



Hành xử với những giá trị văn hóa?

ĐỖ PHƯỚC TIỀN

Buổi chiều ở cái quán gần như là một mái lều ven đường Sơn Trà - Điện Ngọc (Đà Nẵng), bà chủ quán trở mắt nhìn khách rồi chép miệng liên tục: phải chi hồi sáng mà biết có người ăn tôi đã trữ vài ký. Bao nhiêu một ký? Bạ hàng trong xóm để lại bốn trăm, tui chỉ lấy thêm tiền rau dưa ba chục ngàn thôi mà. Vị chi là bốn trăm ba mươi ngàn đồng cho một ký tôm hùm loại trên nửa ký một con. Đó là giá tôm hùm tươi rẻ nhất thế giới ở một con đường du lịch thuộc vào loại đẹp nhất miền Trung !

Kể cả lúc nghỉ giải lao sau một điệu nhảy mừng lúa mới, Plong Hangngó vẫn khư khư ôm chặt cái chiêng cổ mà ông giữ từ năm 15 tuổi trong lòng.

Căn vận mãi ông mới chịu tiết lộ cái chiêng này rất quý vì nó là cái duy nhất mà bản Dụcnhay (huyện Ngọc Hồi, Kontum) còn giữ được sau gần một thế kỷ. Già Plong Hangngó giảng giải, người Giẻ Triêng tin rằng tiếng công, tiếng chiêng chỉ được phép vang lên trong ngày hội lớn, linh thiêng

lắm vì nó chứa đựng sức mạnh của làng, của cộng đồng. Không được để mất, và cũng không phải bất cứ lúc nào cũng đem ra đánh. Nếu làm như vậy bọn con trai sẽ mất hết sức mạnh, tay chân và trái tim mềm yếu đi, không còn sức lực để giữ làng.

Trong chiến tranh bản Dụcnhay đã mất gần hết mọi thứ, phải chạy vào sát ngã ba Đông Dương để gây dựng lại bản mới. Duy nhất chiếc chiêng cổ này già Plong Hangngó vẫn giữ được và hôm nay nó giữ nhịp cho điệu

múa ăn Tết mà đội văn nghệ của bản đưa đến diễn ở lễ hội công chiêng Tây Nguyên. Tuy nhiên từ ngày có người muốn trả mười con trâu để mua nó, chiếc chiêng trở thành một gánh nặng đối với cái cộng đồng Giẻ Triêng bé nhỏ lẻ loi này. Không đời nào bán bởi vì dân bản biết nó quý lắm, để dành chỉ đem ra sử dụng trong những ngày hội lớn, Plong Hangngó nói chắc như đinh đóng cột. Khó nỗi ngày hội lớn thì mỗi năm chỉ có vài lần, còn chiếc chiêng giữ ở nhà rông thì quanh năm lấp lánh trong mắt những đứa tham lam, những tên trộm cắp. Cách đây chưa đầy một tháng, tin vui về 48 ngôi nhà rông văn hóa được nhà nước xây dựng tặng cho các bản làng quanh thị xã Kon Tum thì cạnh đó cũng lại có tin kẻ trộm đã lấy đi rất nhiều bộ công chiêng cổ quý giá của các bản. Sau khi UNESCO công nhận không gian công chiêng Tây Nguyên là di sản văn hóa phi vật thể thế giới thì nạn mất cắp, mua bán công chiêng cổ ở các bản làng liên tục diễn ra.

Không thể tùy tiện đem công chiêng ra đánh bất cứ lúc nào, bất cứ ở đâu. Chỉ có bọn trẻ không biết mới đem công chiêng vào các khu du lịch, hễ có khách đến là đánh lên và nhảy múa. Lời nói của già làng Plong Hangngó đã được nhiều chuyên gia nghiên cứu văn hóa Tây Nguyên xác nhận. Tuy nhiên người ta vẫn cứ tự nhiên mua bán, tự nhiên đưa công chiêng ra phục vụ khách du lịch, tự nhiên hành xử thô bạo với những giá trị văn hóa cũng như tập tục cổ truyền của nhiều dân tộc Tây Nguyên.

Ở nhiều điểm tham quan nhà vườn nổi tiếng của Huế, thỉnh thoảng vẫn xuất hiện những dòng chữ hôm nay gia đình có việc, xin cáo lỗi không đón tiếp khách tham quan được, mong quý khách thông cảm. Ngày hôm sau, hôm sau nữa quay lại vẫn còn nguyên tấm bảng. Thắc mắc đem hỏi mấy bà bán rau gần đó mới biết tấm bảng này

được treo quanh năm. Ở thôn Phú Mộng, làng Kim Long, bảng chỉ dẫn rất đẹp, có đánh số thứ tự các điểm tham quan rất bài bản. Thỉnh thoảng vẫn xuất hiện những dòng chữ “kiểu khách” tương tự.

Các tour tham quan nhà vườn Huế được chào bán thường xuyên, nhan nhản trên các bảng quảng cáo ở các trục đường Hùng Vương, Lê Lợi, Phạm Ngũ Lão. Trong khi đó thì khách có thể bất ngờ khi biết rằng các chủ nhà vườn Kim Long thờ ơ lãnh đạm, thậm chí còn không màng chuẩn bị đăng ký tham gia trước mỗi kỳ Festival. Lý do xuất phát từ Festival Huế 2004. Ở thời điểm đó để đáp ứng các yêu cầu của ban tổ chức, các chủ vườn đã đổ xô đi vay ngân hàng mỗi nhà vài trăm triệu đồng để trùng tu ngôi nhà rường đang có nguy cơ độ sập, sửa sang vườn tược, mua cây cảnh, tô điểm lại cổng ngõ để chuẩn bị đón khách tham quan. Sau 9 ngày trà nước

đón khách, miệt mài ngày hai buổi kể đi kể lại những câu chuyện “ngày xưa ngày xưa”, dẫn khách đi thăm vườn tược, đến cuối ngày lễ hội mỗi điểm tham quan nhà vườn gia chủ được ban tổ chức cấp cho 200 nghìn đồng gọi là hỗ trợ chi phí phục vụ du khách. Những tháng ngày sau đó, Kim Long vẫn nườm nượp khách lễ hoặc theo tour. Các công ty du lịch cứ tự nhiên đưa khách đến mà không có bất kỳ một thông báo trước và cũng không hề hỗ trợ chi phí cho các chủ vườn. Không biết từ lúc nào và dựa vào cái gì, họ mặc nhiên sử dụng nhà vườn Huế như những điểm tham quan công cộng. Ông Nguyễn Chánh Tuấn, chủ nhân hiện tại của nhà thờ Tả quân Lê Văn Duyệt kể, các hướng dẫn viên du lịch thân nhiên dẫn khách vào nhà, đi lại ngó nghiêng khắp nơi và khi ra về không chào chủ nhà lấy một tiếng. Hiện nay ở Huế có khá nhiều điểm tham

quan đang “bị” các công ty du lịch tận dụng kiểu này, các chủ nhân nhà vườn chán ngán đến mức mất hết kiên nhẫn kể cả với du khách.

Cùng đến Đà Nẵng với một số doanh nghiệp lữ hành Mỹ, bà William McCarney bằng kinh nghiệm của một người đã từng tổ chức tour đến Bắc Phi, đã có những nhận xét liên quan ít nhiều đến tương lai du lịch miền Trung. Chẳng hạn W. McCarney nói với một vài đơn vị đang làm công việc nổi tour cho các hãng lữ hành quốc tế rằng *đừng tìm cách tranh đua về chất lượng dịch vụ với công nghiệp du lịch Mỹ, bởi vì điều đó là vô ích. Hãy tập trung giới thiệu về tài nguyên của các bạn, nhất là khả năng thiết kế các tour sinh thái, văn hóa. Một nửa dân Mỹ đang đổ đến các quốc gia châu Phi vì điều đó.*

Một chuyên gia du lịch người Mỹ khác, ông Tim Robinson, bổ sung: *các đơn vị khai thác lữ hành Mỹ đánh giá rất cao tiềm năng sinh thái, văn hóa tại miền Trung VN, và tôi biết rằng họ đã từng có ý định hợp tác để khai thác một cách tốt nhất tiềm năng đó. Lý do duy nhất khiến họ chưa trở nên quyết liệt là vì chưa tìm được câu trả lời thuyết phục về thái độ của các bạn đối với những tài nguyên mà các bạn đang sở hữu.*

Công nghiệp du lịch Mỹ hay cách khai thác tiềm năng du lịch Mỹ có gì ghê gớm? T. Robinson kể một câu chuyện sau: ở tiệm ăn Norma's ở Mahattan (New York), người ta đưa vào thực đơn món Zillion Dollar Frittata, được chế biến từ 6 quả trứng, bơ, kem, một con tôm hùm, 280g trứng cá muối servuga và một số gia vị khác. Phía dưới thực đơn ghi dòng chữ: “Chúng tôi thách bạn gọi món này”. Mỗi khi có khách gọi món này, chuông reo vang của phòng ăn và thực khách phải trố mắt khi biết đĩa tôm hùm kia có giá 1 ngàn USD. Một món tôm hùm, dầu được chế biến tuyệt hảo đến đâu thì cũng cần đến những cảm giác khác nữa. Tiếng chuông chẳng hạn. □

