạn sẽ phát ngôn cực kỳ cẩn trọng. Nhưng khi ngồi trước màn hình chữ nhật vô tri, xung quanh toàn những người cũng Ha ha He he Hi hi giống mình, lại không được coi là một kênh phát ngôn chính thống, các blogger thường quên đi số lượng người “vô hình” đang cập nhật vào trang để xem những gì mình nói (số lượng của nhiều trang mạng đồng khách cũng tấp nập khác gì một quảng trường). Nhiều blogger là người của công chúng đã tự biến mình thành lối bịch chỉ qua một vài câu vô thưởng vô phạt trên nhật ký điện tử cá nhân là như vậy.

Hơn nữa, có nhiều phát ngôn mà người này có thể được phép nói, song người kia thì không.

Ví thử có lần tôi đọc một bài trả lời phỏng vấn của nhà văn Vladimir Nabokov, tác giả “Lolita”, ông đã trả lời rằng: Gần đây, khi viết về Pale Fire trên mục điểm sách ở một tờ báo New York, một gã nhà quê vô danh tiểu tốt đã tưởng nhầm tất cả những tuyên bố mà nhân vật dẫn truyện tưởng tượng trong tác phẩm của tôi phát biểu chính là ý kiến của tôi. Tôi tin rằng Nabokov, một trong những tác gia hàng đầu của thế kỷ 20 mắng một nhà báo nào đó là “gã nhà quê vô danh tiểu tốt” thì không hề gì. Hoặc nhà văn Nguyễn Huy Thiệp nói rằng “Nhìn vào danh sách 1000 hội viên Hội Nhà văn Việt Nam người ta đều thấy đa số đều già nua không có khả năng sáng tạo và hầu hết đều... vô học, tự phát mà thành danh. Trong số này có tới hơn 80% là nhà thơ tức là những người chỉ dựa vào "cảm hứng" để tùy tiện viết ra những lời lẽ du dương phù phiếm vô nghĩa nhìn chung là lãng nhãng, trừ có dăm ba thi sĩ tài năng thực sự (số này đếm trên đầu ngón tay) là còn ghi được dấu ấn ở trong trí nhớ người đời còn toàn bộ có thể nói là vứt đi cả...” thì có thể làm người ta tức chết song âu cũng là thuận đường dư luận. Nhưng nếu một nhà văn vừa mới xuất bản được dăm ba cuốn sách không mấy tên tuổi mà mắng ai đó “nhà quê vô danh tiểu tốt” hoặc bảo 1000 hội viên Hội nhà văn hầu hết là vô học, ắt lại tự biến mình thành “hiện tượng báo chí lá cải” khủng khiếp suốt một năm.

Ai được nói, nói ở đâu đôi khi lại quan trọng nhiều hơn là nói cái gì.

## Chuẩn bị cho tuổi già cô đơn

Đôi khi chúng ta thấy nhiều người kêu ca rằng mình cô đơn. Thực ra cô đơn là một từ văn chương mỹ miều và sang trọng, dân dã hơn người ta hay than phiền về cái nỗi “buồn chán” đeo đẳng. Điều này thường gặp hơn ở những người đã đến tuổi hưu trí. Khi đến ngày cầm sổ hưu, họ sốc. Đến ngày cuối tuần, con cái không về thăm họ vì một việc bận bất thường nào đó, họ sốc. Và họ buồn hàng ngày. Họ trách con cháu vì thiếu quan tâm đến họ. Họ bảo chỉ có hai ông bà già thui thui đi ra đi vô trong một căn nhà vắng lặng. Tôi nghĩ nhiều về điều này. Tại sao những người già lại hay cô đơn? Khi đã về già và lúc còn trẻ có khác gì nhau? Họ bảo tôi không hiểu được đâu vì tôi còn trẻ, chừng nào tôi già như họ thì tôi mới thấy thấm.

Những người già cô đơn, khi còn trẻ, có lẽ họ cũng không có nhiều niềm đam mê trong cuộc sống. Họ vui khi trẻ, vì lúc đó họ có một công việc để làm nơi công sở và một cộng đồng người vây xung quanh để trò chuyện và giao tiếp. Suy cho cùng, đó là những người luôn cần có cộng đồng. Và thú vui duy nhất của họ là được trò chuyện, đối với phụ nữ thì dùng một từ lóng thô giản hơn là buôn dưa lê. Họ buôn dưa lê ở sở làm, quán cà phê, trên điện thoại, trên mạng, qua Facebook hoặc Yahoo Messenger. Đàn ông cũng buôn dưa lê, nhưng chủ yếu ở các quán nhậu, quán cà phê sáng hay quán cóc vỉa hè. Chẳng thế mà đâu có quốc gia nào bắt gặp những quán nhậu mà ở đó đàn ông nói chuyện âm ào như chợ vỡ từ sáng muộn cho tới chập chieu, từ chieu muộn cho tới tối đêm. Ngoài thú vui trò chuyện ra, những người già cô đơn khi còn trẻ không có mấy mối bận tâm nào khác. Họ không thích đi du lịch, khám phá mạo hiểm, đọc sách hoặc viết lách, nghe nhạc hoặc chơi vài loại nhạc cụ nào đó, thăm phòng tranh hoặc vẽ tranh, xem các trò thể thao hoặc chơi thể thao, chơi cờ, khiêu vũ, xem phim, trồng trọt, nuôi thú cảnh, làm đồ thủ công, may vá thêu thùa, sưu tập... Đặt câu hỏi trắc nghiệm cho những người già cô đơn, không một hạng mục nào vừa kể trên nằm trong sở thích của họ, chứ đừng nói là đam mê. Họ cũng không biết làm công việc phụ gì khác ngoài cái nghề nghiệp mà kể từ khi nghiệp đoàn ký quyết định về hưu thì đã chấm dứt vĩnh viễn. Cuối cùng, một số người già thì thoảng đi chùa giải khuây, mặc dù đi lễ chùa hoàn toàn không được xếp vào danh mục giải trí.

Cha mẹ tôi năm nay cũng tròn 70. Và tôi chưa bao giờ thấy họ phàn nàn về nỗi cô đơn. Không phải họ “ngậm đắng nuốt cay”, mà có lẽ vì chẳng mấy khi họ có thời gian để mà cô đơn. Cha tôi là nhiếp ảnh gia kiêm nhà báo. Hễ cứ gọi điện cho ông lần nào là đều thấy giọng ông vui vẻ và náo nức “Ừ, bố đang ở Hà Giang (hoặc Cà Mau hoặc Đà Nẵng hoặc Tây Nguyên...). Bố chụp được nhiều ảnh đẹp lắm con ạ. Khi nào về bố sẽ cho con xem. Bố đang đi cùng các bác...”. Đôi khi ông tự gọi điện cho tôi vào lúc tối muộn, từ một vùng núi nào đó rất xa Hà Nội hoặc từ một công gallery ảnh ở Sài Gòn, chỉ để chia sẻ những câu chuyện và cảm xúc tức thời ở cái nơi đang rất vui vẻ ấy, bằng một giọng vội vã rồi nhanh chóng cúp máy để... vui tiếp. Lát sau tôi mới chợt nhớ ra ông đã ở tuổi thất thập cổ lai hy, cái tuổi mà con cháu có thể tổ chức lễ mừng thọ cho ông được rồi. Mẹ tôi cũng vậy, mỗi bận lên thăm cháu ngoại thường mang theo một túi sách báo, đưa cho tôi những cuốn hay mà bà vừa tìm đọc và tâm đắc, rồi phấn khởi kể về chuyện tuần trước tham gia văn nghệ ở một câu lạc bộ nào đó. Mỗi lần như vậy, tôi lại nhẹ lòng. Bởi lúc nào tôi cũng canh cánh lo cái nỗi cha mẹ tôi cô đơn

vò võ khi cả hai con gái đều đã đi lấy chồng. Cha mẹ tôi, tôi và con gái tôi là ba thế hệ với ba cách sống, cách nghĩ khác nhau, bên cạnh sự gắn bó bằng tình thương ruột thịt và sự chia sẻ niềm vui nỗi buồn thì đâu sao mỗi người vẫn là một thế giới riêng, vẫn không thể là một người bạn theo đúng nghĩa. Nếu những “thế giới riêng” không có niềm đam mê và niềm vui riêng của chính mình thì lâu dài sẽ dẫn đến sự phụ thuộc về niềm vui sống. Điều này là rất nguy hiểm.

Tôi đã nhiều bận đối thoại với những người đang suy sụp vì lý do tình ái. Họ luôn lặp đi lặp lại rằng cần phải làm gì bây giờ để quên đi nỗi đau này. Tôi cảm thấy khó khăn khi không giúp được gì cho họ, dù chỉ là một lời khuyên hợp lý. Không phải tôi là kẻ luôn gặp may mắn và chưa bao giờ đối mặt với nỗi khổ tâm nào. Chỉ là vì tôi dễ dàng cân bằng và tự chủ, vì lúc nào tôi cũng có nhiều công việc đa dạng để làm, tôi có chừng hai chục sở thích luôn được duy trì, luôn tham gia một vài lớp học nào đó. Và cho dù tôi có khá nhiều bạn bè, nhưng đứng trước mỗi cú sốc trong cuộc đời, tôi đều có thể tự khóa lấp bằng những mối quan tâm khác của mình mà thậm chí chưa cần huy động đến sự chia sẻ của những người bạn.

Hãy thử xem, nếu bạn không có bất cứ sự quan tâm nào khác trong cuộc sống ngoài thú vui trò chuyện cùng một người hay một nhóm người nào đó (gia đình, người yêu, đồng nghiệp, bạn bè, hàng xóm) thì khi những người đó biến mất (điều gì để ta khẳng định rằng tất cả những người ta yêu quý sẽ ở bên cạnh ta vĩnh viễn hoặc yêu quý ta, trung thành với ta vĩnh viễn), bạn sẽ như thế nào? Bạn sẽ cảm thấy tuyệt vọng như thế đã mất tất cả vậy. Và bạn cảm thấy tương lai là một bức màn tối đen. Hay chí ít, nếu chỉ vắng mặt những người xung quanh trong một thời gian ngắn, bạn sẽ rơi vào cảm giác buồn chán và vô vị.

Trong giáo trình tiếng Anh tôi đang dạy cho học trò có tên là “Market leader”, có một đề tài thảo luận khá thú vị: You should plan your retirement from an early age. (Bạn nên lập kế hoạch khi về hưu ngay từ lúc tuổi đời còn rất trẻ). Học trò của tôi phì cười trước đề tài này. Không ai muốn lập kế hoạch cho tuổi hưu trí của mình khi mới mười tám đôi mươi. Vậy mà tôi đã mừng tượng đến tuổi già của mình từ lâu lắm. Tôi vẫn nói đùa với bạn bè rằng: Khi nào đã sang ngưỡng cửa bên kia của cuộc đời, tôi sẽ mua một ngôi nhà ở một nơi (mà tôi cho rằng đẹp nhất hành tinh) để sống, một mình. Vốn đã quen với những quan điểm và lối suy nghĩ đi quá ngưỡng bình thường của tôi, những người kia vẫn không quên kinh ngạc: Tại sao thế?

Tại vì khi ấy không nhiều người còn cần đến tôi nữa. Tôi ít khi thấy những cặp vợ chồng già vẫn còn ríu rít âu yếm và trò chuyện bất tận như một đôi uyên ương, hiếm khi thấy con cái trưởng thành lúc nào cũng thèm gặp, thèm được trò chuyện với cha mẹ và lúc nào cũng nhớ mẹ như khi chúng còn thơ ấu. Lúc ấy con tôi đã có gia đình riêng hạnh phúc của nó và những mối quan tâm mà tôi chỉ là một vị trí rất nhỏ. Bạn bè tôi có lẽ cũng bận rộn với việc đi lễ chùa, tập dưỡng sinh, lo chữa bệnh tiểu đường, mỡ máu, gút và huyết áp cao, không mấy ai còn thiết ngồi quán cà phê mà trò chuyện. Khi về già, có lẽ sức sáng tạo cũng đã cạn dần. Khi ấy độc giả sẽ không còn cần đến những tác phẩm trung bình của một tác giả già nua. Và có lẽ đến tận 99 tuổi, tôi vẫn là tôi, vẫn là một cá thể không thể tồn tại ở nơi nào mình ít được cần đến. Lúc đó... tôi mơ màng đến một căn biệt thự xinh xắn ở một đô thị cổ xưa tĩnh lặng, với chiếc ghế băng trên hàng hiên thuận tiện cho việc nằm đọc sách, những sở thích mà khi còn trẻ như bây giờ, tôi luôn không đủ thời gian để thực hiện. Và tôi sẽ không cô đơn khi mà còn quá

nhiều niềm vui sống khác.

Tất nhiên đó là một câu chuyện tưởng tượng của một người sống bằng nghề tưởng tượng. Điều tôi muốn nói chỉ là: Nếu bạn có một đời sống tinh thần phong phú và bận rộn, bạn sẽ rất hiếm khi cảm thấy cô đơn và buồn chán. Trái lại, cuộc sống của bạn sẽ kéo dài như một ngày hội bất tận cho đến khi bạn bước vào tuổi hưu. Hồi đi Lệ Giang (Trung Quốc), tôi gặp một ông thiếu tướng cũng là thành viên của đoàn du lịch. Ông thiếu tướng đã 88 tuổi, trước làm trong Ban cơ yếu của quân đội. Thoạt đầu tôi không đoán nổi tuổi thật của vị khách du lịch cao niên ấy với vóc dáng nhanh nhẹn và những bước đi thanh thoi bằng giày Adidas. Tay này máy ảnh, tay kia máy camera, ông quay phim cho cả đoàn (khi về Hà Nội còn tự làm đĩa CD tặng mỗi người một chiếc). Lúc ngồi ăn trưa, ông bảo lý do ông biết gần thành Đại Lý có một đường hầm mới xây là vì trước khi đi, ông đã lên mạng xem qua ảnh vệ tinh, xem hết từng tuyến đường từ Côn Minh đi Đại Lý rồi Lệ Giang: “Thấy có một đoạn bịt kín, tôi đoán đây là cái đường hầm”. Tôi kinh ngạc hỏi “Chắc bác xem trên Google Map”. Ông bảo không, ông xem trên trang... Ông nói một tràng tiếng Pháp là tên của website chụp ảnh vệ tinh có vẻ còn oách hơn cả Google Map. Ông cụ gần cửu thập rành công nghệ thông tin hơn thế hệ 9X. Rồi thi thoảng lúc rảnh rồi hiếm hoi lại thấy ông loay hoay tìm cách bắt tín hiệu đài Trung Quốc. Ông lắng nghe và phiên dịch lại những lời của phát thanh viên Trung Quốc đang bình luận về Việt Nam. Ông đi du lịch Lệ Giang, một tuyến du lịch vất vả chủ yếu hấp dẫn dân phượt và những cặp uyên ương, bằng một sức sống đáng nể và niềm đam mê khám phá như còn đương tuổi tráng niên. Có thể đối với ông tướng về hưu này, thế giới vẫn còn đồng nghĩa với từ “rộng lớn” và “bí ẩn”. Làm sao có cơ hội để ông cô đơn. Vậy mà vẫn có những người cô đơn và buồn chán, ngay từ khi còn rất trẻ, trong cái thế giới tự khoanh vùng cho thành bé tí xíu của họ.

## Học nhiều không tạo nên hạnh phúc

Con gái tôi học lớp 4. Thú thực là từ lúc con vào lớp 1 cho đến giờ phút này, tôi chưa bao giờ giờ sách vở của con gái ra xem con học thế nào. Muốn biết kết quả Anh ngữ của con, tôi chỉ cần kéo con đến các sự kiện có người nước ngoài, thấy con đối đáp êm xuôi bằng tiếng Anh, thế là yên tâm. Muốn biết con học toán ra sao, tôi thường để con tự tính tiền, thấy con tính không nhầm, thế là ổn. Muốn biết khả năng tập làm văn của con, tôi xem lướt bức thư con viết cho mẹ nuôi trong Sài Gòn, thấy khúc triết, lớp lang rõ ràng, không sai chính tả, chưa kể “gợi ý” vài món quà Giáng sinh bằng lời lẽ khéo léo sau vài “trường đoạn” dẫn dắt vấn đề đến ý chính cần nói. Lớp 4 cũng chỉ cần có thế, đó chính là kết quả của việc học. Điểm số hoàn toàn không phải là “bằng chứng” duy nhất. Tôi cũng chưa bao giờ có hứng thú nhắc con cái mệnh lệnh tẻ ngắt “Học bài đi con”. Phần nhiều tôi bảo “Thôi ngày nghỉ, để nghỉ ngơi, cất sách đi con”.

Hồi con gái 5 tuổi, tự dưng một ngày thấy con lảm nhảm đánh vần các biển bảng ngoài đường, giật mình bảo “Con biết chữ hồi nào vậy?”. Sau điều tra biết cô bé bảo mẫu hồi ấy cũng chỉ mới học hết lớp năm thôi con gái tôi ra dạy chữ. Mới nghĩ ngày xưa bình dân học vụ, người lớp ba dạy cho người chưa biết chữ rồi cũng thành biết đọc. Con gái học với một cô bé hơn mình vài tuổi ắt có hứng thú hơn, dễ vào hơn những bài học tẻ ngắt theo chương trình của Bộ giáo dục do một cô giáo có tuổi dạy.

Bản thân tôi từ ngày tiểu học cho đến bây giờ (thi thoảng vẫn cứ phải đi học) luôn nghĩ việc học là nhẹ nhàng. Nó chả có gì to tát cả, chỉ là niềm ham mê, hứng thú khám phá kiến thức. Cũng giống như khi bạn xem một bộ phim để tò mò muốn biết cái kết hoặc khi học một điệu nhảy quyến rũ vậy. Tôi cho rằng chỉ cần truyền niềm đam mê khám phá kiến thức cho con là đủ. Tuy nhiên, giờ nhiều bậc phụ huynh vô hình trung tạo nỗi ám ảnh về việc học cho con cái, khiến chúng cảm thấy nhiệm vụ nặng nề như tiền vệ phải đá cú phạt đền 11 mét và nhọc nhằn như thể vác trâu đi cày. Tôi luôn thắc mắc với các bạn bè cũng đã là phụ huynh rằng tại sao họ lại phải cho con đi luyện thi viết chữ để chữ đẹp như in biểu mẫu, họ có ý định cho con sau này làm giáo viên tiểu học ư? Họ bắt con làm bài tập hai tiếng đồng hồ ở nhà làm gì trong khi con đi học từ sáng đến 5 giờ chiều mới được về nhà. Tắm gội, vệ sinh cá nhân và ăn tối hết một tiếng. 9 giờ con phải lên giường đi ngủ để 6 giờ sáng hôm sau dậy sớm đi học, tiếp tục một vòng quay ở trường. Bắt con làm bài tập ở nhà để giết sạch thời gian hiếm hoi buổi tối nữa ư? Thời gian nào mà con trò chuyện với cha mẹ, thời gian nào con được xem ti vi, đọc sách, giải trí, viết nhật ký, chơi với bạn hàng xóm? Mà ở những trường quốc tế, người ta chỉ cho phép trẻ lớp 1 học bài ở nhà 1 tuần/lần, mỗi lần...15 phút. Lớp 2 thì được phép tăng lên 2 lần/tuần, mỗi lần 20 phút. Rồi cứ thế tăng lên dần theo tuổi. Vì các chuyên gia giáo dục trẻ em đã nghiên cứu, thực nghiệm và kết luận rằng trẻ em ở tuổi đó chỉ có thể tập trung trí óc được ngần ấy thời gian, quá tí nữa thì thành quá tải. Lần đầu tiên đi họp phụ huynh, tôi là người duy nhất đề nghị cô giáo không nên giao bài tập về nhà. Cô giáo tiếp thu ý kiến và không giao bài tập cho các con nữa. Cũng lại một lần, cô giáo gặp riêng tôi và đưa cho xem bài thi chính tả rất bản của con gái tôi. Cô bảo học lực của con rất tốt, nhưng nhìn bài thi của con thì cô muốn khóc. Cô không muốn chỉ vì bài thi này mà ảnh hưởng đến thành tích rất tốt

trong cả năm học của con. Mãi sau tôi mới hiểu ý cô muốn tôi mang bài này về nhà để con... làm lại, mai nộp cho cô. Nếu con điểm kém thì cô chẳng muốn chút nào, sẽ ảnh hưởng đến thành tích của lớp. Tôi bảo ấy chết, ai lại làm thế, là vì hôm đó con bị ốm nên mới run tay viết nguệch ngoạc làm vậy, chứ một bài chính tả tẩy xóa mà bị điểm kém không hề ảnh hưởng gì đến sự tiến bộ của con. Xin cô điểm thế nào cứ để nguyên thế ấy, gia đình hoàn toàn không cần điểm số cao. Nếu mang về làm lại, con sẽ nhầm tưởng rằng mọi thứ trên đời đều có thể làm lại một cách dễ dàng. Mặc dù tôi kiên quyết từ chối, cô giáo vẫn kiên trì nhờ tôi mang bài về cho con làm lại. Cả nể quá tôi đành mang về, và không cho phép ai viết hộ con cả, tôi để con tự tay chép lại. Việc xong rồi vẫn thấy buồn. Một trường đào tạo theo mô hình quốc tế nhưng giáo viên được đào tạo từ môi trường giáo dục Việt thì vẫn không thể nào cai được niềm đam mê thành tích.

Giờ tôi không dám nói chuyện nhiều về giáo dục, vì cứ hễ nhắc đến chuyện học của con cái thì y rằng tất cả các bậc phụ huynh tường thuật rằng con họ học mấy tiếng một ngày, học thêm những đâu, luyện thi nơi nào... Cứ nghe mãi nhưng chuyện ấy, lâu dần một người luôn giữ chính kiến như tôi khéo thế nào cũng bị lung lay. Như thể bạn nghe quá nhiều một lời nói dối rồi thế nào cũng có ngày bạn tin rằng đó là sự thật. Có bạn tranh luận với phó hiệu trưởng một trường đại học danh tiếng, cũng đào tạo theo mô hình quốc tế, tôi phê phán việc anh bắt đưa con gái lớp 5 học quá nhiều. Anh bảo thời chúng mình khác, thời buổi bây giờ không học làm sao được em, con nhà người ta cũng học như thế, con mình không học cạnh tranh sao được. Nhiều 'cao nhân' khác trong ngành giáo dục, những người lẽ ra rất hiểu về giáo dục, cũng đều đốc thúc con cái học như thế bù trừ cho cha mẹ, tổ tiên xưa kia không được học.

Nhiều lúc tôi rất muốn hỏi những bậc phụ huynh ham (con) học một câu mà quý Alavaka đã hỏi Đức Phật: Vật sở hữu quý nhất của con người là gì? Câu trả lời của Đức Phật là "Niềm vui". Suy cho cùng, con người ta sống trên đời, nếu không có niềm vui, không có hạnh phúc thì ấy chính là đang sống trong địa ngục, cho dù chưa chết. Câu hỏi sau thì là của tôi, không phải của quý Alavaka: Vậy điều gì tạo nên hạnh phúc? Hoặc thế nào là một con người hạnh phúc?

Theo khảo sát mới nhất năm 2012 của Đơn vị Tình báo Kinh tế (EIU) thì thành phố Melbourne của Australia là đô thị đáng sống nhất, đứng trên 140 thành phố khác trên thế giới. Để kết luận một thành phố như thế nào là đáng sống, người ta phải khảo sát trên nhiều tiêu chí, trong đó có mật độ dân cư, cơ sở hạ tầng, thu nhập bình quân đầu người, y tế, giáo dục, văn hóa, an ninh... Để kết luận một người hạnh phúc hay không cũng vậy, lẽ tất nhiên anh ta phải hội tụ nhiều yếu tố: có sức khỏe, có tri thức, có thu nhập tốt, vị trí xã hội thành đạt, có bạn bè tin cậy, được nhiều người tôn trọng, có tình yêu, gia đình yên ấm, có thời gian để hưởng thụ những sở thích và niềm đam mê của mình, có đủ bản lĩnh để ứng xử và vượt qua mọi tai ương không thể tránh trong cuộc sống... Chẳng ai hạnh phúc nổi khi cứ không hài lòng với ngoại hình và sức khỏe của mình, lúc nào cũng túng thiếu và bận rộn bù đầu, đương nhiên càng không thể hạnh phúc khi sống thiếu tình yêu, hoặc thiếu sự tôn trọng, yêu quý của những người xung quanh.

Vậy chỉ riêng việc học tối ngày có mang lại tất cả những điều ấy hay không? Một sinh viên

chỉ cần tốt nghiệp thủ khoa có đạt được tất cả không? Đây là kiểu câu hỏi đã có câu trả lời. Việc ép con học quá nhiều đã giúp các bậc phụ huynh tạo ra những thế hệ gà công nghiệp, ốm yếu, thiếu tư duy thẩm mỹ (vì học nhiều như vậy lấy đâu ra thời gian để tập thể thao và đọc sách, xem phim, nghe nhạc, cắm hoa, may vá...: những hoạt động có thể gia tăng tư duy thẩm mỹ của con người) và kém về kỹ năng sống. Tất cả những điều đó góp phần hoàn hảo để nhào nặn một con người thất bại và bất hạnh. Kiến thức chỉ góp phần tạo nên con người thành đạt chứ không làm nên con người thành đạt. Chưa kể người thành đạt trong công việc hay giàu có cũng chưa chắc đã là người hạnh phúc. Hỡi những người đã trưởng thành, quý vị hãy tự vấn xem mình có hạnh phúc thực sự hay không, có hài lòng với cuộc sống không và những giá trị sống của mình, quỹ thời gian sống của mình có được sử dụng đúng mức hay không thì sẽ có ngay câu trả lời với những bài tập về nhà của các con mình.

Có lẽ chưa hiểu vậy, mà tôi thường bị những người xung quanh phản đối về cách dạy con, khi thấy tôi luôn chỉ lo lắng sao cho con có thật nhiều bạn bè, luôn đưa con đi du lịch và quan tâm đến việc học múa bụng của con hơn là các lớp luyện viết chữ đẹp. Có lẽ tôi đã tạm có đôi chút trải nghiệm để hiểu từ những giá trị gốc nào sẽ dẫn con người đến với hạnh phúc. Và tôi chỉ muốn cho con gái mình sau này hạnh phúc, vậy là đủ.



## Chà, tài quá

Sáng hôm rày tôi rơi vào một tình huống hết sức ngỡ ngàng. Tôi đưa chiếc hai bánh của mình đi ăn xăng. Sau khi trả tiền xong xuôi, chuẩn bị vặn nắp xăng để đi tiếp thì mới giật mình nhận ra rằng tôi “để tạm” cả chìa khóa và nắp xăng trong cốp xe và quên tay... ấn cốp xuống. Thôi thì đành váy ngắn, giày cao gót lẻo đẹo dắt bộ chiếc xe có bình xăng chưa đầy nắp về nhà giữa lúc trời nóng 37 độ. Lúc ấy tôi có hẹn với nhà thơ Phan Thị Thanh Nhàn, 10 phút nữa là sẽ có mặt ở nhà bà. Tôi hẹn bà nhiều lần song bạn nào cũng đến muộn, giờ không những đến muộn mà còn có nguy cơ... mất tích vì xe không thể đi, điện thoại để cả trong cốp xe nên không có số mà liên lạc. Chắc bà giận tôi cả năm không hết. Giờ tôi mới nhận thức trọn vẹn tình trạng bị kịch là cả chìa khóa nhà, tiền bạc tư trang, mọi đường dây liên lạc đều ở cả trong... cốp xe.

10 phút sau thì cậu thợ khóa ung dung đạp xe đi đến sau khi đã mặc cả 100K qua điện thoại cho việc mở cốp xe và nhân tiện đánh thêm một chìa. Cậu ta nhoay nhoáy mở nắp yếm trước bằng tuốc nơ vít, thò chiếc que sắt hành nghề vào một bộ phận nào đó dưới nắp yếm. Tôi nghe một tiếng cạch oai hùng và quen thuộc của nắp cốp những lúc tra chìa vào khóa. Tiếp theo, cậu đưa chìa mẫu vào máy đo đạc, cắt, dũa và trao cho tôi chìa mới. Tất cả chỉ trong vòng 7 phút.

- Chà, tài quá. – Tôi nhìn cậu cảnh giác như thể cậu ta sẽ chuẩn bị mở toàn bộ kết sắt trên đời chỉ trong nháy mắt.

Cậu ta tùm tùm thỏa mãn trước lời khen của tôi, nhận một trăm ngàn đồng cho 7 phút làm việc, mà cho dù tất cả thợ khóa ở thành phố này cùng thỏa thuận rằng phải đòi tôi gấp 10 lần thế cho một tiếng “cạch” ở cốp xe thì tôi hay bất kỳ quý vị nào rơi vào tình trạng tương tự chắc cũng đành phải chấp thuận. Chúng ta luôn phải chi trả giá cao cho những gì mà chúng ta cần đến mức không có phương án thay thế. Trong trường hợp này thì một ông giáo sư hay một nghệ sĩ danh tiếng không thể thay thế cho một cậu thợ khóa được và trong khoảnh khắc phơi mặt dưới trời nắng mà dắt bộ chiếc xe, tôi chợt cảm thấy tất cả năng lực và trí tuệ của mình đều trở nên vô nghĩa.

Trong danh bạ của tôi luôn có sẵn số của các cậu thợ quen: thợ sửa máy tính, sửa ống nước, sửa điện, sửa đồ mộc, sửa đủ thứ sửa. Đang chực email của đối tác từ bên Singapore cho một hợp đồng quan trọng mà đột ngột máy tính tôi đen như mực một cách hết sức bí hiểm, tôi nhắc máy “Ôi em trai yêu quý, máy tính của chị...” – “Em hiểu rồi. Chiều tối em qua” – “Không, em phải đến ngay”, tôi gào lên qua điện thoại như sợ cậu ta sẽ cúp máy rồi hạ giọng năn nỉ “Đến luôn giúp chị, chị cần có máy...”. “Em trai yêu quý” đến. Chỉ chực phút sau lại nghe thấy tiếng ro ro quen thuộc của cục CPU.

- Chà, cậu tài quá.

Trời đương nóng 37 độ mà quạt điện, điều hòa, đèn đóm bỗng ngưng thân ái tạm dừng. Cả khu chung cư náo loạn, điên cuồng (tôi dùng từ “điên cuồng” là rất chính xác) đi tìm ông thợ điện, để rồi chỉ chực phút sau lại “Chà, tài quá” trong hơi điều hòa mát lịm.

Tôi luôn ngưỡng mộ những người có nghề, bất kể là nghề gì, nếu họ đạt đến một mức độ chuyên nghiệp. Mọi nghề nghiệp đều cao quý. Họ cao quý bởi chúng ta cần họ và chúng ta không thể làm được những điều mà họ đang làm, cho dù sự cần thiết đôi khi có khác nhau về bản chất.

Để nói tiếp về sự cần thiết của tính chuyên nghiệp thì sự tự tin của tôi, sự tự tin khi thoải mái một mình đi khắp châu Âu, đã hoàn toàn mất đi một cách thảm hại mỗi lần tôi sang Trung Quốc. Thậm chí khi muốn gọi thêm đồ uống hay muốn đi toilet tôi đều phải nhờ cậy đến cậu bạn đang học thạc sỹ ở bên ấy. Hồi ở nhà thi thoảng tôi vẫn hay bắt nạt cậu, giờ sang đây mất hết nhuệ khí, đi đâu đều phải bám theo sợ bị lạc. Tiếng Trung Quốc, một chữ bẻ đôi không biết và không vui lắm là đa phần người Trung Quốc một chữ bẻ đôi tiếng Anh cũng không biết. Nói “toilet” hay “Coca Cola” họ cũng không nghe ra. Lúc này tôi mới hiểu vì sao mỗi lần ra nước ngoài làm chân phiên dịch cho các đoàn, những quan chức cao cấp, những doanh nhân thành đạt, những nghệ sĩ danh tiếng ở nhà oai vệ là thế giờ đi đâu đều phải bám chặt lấy tôi như trẻ con sợ bị lạc. Nếu bạn rơi vào tình thế mà không ai hiểu bạn muốn nói gì và ngược lại thì bạn sẽ cảm thấy bị kích một cách trọn vẹn ngay thôi mà. Lúc ấy, chỉ cần có người hiểu bạn đang cần một cái toilet và phiên dịch giúp bạn cho cô phục vụ bàn trong quán ăn, ắt bạn phải biết ơn anh ta lắm lắm. Rồi khi đã yên vị ở “nơi cần đến”, thế nào bạn cũng phải thốt lên “Chà, cậu tài quá”.

Nhiều doanh nhân phàn nàn rằng giới trẻ nói riêng và người Việt Nam nói chung chỉ thích làm thầy, làm ông chủ chứ không thích làm thợ. Vừa đến làm thuê chân ướt chân ráo dăm bữa nửa tháng đã học lóm vài kinh nghiệm rồi tách ra... mở công ty riêng, tự mình làm ông chủ và in các vi dít chữ “giám đốc”. Ở các trường đại học và cao đẳng, nơi mọi gia đình đều cố gắng cho con vào bằng mọi giá, sinh viên được học những nghề không rõ là nghề gì, vì khi ra trường, không nhiều cử nhân có khả năng làm việc theo đúng nghề mà mình đã được dạy, mặc dù có thể họ luôn tự hào rằng mình là những luật sư tương lai, nhà báo tương lai, thông dịch viên tương lai, nhà quản lý doanh nghiệp tương lai. Những người vẫn đang làm việc nhưng lại vô cùng thiếu tính chuyên nghiệp, thật không vui, cũng không phải là ít. Tuy nhiên người Việt chúng ta lại có đặc thù hay kỳ thị các nghề nghiệp. Có lần trả lời phỏng vấn trên báo chí, tôi rất tự hào khi nói rằng em gái tôi là một vũ sư Salsa. Cha tôi đọc được và khiển trách tôi rằng tôi nên nói em gái làm một nghề khác, hoặc trả lời là sinh viên cũng được, vì ông cho rằng vinh dự gì đâu dăm ba cái trò nhảy nhót.

Hôm 1.6 vừa rồi, tôi đưa con gái đi xem màn trình diễn bong bóng của nghệ sĩ Fan Yang. Fan Yang (1962) sinh ra trong một gia đình nông dân, mẹ người Việt, bố người Hungary. Anh kể lại rằng hồi nhỏ gia đình anh luôn phải làm việc cật lực mới mong đủ ăn. Và rồi Fan Yang được mệnh danh là “The world greatest artist” (Người nghệ sĩ vĩ đại nhất thế giới) chỉ nhờ trò thổi bong bóng xà phòng của trẻ con. Hiện giờ Yang nắm trong tay một tập đoàn giải trí tầm cỡ quốc tế cùng 17 kỷ lục Guinness, trong đó có kỷ lục nhốt 151 người vào một quả bong bóng xà phòng khổng lồ. Hàng năm gia đình Yang vẫn đi vòng quanh thế giới biểu diễn. Đợt vừa rồi anh đến Hà Nội 3 ngày với 15 suất diễn, giá vé cao nhất là 500.000 đồng, song chợ đen vẫn bán hết veo. Suốt buổi diễn, Yang chỉ thổi các loại bong bóng xà phòng cho khán giả xem, vậy mà trẻ con người lớn cứ rồ cả lên đi vọt bong bóng, bụng không ngót ca ngợi “Chà,

tài quá”. Yang nói rằng “Khi ước mơ của bạn trở thành hiện thực, bạn sẽ là bậc thầy trong thế giới do bạn tạo ra”. Tôi cũng đồng tình với điều này. Bạn sẽ là cao quý khi bạn làm bất cứ nghề gì mà đều đạt đến sự chuyên nghiệp. Và nếu như bạn làm được những việc mà ngoài bạn ra, người khác không thể làm được hoặc họ làm được mà chỉ là kẻ đi sau, thì cho dù bạn mở được một ổ khóa tinh vi hay dời được một tòa lâu đài như “ông tổ thần đèn” Nguyễn Cẩm Lũy, dù bạn thổi bong bóng xà phòng hay xây dựng Kim tự tháp, bạn đều trở thành bậc thầy trong thế giới mà bạn tạo ra. Và cả thế giới này sẽ nhìn bạn một cách đầy ngưỡng mộ mà thốt lên rằng “Chà, tài quá”.

Iuri Kuminov

Sau nhiều lần cảm thấy vô cùng khốn khổ vì cứ phải chạy theo các họa sĩ năn nỉ họ vẽ tranh minh họa cho các truyện ngắn, tôi quyết định... tự vẽ. Tôi có một tập truyện kinh dị đang chuẩn bị phát hành, nên đầu tiên tôi khai cọ bằng việc minh họa cho truyện “Chiếc gương đồng”. Tôi không có nhiều màu vẽ, hơn nữa tranh minh họa dù sao cũng chỉ được in đen trắng, vì vậy tôi vẽ chỉ bằng một cây bút kim và một cây bút ảo thuật. Nghĩa là cây bút này được tôi mua tặng cho con gái hồi hai năm trước, nó là bút dạ có thể đổi màu theo ý muốn khi chỉ cần tô thêm một lượt màu ma thuật nữa. Sau khi hoàn thành bức tranh, tôi để nó trên bàn rồi không để ý gì đến nữa.

Cô em gái tôi về, nhìn thấy bức tranh, cười cười vẻ ngờ ngờ hỏi tranh gì thế này. Tôi đồng dạng “Của họa sĩ Iuri Kuminov người Kiev mới sang Việt Nam, vừa gặp để làm bài phỏng vấn cho báo và nhân tiện anh ta vẽ tặng một bức tranh. Có đẹp không?”. Cô nàng hơi lưỡng lự rồi bảo “Cũng được, nhưng chưa hiểu ý tưởng lắm.” (Nó nói thế thay vì bảo Chẳng hiểu họa sĩ vẽ gì). Cần phải nói thêm rằng tôi quen biết rất nhiều họa sĩ và thỉnh thoảng người ta lại thấy tôi vác một bức tranh về nhà, là quà tặng của họ. Em gái tôi vẽ khá, lần nào nhìn tranh mang về cũng phê bình, sau thấy tôi nói ra những cái tên rất oách của các họa sĩ thì nó hơi ngượng, không dám chê thêm điều gì nữa. Và lần này cũng vậy, đầy tinh thần cảnh giác, nó không dám phê bình tranh của Iuri Kuminov. Không còn nghi ngờ gì, Iuri Kuminov rõ ràng là một trong số những bạn bè nghệ sĩ danh tiếng mà tôi hay giao lưu qua lại. Người thứ hai mà tôi khoe tranh là ông họa sĩ ở cùng nhà, cùng phòng. Vừa nhìn thấy tranh, theo thói thường của “tinh thần đồng nghiệp”, bác ta đã la lên “Tranh gì thế? Sao chẳng giống em tí nào”. (Chả là trong tranh có một cô gái). – “Của Iuri Kuminov đây”, tôi đáp lại, vẻ như trên đời mà lại có người chẳng biết Iuri Kuminov là ai thì thật hết chỗ nói. “Biết rồi, nhưng trông thế nào ấy, khó nói lắm, không giống nhân vật”. Và lần lượt gặp ông cụ thân sinh của tôi, cô bạn học cũ hồi cấp ba, đều là họa sĩ, tôi lại trình trọng đặt bức tranh lên bàn “Của Iuri Kuminov”. Tất nhiên, tôi hiểu họ đang chuẩn bị định nói gì, nhưng nghe nhắc đến tên Iuri Kuminov, họ lại chuyển sang ý khác. Sau đó, vì cơ bản cũng là người trung thực, tôi đành tiết lộ nguồn gốc của bức tranh, để rồi thấy nuôi tiếc giá như mình cứ hưởng mãi vàng hào quang của Iuri.

- Thì cũng đã đoán thế rồi, nhìn thấy còn non tay nghề lắm.
- Nhiều nét vẽ còn chưa tinh.
- Bố cục rối, tham quá nhiều chi tiết, không giống như tranh minh họa.

Họ vừa buồn cười vừa tức, và thú thật rằng “Thấy nó xấu ngay từ đầu, nhưng cũng sợ là tác phẩm của họa sĩ danh tiếng thật nên không dám chê. Nhỡ ra...”

Còn nhớ câu chuyện cách đây chưa lâu, trong một lần tranh luận về bài thơ của tác giả Đ (1965), người đã cho tôi xem bài thơ ca ngợi rằng đây là bài thơ tình hay nhất thế gian, còn tôi bảo bài thơ hay ở mức độ vừa vừa, cảm xúc “giả giả thế nào ấy”. Tranh cãi một hồi lâu, lời qua ý lại rằng đôi bên đều chẳng có độ cảm thụ nghệ thuật chính xác, tôi tức chí sáng tác một bài thơ trong vòng 10 phút rồi gửi lại lên mạng “Đây mới là bài thơ tình hay nhất thế

gian”. Và cũng giống như việc bịa ra cái tên Iuri Kuminov chưa từng tồn tại trên đời, tôi để thêm “Bài thơ này của tác giả Nancy Brown. Anh có biết Nancy Brown không?” – “Ồ, nghe lạ nhỉ”. – “Ày, bà này suýt tí nữa đoạt giải thưởng của National Book Award. Bài thơ có hay không?” - “Cũng được, bài này cũng hay, hay nhất là câu này...”.

Sau vài lần như vậy thì tôi đâm ra khoái chí, tự dung nghĩ đến ý định sẽ đổi hết địa danh và tên nhân vật trong những câu chuyện đã sáng tác: Đỉnh Phanxipăng thành đỉnh Everest, hồ Tây thành hồ Lockness, sông Hồng thành sông Nile, vịnh Hạ Long thành vịnh Bodrum và sửa tên tác giả thành Akmet Abdula Mumtaz Mura Murat, chú thích tiểu sử rằng thì đây là nhà văn Thổ Nhĩ Kỳ đã đoạt giải danh dự của Viện hàn lâm Ankara sau một quá khứ đầy vinh quang và bi kịch với 5 năm tù đầy chính trị và 10 đầu sách bị thu hồi.

Nếu bạn chưa bao giờ tin rằng thương hiệu tác động đến tâm lý công chúng thì tôi năn nỉ bạn hãy thử tin tôi một lần mà nghĩ ngược lại. Tôi đã từng có nhiều kinh nghiệm về chuyện này rồi. Cách đây 14 năm, sau chuyến đi Sapa về, tôi mua được một chiếc khăn thổ cẩm của người Dao đỏ. Về nhà mới thấy quần khăn thổ cẩm quanh cổ chẳng được tích sự gì, tôi vác lên nhà may Cathy Nguyễn và đề nghị người ta biến nó thành một chiếc váy. Đáp lại yêu cầu của thượng đế, nhà thiết kế nhìn tôi bằng ánh mắt như thể muốn nói “Có mỗi mụn vải mà cũng đòi được ăn mặc sang trọng”. Cô ấy lịch sự nói rằng “Để làm theo ý của em, cần một mảnh vải gấp ba thế này mới đủ. Tại sao em không mua liền một lúc ba chiếc khăn có hơn không. Hay là xem quanh Hà Nội có tiệm nào bán đồ thổ cẩm mua thêm cho chị hai chiếc khăn nữa đúng hoa văn thế này.” Khéo mà ngày xưa vua Hùng thách cưới Sơn Tinh-Thủy Tinh cũng chỉ đưa ra yêu cầu bí đến thế là cùng. Tôi đành lủi thủi mang khăn ra về. Rồi cũng trong lúc tức anh ách, tôi hùng hục lôi máy khâu ra tự chế. Lần ấy tôi không cần phải đánh vật như thi với họa, vì cái việc may vá với tôi vốn là sự thường xuyên. Nhưng tôi vốn ầu, quá sốt ruột với việc biến khăn thành váy mà tôi không thêm thay chỉ dưới cho đồng màu. Thành thử ra chỉ trên màu tím, chỉ dưới vẫn y nguyên màu xanh như từ lần may áo màu thiên thanh trước. Hôm sau tôi xúng xính váy áo mới đi dự tiệc sinh nhật. Máy cô bạn tò mò hỏi “Váy ở đâu mà đẹp thế?”. Các cô ấy vốn là tín đồ sùng đạo của CK, Bossini và Tommy Hilfiger. Việc một chiếc áo được mua tại Trần Nhân Tông hay Thọ Nhuộm đã là điều báng bổ, nữa là một chiếc áo tự may lại còn dám vác đi dự tiệc. Tôi đành hạ giọng vẻ quan trọng “May ở nhà may Cathy Nguyễn. Đang vào hè, họ đông khách lắm, nhưng vì tớ là người quen nên họ mới nhận cho đây”.

- Đẹp nhỉ. Đẹp nhỉ. Thiết kế lạ đấy.

Chẳng ai màng để ý đến lớp viền cổ một lần chỉ tím, một lần chỉ xanh nữa.

Phải thành thực mà thú nhận rằng có lẽ vì mắc bệnh nghề nghiệp nên lúc bình thường tôi cũng rất hay có hứng thú tưởng tượng và bốc phét. Đối với tôi ngày nào cũng là lễ hội vui nhộn của Cá tháng tư. Nên bạn nào đến thăm nhà tôi hãy cảnh giác. Trong bữa tối, nếu tôi có mang ra món cá hồi Metro Thăng Long sốt kem nấm và nói rằng “Đây là cá hồi... xách tay chính gốc từ biển Baltic mang về, do đầu bếp Zhelyu Damianov người Bulgary của bếp ăn Hilton đảm nhiệm với váng sữa dê Balcan do chính tay anh chế biến. Và vì anh ấy là anh họ của em chồng của bà dì nuôi bạn tớ nên mới có nhã ý tặng tớ đĩa cá này. Và vì các cậu là bạn

thân nhất của tớ nên tớ lại đãi các cậu món quà tặng của anh ấy”, thì cũng chỉ là vì với mục đích để các bạn ăn ngon miệng hơn. Cho dù các bạn có phát hiện ra da cá bị cháy đen vàng mà thân cá vẫn còn tươi như đang bơi trong biển Baltic thì cũng vui vẻ mà nghĩ rằng “Chắc kiểu của... Bulgary nó thế.” Chứ chẳng may nói rằng cá hồi do tôi loay hoay tự nấu, biết đâu bạn lại nhét sẵn lọ Berberin vào xác tay và lừa tôi quay đi để lên uống ngừa dăm chục viên chẳng hạn.

**Mời các bạn ghé thăm [Đào Tiểu Vũ eBook](#) để tải thêm nhiều ebook hơn nữa.**