

Vẻ đẹp của cảnh sắc tâm thường

VỀ ĐẸP CỦA CẢNH SẮC TẮM THƯỜNG

Hay vì sao chúng ta cần thay đổi cách thưởng thức thiên nhiên?

Bản quyền © Đặng Hoàng Giang, 2024

Tác phẩm được xuất bản theo thỏa thuận độc quyền giữa Tác giả Đặng Hoàng Giang

và Công ty Cổ phần Sách Omega Việt Nam

Công ty Cổ phần Sách Omega Việt Nam xuất bản, bìa mềm, 2024

Công ty Cổ phần Sách Omega Việt Nam xuất bản, bìa cứng áo ôm, 2024

Thiết kế bìa: Trần Thu Ngân

Trình bày: Công ty Cổ phần Sách Omega Việt Nam

Công ty Cổ phần Sách Omega Việt Nam - thành viên của Alpha Publishing Group.

CÔNG TY CP SÁCH OMEGA VIỆT NAM (OMEGA PLUS) thành lập tháng 9/2016 với định hướng xuất bản tri thức nền tảng trong lĩnh vực Khoa học Nhân văn, Khoa học Tự nhiên, Chính trị - Xã hội, Triết học, Nghệ thuật... Đến nay, chúng tôi đã xuất bản gần 300 đầu sách thuộc 7 tủ sách, bao gồm: Kinh điển, Sử Việt, Khoa học, Nhân vật Vĩ đại, Nghệ thuật, Tủ sách Đời người và Tủ sách Y sinh. Thông qua việc xuất bản các ấn phẩm có giá trị, mang hàm lượng tri thức cao, qua các hoạt động nhằm đưa tri thức hữu ích đến cộng đồng; Omega Plus mong muốn đóng góp theo cách riêng vào sự phát triển đang ngày càng mạnh mẽ của xã hội.

Không phần nào thuộc sở hữu của Công ty Cổ phần Sách Omega Việt Nam và được chủ sở hữu nhượng quyền trong xuất bản phẩm này được phép sao chép, lưu trữ trong hệ thống truy xuất hoặc truyền đi dưới bất kỳ hình thức nào hoặc bằng bất kỳ phương tiện nào gồm điện tử, cơ khí, sao chụp, ghi âm hoặc mọi hình thức và phương tiện khác mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của Công ty Cổ phần Sách Omega Việt Nam. Chúng tôi luôn mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của quý vị độc giả để sách ngày càng hoàn thiện hơn.

Biên mục trên xuất bản phẩm của Thư viện Quốc gia Việt Nam

Đặng Hoàng Giang

Về đẹp của những cảnh sắc tắm thường : Hay vì sao chúng ta cần thay đổi cách thưởng thức thiên nhiên

/ Đặng Hoàng Giang. - H. : Nxb. Hội Nhà văn ; Công ty Sách Omega Việt Nam, 2024. - 400 tr. ; 21 cm

ISBN 978-604-493-304-7

1. Hiện tượng xã hội 2. Cuộc sống

303.4 - dc23

HVM0058p-CIP

Góp ý về sách, liên hệ về bản thảo và bản dịch: info@omegaplus.vn

Liên hệ ebooks, hợp tác xuất bản & truyền thông trên sách: hoptac@omegaplus.vn

Liên hệ dịch vụ bản quyền, xuất bản, ký gửi và phát hành: dichvu@omegaplus.vn

đặng hoàng giang

Vẻ đẹp của cảnh sắc tâm thường

**Hay vì sao chúng ta cần thay đổi
cách thưởng thức thiên nhiên?**

ĐỘI NGŨ TRIỂN KHAI OMEGA+

Phụ trách xuất bản: Trần Hoài Phương

Điều phối sản xuất và biên tập: Hương Nguyễn

Thiết kế bìa: Trần Thu Ngân

Trình bày: Vũ Lê Thu

Thư ký xuất bản: Giang Vũ

ĐƠN VỊ HỢP TÁC TRUYỀN THÔNG



<https://www.facebook.com/tramdocvn>

website: <http://tramdoc.vn/>

MỤC LỤC

DẠO ĐẦU	7
----------------------	----------

PHẦN I. CHÚNG TA ĐANG THƯƠNG THỨC THIÊN NHIÊN NHƯ THẾ NÀO VÀ VÌ SAO TA CẦN THAY ĐỔI?

Chương 1	Đến với thiên nhiên hay <i>shopping</i> thắng cảnh?.....	12
Chương 2	Trước #mệthiên nhiên, ta ngắm ta.....	29
Chương 3	Cái đẹp có phải đã luôn đẹp? Lịch sử cái nhìn về núi non ở phương Tây	46
Chương 4	"Chả có gì cả": Thiên nhiên hoang sơ trong tâm trí người Việt.....	57
Chương 5	Nhân danh cái đẹp, chúng ta đang làm gì với động vật?.....	67
Chương 6	Cụ thể ba trăm tuổi của Instagram	88
Chương 7	Thẩm mỹ "đẹp như tranh" và những hệ lụy.....	101

PHẦN II. LÀM GIÀU NĂNG LỰC CẢM THỤ THIÊN NHIÊN

Chương 8	Lắng nghe thiên nhiên kể chuyện.....	116
Chương 9	Bằng cả cơ thể và tâm hồn.....	132
Chương 10	Nuôi dưỡng mỹ cảm với thiên nhiên	148
Chương 11	Học hỏi từ người xưa.....	161
Chương 12	Khí mũi dài và vẻ đẹp của sự hợp lý.....	181

Chương 13	Có khi nào thiên nhiên xấu xí?	199
Chương 14	Khi cái "đẹp" không tốt	212

PHẦN III. THẤY CÁI ĐẸP NƠI TRƯỚC KIA TA KHÔNG THẤY.....233

Chương 15	Những âm cảnh quanh ta.....	234
Chương 16	Năm mươi sắc thái của tình dục nhện.....	249
Chương 17	Những sát thủ máu lạnh duyên dáng	270
Chương 18	Mùi vị của đất trời.....	291
Chương 19	Những hành trình kỳ lạ	301
Chương 20	Vẻ đẹp của khi xấu trời	324
Chương 21	Sống và chết trong rừng mưa nguyên sinh	342

KẾT: BẠN CÓ CẢM NHẬN ĐƯỢC ĐIỀU KỲ DIỆU?.....367

LỜI CẢM ƠN	381
TÀI LIỆU THAM KHẢO	384

DẠO ĐẦU

Tò Mò ngồi xuống một tảng đá ven đường, buộc lại dây giày rồi lấy mu bàn tay quệt mồ hôi trán, trong lòng thoáng chút hối hận. Cậu không rõ mong muốn thoát khỏi không gian công sở tù túng hay cái má lúm đồng tiền của Suy Ngã, cô bạn lúc này đang lúi húi chỉnh lại cái quai ba lô, là lý do chính khiến cậu thuyết phục cô để cậu đi cùng trong chuyến leo núi này. Trước nay, nơi cao nhất mà cậu đã leo lên là quán cà phê ở tầng năm của một nhà tập thể cũ không có thang máy.

Lâu nay, mỗi khi hai đứa gặp nhau, Tò Mò hay thấy Suy Ngã mang theo những cuốn sách với những cái tên đại loại như Cảm thụ thẩm mỹ về thiên nhiên hay Mỹ học của môi trường tự nhiên. Một lần, cậu thắc mắc: “Tớ không hiểu là người ta có thể viết gì về việc thưởng thức thiên nhiên để có thể phủ kín được những cuốn sách dày như vậy. Chẳng phải chúng ta chỉ đơn giản xách ba lô lên, đến với thiên nhiên và... ngắm ư?”

“Hóa ra là không đơn giản như vậy cậu ạ. Chúng ta thấy cảnh sông nước thơ mộng, núi non trập trùng thì hùng vĩ, đắm lầy thì tẻ nhạt...”

Tò Mò gật đầu.

“Chúng ta thấy gấu trúc dễ thương, sư tử thì oai phong, con dơi thì xấu xí hay rắn rết thì kinh kinh.”

Tò Mò lại gật đầu.

“Nhưng những gu thẩm mỹ này, những quan điểm đẹp xấu này từ đâu tới?” Suy Ngẫm cao giọng hào hứng, khiến mấy người trong quán cà phê phải liếc nhìn. “Chúng có thay đổi theo thời gian không, và liệu có phải từ khi chào đời ta đã có chúng rồi? Đánh giá thẩm mỹ của chúng ta về thiên nhiên kéo theo những hệ lụy gì, nó tác động thế nào tới cách chúng ta ứng xử với thiên nhiên và kiến tạo thế giới?”

Tò Mò kín đáo ngắm Suy Ngẫm, cậu thích những lúc cô đam mê như thế. Tất nhiên, cậu cũng thấy những câu hỏi của cô thú vị. Những cuộc đàm đạo say sưa thế này đã trở thành điều không thể thiếu với cả hai, từ khi họ còn là sinh viên. Suy Ngẫm nói họ có một tình bạn *platonian* và Tò Mò đã phải tra từ điển chữ này.

Cậu rất ngạc nhiên khi thấy Suy Ngẫm nói rằng các triết gia mỹ học và các nhà đạo đức học môi trường trần trụi với những câu hỏi như Có một cách cảm thụ thiên nhiên hợp lý, phù hợp mà chúng ta cần theo đuổi hay không, và nếu có thì nó có thể mang hình hài như thế nào? Có cái gì trong thiên nhiên xấu xí không? Hoặc có khi nào chúng ta cần phải cảnh giác với cái mà chúng ta thấy là đẹp, bởi đằng sau nó là cái không tốt, cái gây hại?

Không chỉ đọc sách, năm qua, Suy Ngẫm lăn lộn ở ngoài trời. Cô nói kiến thức cùng các trải nghiệm cá nhân trong thời gian qua đã giúp cô mở rộng thế giới thẩm mỹ về thiên nhiên của mình, khiến cô giờ đây nhìn thấy cái đẹp ở nơi mà trước đó cô không thấy. Điều này khiến Tò Mò vô cùng tò mò. Ai mà chẳng muốn thế giới của mình phong phú và giàu có lên. Hơn nữa, cậu đang chết buồn trong cái văn phòng xám xịt của mình. Đồi bạn thống nhất sẽ đi cùng nhau một chuyến và chuyện trò về những điều mà Suy Ngẫm đã đọc và trải nghiệm trong thời gian qua.

Đó là lý do bây giờ cậu ở trên sườn dốc này, nhìn nhó dưới cái nắng bất thường của một ngày đầu đông, nhưng cũng cảm thấy may mắn là mình đã rời khỏi không gian bê tông của thành phố lớn. Suy Ngẫm chia tay, kéo Tò Mò đứng dậy. Hai người chậm rãi lên dốc, bỏ lại bên dưới tiếng cười nói huyên náo của nơi tập kết khách du lịch.

PHẦN I

**CHÚNG TA ĐANG
THƯỜNG THỨC THIÊN
NHIÊN NHƯ THẾ NÀO
VÀ VÌ SAO TA CẦN
THAY ĐỔI?**

Chương 1

ĐẾN VỚI THIÊN NHIÊN HAY *SHOPPING* THĂNG CẢNH?

Qua một con dốc ngắn, khi hơi thở đã trở lại bình thường, Tò Mò quay sang cô bạn: “Có lần cậu nói chúng ta cần thay đổi cách thưởng thức thiên nhiên?”

Suy Ngẫm gật đầu. Cô đang dùng hai bàn tay lùa tóc về phía sau, môi mím lại giữ cái dây chun vải đỏ sẫm.

“Tớ có thể hiểu nếu ai đó nói rằng chúng ta cần thay đổi thói quen ăn uống hay thức khuya, nhưng cần thay đổi cách cảm thụ thiên nhiên thì...” Tò Mò đưa mắt nhìn phong cảnh xung quanh, “... thật là khó hình dung.”

“Tớ hy vọng trong chuyến đi này mình có thể bàn luận vài chuyện”, Suy Ngẫm buộc tóc kiểu đuôi ngựa và bắt đầu cuốn nó ngược chiều kim đồng hồ. “Chuyện đầu tiên xoay quanh câu hỏi Chúng ta đến với thiên nhiên hay chúng ta coi thiên nhiên là một thứ hàng hóa để tiêu thụ, chúng ta *shopping* thăng cảnh?”

“Tớ nghe đây.”

“Cậu có thấy là ngày nay, phần lớn chúng ta cho rằng cách để đến với thiên nhiên là đi du lịch?”

“Tớ đồng ý. Vịnh Hạ Long này, bờ biển Phú Quốc này, núi đá vôi bên các ruộng lúa nước Ninh Bình này”, Tò Mò chỉ tay xuống dưới, nơi văng lên tiếng động cơ của các nhóm du lịch đến và đi, “ruộng bậc thang Tây Bắc mà sáng nay chúng ta vừa đi qua này. Người có điều kiện hơn thì tìm tới những cánh đồng hoa tulip ở Hà Lan, ngắm hoa anh đào ở Tokyo, thăm thú những thảo nguyên Tây Tạng hay những bãi biển Bali. Thiên nhiên hay được gắn liền với thắng cảnh, với đích của các chuyến du lịch.”

“Là một hiện tượng đại trà là vậy, nhưng du lịch có một lịch sử ngắn ngủi”, Suy Ngẫm nắn nắn cái búi tóc đã gọn gàng của mình. “Trong quá khứ ngàn năm, ở cả phương Tây và Đông Á, dịch chuyển luôn liên quan tới công việc, ví dụ các quan đi sứ hay đến địa phương khác nhậm chức, hay người dân buôn bán làm ăn. “Khi cha mẹ còn sống thì đừng có đi chơi xa”, Khổng Tử căn dặn vậy. Chỉ có hai ngoại lệ. Nhóm thứ nhất là những người hành hương, di chuyển với mục đích tâm linh. Nhóm thứ hai là những người ngoài lề xã hội, lang thang, hay bị gọi khinh miệt là cầu bơ cầu bắt.”

“Có vẻ như trong văn hóa Đông Á, những nhà thơ ngao du, một bên bầu rượu một bên túi thơ, cũng thuộc nhóm lang thang này mà lại không bị coi thường nhỉ?”

“Ở phương Tây, vào thế kỷ 17, 18, cũng chỉ có tầng lớp quý tộc xê dịch để đơn thuần thăm thú. Tới cuối thập kỷ

1830 thì động cơ hơi nước đã được cải tiến để phù hợp cho mục đích thương mại, và hệ thống đường sắt bắt đầu lan rộng khắp nước Anh. Chi phí đi lại giảm, các bảng giờ tàu đầu tiên được in ra. Thomas Cook, một thương gia Anh, nảy ra ý tưởng tổ chức *tour* ‘trộn gói’. Ngày 5 tháng 7 năm 1841, đích thân ông làm trưởng đoàn cho *tour* đầu tiên, một chuyến sáng đi chiều về.”

“Vậy đó là ngày hiện tượng du lịch đại trà được khai sinh!”

“Đoàn hôm đó có 485 du khách...”

“Ông Cook chơi lớn luôn!”

“... Mỗi người trả một *shilling*, tương đương với một công thợ lúc bấy giờ. Các toa tàu hơi đó trông vẫn giống như những cỗ xe ngựa, chỉ là chúng được lắp bánh sắt để chạy trên ray. Kèm theo là nhiều cờ quạt...”

“Không biết họ có mặc áo đồng phục như các đoàn bây giờ không nhỉ?”

“Và thế là du lịch bùng nổ ở Anh, hoạt động này không còn là đặc quyền của tầng lớp quý tộc nữa. Sau *tour* đầu tiên đó, Thomas Cook mở công ty lữ hành và thống trị thị trường du lịch trong 150 năm tiếp theo. Ngay năm 1854, ông đã tuyên bố: ‘Trong thời đại của đổi thay này, khi mà cả thế giới đang không ngừng chuyển động, ở yên một chỗ là một cái tội. Hoan hô Chuyển đi – Chuyển đi rẻ, rẻ!’”

“Thật là một doanh nhân khôn ngoan, biết kích cầu.”

“Lúc này thì báo chí đã bắt đầu ca thán là ‘khắp châu Âu, khách du lịch nhiều như châu chấu.’”

“Ồ, họ chưa nhìn thấy Bà Nà Hills vào các dịp nghỉ lễ rồi.”

“Cũng từ đó, du khách bắt đầu ca thán về sự hiện diện của các khách khác và tự nhủ mình là nhà lữ hành, *traveller*, đẳng cấp hơn, còn những người khác chỉ là dân du lịch mà thôi. Sách hướng dẫn du lịch và du ký tràn ngập thị trường, chỉ đạo người ta phải tới đâu, xem gì và khi đứng ở đó thì phải có cảm xúc gì.

Vào thập kỷ cuối của thế kỷ 20, trào lưu này lan ra toàn thế giới. Việt Nam hội nhập, và giới trẻ Việt bắt đầu lên xe máy đi phượt. Tới giờ thì người Việt cả trẻ lẫn già đều đã quên lời khuyên của Khổng Tử mà nhập tâm quan điểm của Cook.”

“Thật khó hình dung là chỉ mấy chục năm trước thôi người ta vẫn cho rằng ‘Sẻnh nhà ra thất nghiệp’, không đâu bằng ở nhà mình”, Tò Mò bình luận. “Giờ thì vào mỗi dịp lễ tết, người ta *phải* đi đâu đó, dù có thể phải ngủ trong công viên vì ‘cháy’ phòng.”

“Du lịch trở thành một triết lý sống, một mục tiêu, một hành vi đặc trưng của thời hiện đại. Nó được coi là một nguyên liệu của cuộc sống hạnh phúc, viên mãn.”

“Cậu làm tớ nhớ tới các bài báo kiểu ‘10 lý do du lịch sẽ khiến bạn hạnh phúc hơn’, hoặc mấy quảng cáo của Vietjet, đại loại ‘Hạnh phúc là được tới Singapore chơi thả ga’. Thật là một quan điểm thú vị về hạnh phúc trong thời đại của chúng ta!”

“Trong vòng 40 năm qua, lượng du khách quốc tế toàn cầu đã tăng tám lần! Ở Việt Nam, so với đầu thập niên 1990, lượng du khách nội địa hằng năm đã tăng... hơn 100 lần.”

“Cơn sốt du lịch đã lan khắp. Nhưng tất cả những điều này liên quan gì tới cách chúng ta cảm thụ thiên nhiên nhỉ?” Tô Mò thắc mắc.

“Cậu nghĩ mà xem”, Suy Ngẫm đáp. “Giờ đây, người ta có áp lực phải đi du lịch. Nó đã trở thành một chỉ dấu của vị thế xã hội. Ở nhà là một ‘tội ác’, hay nói theo cách ít kịch tính hơn ông Cook, là một sự kém cỏi. Người ta không thể ở nhà nếu muốn được ghi nhận là bằng bạn bằng bè.”

“Tớ hiểu ý cậu. Người ta phải đi, và người ta cũng không thể chỉ tới mãi một nơi, như thế thì chả khác gì là dùng mãi một đời điện thoại. Người ta phải tới nơi đang được cho là mới, thậm chí phải tới đâu đó trước khi người khác ‘phát hiện’ ra nó.”

“Và vì mục đích là để ghi điểm nên đi du lịch không không đủ, các chuyến đi phải được tường thuật rộng rãi trên mạng xã hội. Đăng ảnh vừa là để chứng tỏ mình không thua kém, vừa là để cho người khác ghen tị. FOMO mà, *fear of missing out*. Chúng ta lo lắng là cuộc sống của người khác đang thú vị hơn, mỹ mãn hơn cuộc sống của ta, chúng ta đang bỏ lỡ những cuộc vui, những trải nghiệm xịn. Càng nhìn thấy ảnh bạn bè ở năm châu bốn biển, chúng ta càng sốt ruột.”

“Cả mùa hè năm ngoái tớ chả đi đâu được vì phải chăm mẹ ốm, mà tường Facebook của tớ thì tràn ngập ảnh bạn bè vi vu trong ngoài nước. Thú thật là lúc đó tớ thấy áp lực thực sự đấy, đúng như cậu nói!”

“Và như vậy, đích đến, dù là văn hóa hay thiên nhiên, trở thành một thứ hàng hóa để tiêu thụ, để ‘đắp’ lên người,

giống như một đôi giày đúng một thời. Chúng ta ‘xài’ danh lam này, thắng cảnh kia để kể về bản thân và chứng tỏ mình. Thiên nhiên như thế nào không quá quan trọng, quan trọng là những nơi đẹp để đó trở thành đồ trang trí để chúng ta chứng minh là cuộc đời mình đang rất thú vị.”

Tò Mò gật đầu tán thành một cách hơi nhiệt tình quá. “May...” Cậu nghĩ thầm, “Mình chưa khoe chuyến đi này trên Facebook.”



“Và đây là một điều quan trọng nữa”, Suy Ngẫm quay sang và trở một ngón tay vào ngực Tò Mò. “Nếu chúng ta hỏi vì sao người ta bỏ tiền và thời gian ra cho các chuyến đi của mình, thì họ sẽ nói là...?”

“Là họ đi để khám phá”, Tò Mò ngập ngừng. “Để học hỏi, thưởng thức văn hóa và thiên nhiên.”

“Còn thực tế thì sao? Tớ muốn kể lại một trải nghiệm của Edward Bruner, một nhà nhân học ở Bali. Để phục vụ cho các nghiên cứu của mình, có một thời gian ông làm *guide* ở đó, giúp du khách hiểu hơn về văn hóa bản địa. Trải nghiệm của ông liên quan tới cách mà du khách ‘thưởng thức’ văn hóa, tuy nhiên nó cũng điển hình cho cách nhiều người cảm thụ thiên nhiên, nên tớ muốn kể kỹ với cậu.

Lần đó, đoàn của ông may mắn tới một ngôi đền đúng vào hôm người dân địa phương tổ chức một nghi lễ đặc biệt. Đặc biệt, vì nó không được tổ chức theo lịch cố định, nên rất khó

để bắt gặp. Người ta có thể tới một ngôi đền và phát hiện ra là nghi lễ này đã diễn ra hôm qua, hoặc tuần sau nó mới được tiến hành.

Đoàn của Bruner đợi một tiếng, không thấy động tĩnh gì. Họ đợi thêm một tiếng, một số người bắt đầu sốt ruột, muốn rời đi. Bruner thuyết phục họ ở lại. Rồi nghi lễ bắt đầu. Những phụ nữ Bali lớn tuổi đứng thành hàng quanh sân đền; họ múa với vẻ mặt tập trung cao độ và gần như trong trạng thái thăng hoa, nhập định; các ngón tay và các bộ phận cơ thể của họ chuyển động chậm và tinh tế. Những phụ nữ khác dâng hoa quả trên đầu. Các thầy tu vẩy nước thánh lên đầu những người cầu may. Các mặt nạ hình rồng xuất hiện. Hương trầm cháy, tiếng nhạc cụ vang lừng, một bữa tiệc của màu sắc, âm thanh và mùi vị, một giấc mơ cho du khách, những người đã bỏ ra rất nhiều tiền để bay từ Mỹ sang với nguyện vọng, theo đúng lời họ, là ‘tìm hiểu văn hóa’. Nhưng chỉ sau vài phút, người trưởng đoàn gọi mọi người lên xe để đi ăn trưa. Bruner nài nỉ mọi người ở lại, đây là cơ hội vàng, bởi nghi lễ Hindu này chỉ được tổ chức ở Bali chứ không ở bất cứ nơi nào khác, và chỉ một lần trong năm ở mỗi ngôi đền, và như đã nói, không theo một lịch cố định nào.

‘Nhưng chúng ta đã thấy rồi mà’, một du khách ngoái lại trả lời trong khi vẫn rảo bước về phía xe buýt.

Câu nói này ám ảnh Bruner trong một thời gian dài.”

Tò Mò và Suy Ngẫm im lặng hồi lâu. Chỉ có tiếng lạo xạo của những bước chân. Trên đầu họ, thềm âm thanh của chim và ve lên xuống như một tấm lụa.

“Tớ hiểu cậu muốn nói gì”, Tò Mò trầm ngâm. “Chúng ta nói rằng ta quan tâm, ta muốn tìm hiểu, khám phá thế giới, lịch sử, văn hóa, con người. Nhưng chúng ta hời hợt. Và chúng ta đến với thiên nhiên cũng như vậy. Chen nhau trên đỉnh Fansipan hay cầu bàn tay Bà Nà, nhìn quanh một lượt, chụp ảnh và rời đi. Không cần phải ở lại lâu hơn, *ta đã thấy rồi mà...*”

“Ngày nay du khách trải nghiệm thông qua hành vi nhìn. Du lịch được đánh đồng với nhìn. Cậu thấy đấy, điều này được thể hiện ngay trong ngôn từ. Trong tiếng Anh, hoạt động chính của du khách là gì nhỉ...?” Suy Ngẫm lại vào vai cô giáo.

“*Sightseeing...* Nhìn thẳng cảnh. Vậy mà tớ chưa bao giờ để ý đấy.”

“Nhiều nhà xã hội học nhận xét rằng ở thế kỷ 21 này, nhìn đã trở thành giác quan thống trị, áp đảo các giác quan khác.”

“Cho nên khi chăm chú nghe nhạc hay sưởi nắng trong một buổi sáng mùa đông, người ta lại hay lim dim mắt nhĩ, để không bị giác quan nhìn lấn át.”

“Nhưng nhìn thôi thì chúng ta cũng đang nhìn một cách hời hợt. Ta chẳng dành thời gian và tâm trí để thực sự chìm vào trải nghiệm. Chẳng phải là nhìn nữa cơ, mà chỉ là *ngó* – một sự nhìn hời hợt, nông và chóng vánh.” Suy Ngẫm khẽ lắc đầu. “Du khách liếc nhìn cái lạ lẫm trong văn hóa, cái to lớn trong thiên nhiên, và thế là đủ. Họ không có nhu cầu đi vào các tầng tiếp theo, tìm hiểu, suy ngẫm. Đó không phải là cái nhìn sâu, chăm chú, quan tâm, thương lẫm. Nó là một cái nhìn qua loa của người vừa đến đã rời đi, vừa nhìn vừa di chuyển, vừa nhìn vừa mua sắm.”

Tò Mò thở dài: “Họ chỉ có nhu cầu chụp ảnh.” Vừa nói cậu vừa lén cho cái điện thoại trên tay vào túi quần.

“Đúng vậy, nhìn qua *camera*, nhìn bằng *camera*. Người ta ‘chụp’ thắng cảnh để đem về, giống như thu lượm chiến lợi phẩm vậy. Sự gạt hái, thậm chí đích của một chuyến đi là các bức ảnh. Du lịch là để thu thập ảnh. Với nhà nhân học Claude Lévi-Strauss, các bức ảnh là chứng cứ cho sự thành công của du khách, là thắng lợi của họ.

Một lần, Bruner hỏi một du khách trong đoàn, rằng ngày của ông có ổn không. Hôm nay tốt hơn hôm qua, vị khách trả lời, bởi hôm nay ông có nhiều cơ hội để chụp ảnh đẹp hơn.”

“Tớ có cảm giác mãi miết chụp ảnh khiến chúng ta không sống trong hiện tại.”

“Đúng vậy, chúng ta bận rộn biến cái hiện tại trước mắt mình thành một bức ảnh, một di vật của quá khứ, để tiêu thụ nó vào một lúc nào đó trong tương lai.”

“Có vô vàn bức ảnh chúng ta còn chả bao giờ xem lại cơ, chúng vĩnh viễn nằm ở một xó xỉnh nào đó trong đám mây điện toán. Nhưng chúng ta cứ chụp, như một phản xạ.”

“Như là bị cưỡng chế, bị điều khiển bởi một thôi thúc không thể cưỡng lại được.”

“Nhưng mọi việc đã bắt đầu như thế nào nhi?” Tò Mò thở dài.

“Nhiếp ảnh được phát minh một năm trước khi Thomas Cook tổ chức *tour* trọn gói đầu tiên của mình. Một cách nhanh