

Những tiếng nói giá trị từ lối sống của các minh tinh tài tử màn bạc có thể làm nên thay đổi vì môi trường sống

AISDL Team

HN 9-12-2023

Trong ghi chép ngắn, chúng tôi đưa sớm ra một số suy nghĩ về việc xây dựng văn hóa phụng sự môi trường, xuất phát từ một góc nhìn gần gũi với hoạt động văn hóa, nghệ thuật.

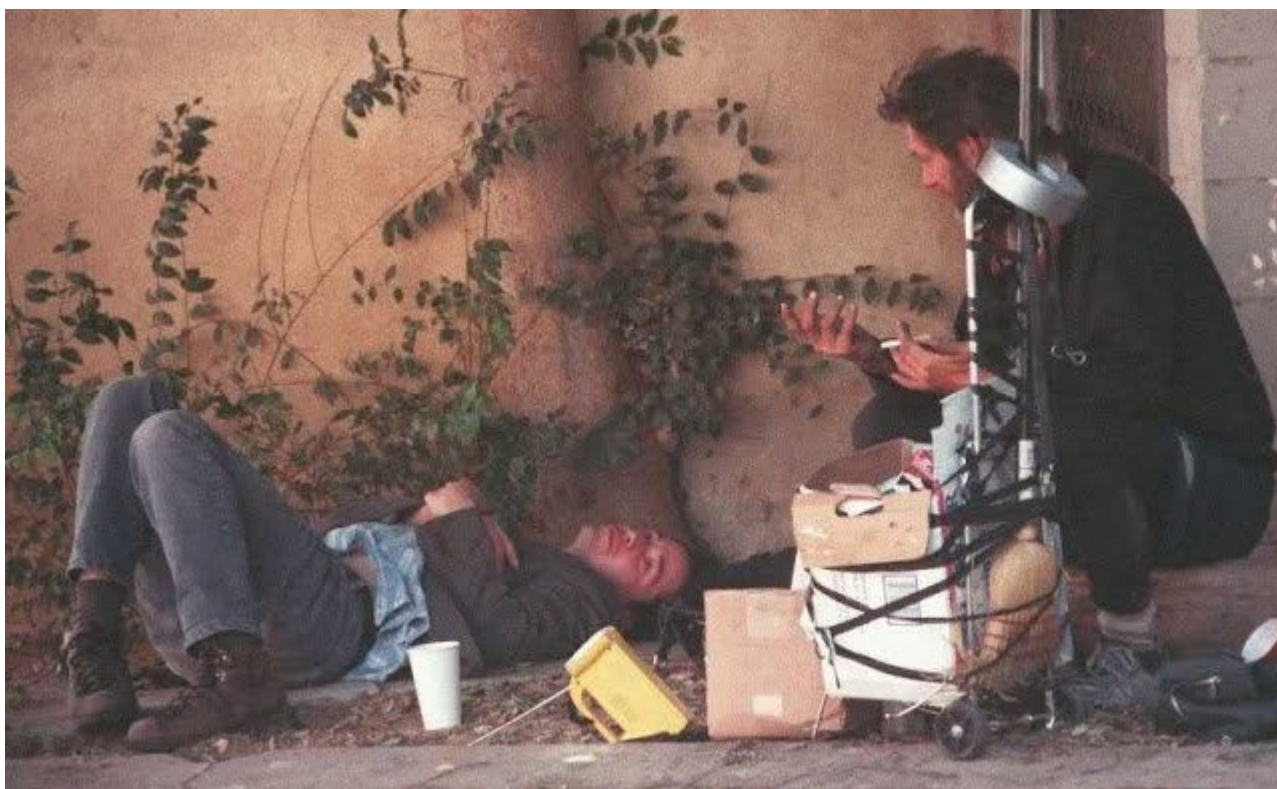
Đó là góc nhìn từ lối sống của một tập hợp, có lẽ hiện nay khá bé, những nhân vật được yêu mến bởi đông đảo công chúng khán giả, thông qua các vai diễn trên màn ảnh. Họ hay được gọi bằng danh xưng rất đặc trưng văn chương, báo chí là những “minh tinh màn bạc”.

Những suy nghĩ này có nguồn gốc từ thực tế quan sát được cho thấy, đôi khi những thứ gọi là “lạ đời” chẳng qua chỉ mang ý nghĩa không được số đông thực hành mà thôi. Nó không hoàn toàn mang ý nghĩa sai lạc, hay phản logic, hay trái đạo lý. Thậm chí có thể ngược lại, chưa chắc cái được số đông thực hành có nghĩa là đúng đắn, logic hay hợp đạo lý! [1]

Sự lên ngôi của chủ nghĩa vị tiêu dùng, và hậu quả của kích thích lòng tham tiêu dùng là một ví dụ. Thúc đẩy tiêu dùng bạt mạng, thỏa mãn nhu cầu vị kỷ bất chấp việc tổn hại giá trị môi sinh, khó có thể nói là thứ “giá trị nhân văn” hay “trải nghiệm sống tích cực” [2].

Trong khi đó, những nhân vật mà công chúng vẫn gọi là minh tinh màn bạc, lại có một ảnh hưởng hết sức mạnh mẽ đến lối sống và thái độ, hành vi tiêu dùng, nhất là giới trẻ.

Rõ ràng, nếu không thể có được những ảnh hưởng tích cực cho việc gây dựng một văn hóa eco-surplus [3] từ những con người được yêu mến qua điện ảnh (ta chỉ gọi tên một ngành công nghiệp thu hút cao độ làm ví dụ, chứ không phải duy nhất), thì đó chính là một tổn thất rất lớn trong khi nguồn lực dành cho bảo tồn và tôn tạo môi trường sống đang đứng trước những thử thách quá đỗi lớn. (Ngay cả đánh giá về tính hiệu quả hạn chế của cli-fi đối với thông điệp môi trường, theo cách mà [4] cố gắng đóng góp, cũng phản ánh mức độ thách thức ngay cả khi được đầu tư và có chủ đích rõ rệt, không mập mờ áp úng.)



Hình ảnh: “John Wick” trò chuyện, chia sẻ nước uống với một người vô gia cư.

Việc có thể chỉ ra những luận điểm về giá trị cũng như khả năng tác động và hướng có thể xây dựng những chương trình có thể vận hành, xoay quanh những minh tinh màn bạc, để thúc đẩy nỗ lực tạo dựng KAP cho bảo vệ môi sinh rõ ràng mang lại những giá trị lớn, tiềm tàng, và hiện tại chưa được sử dụng hiệu quả.

Những nhân vật ta muốn hướng tới thường có lối sống khiêm cung, tận tụy với nghề nghiệp, sống một cuộc đời rất “người”. Chính vì thế, như một lẽ tự nhiên, cách họ sử dụng nguồn tài chính dồi dào, cho mượn danh tiếng cá nhân không tính toán vị kỷ cho những mục tiêu cao đẹp, cũng như lối sống giản dị không khoa trương, không thúc đẩy dục vọng tiêu dùng vô độ, chính là những tia sáng cho việc xây dựng một hệ thống văn hóa eco-surplus mà thế giới đang hết sức mong muốn. Chắc chắn, họ cũng không bao giờ thỏa hiệp hay lobby cho kiểu tiêu dùng phung sự những nhãn hiệu “tây xanh” [5].

Nói ngắn gọn, chính những con người tử tế, hào hiệp đó sẽ viết nên câu chuyện mà bản thân những ngành công nghiệp nhân danh việc làm đẹp buộc phải hạch toán lại cái vốn liếng “tử tế”, đàng sau những món lợi ích tiền bạc khổng lồ, của chính mình [6].



Hình ảnh: Châu Nhuận Phát, tài tử điện ảnh hiến tặng gần 1 tỷ đôla cho từ thiện, và sống cuộc đời bình dị.

Chắc chắn, vài suy nghĩ trên đây sẽ được triển khai kỹ lưỡng để trở thành một đóng góp làm rõ hơn tiếng nói tiên bộ vì môi sinh từ những con người được yêu mến trên màn ảnh, một cách chân thực, từ lối sống tự nhiên và dung dị của họ.

Ánh sáng tình yêu thương con người, cuộc sống của họ, đâu cần phải gắt gỏng chói lòa kiểu lavish Gatsby, nhưng vẫn tới mọi số phận và âm áp.

References

[1] Phương, L. V., & Hoàng, N. M. (2023). Góc nhìn về nghị sự môi trường thông qua các học thuyết bảo vệ môi trường lạ đời. <https://kinhtevadubao.vn/goc-nhin-ve-nghi-su-moi-truong-thong-qua-cac-hoc-thuyet-bao-ve-moi-truong-la-doi-27064.html>

[2] Vuong, Q. H., & Nguyen, M. H. (2023). Kingfisher: Contemplating the connection between nature and humans through science, art, literature, and lived experiences. *Pacific Conservation Biology*. <https://www.publish.csiro.au/PC/justaccepted/PC23044>

[3] Nguyen, M. H., & Jones, T. E. (2022). Building eco-surplus culture among urban residents as a novel strategy to improve finance for conservation in protected areas. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9, 426. <https://www.nature.com/articles/s41599-022-01441-9>

[4] Vuong, Q. H. (2022). *The Kingfisher Story Collection*. <https://www.amazon.com/dp/BoBG2NNHY6>

[5] Phương, L. V. (2023). Hiện tượng tẩy xanh trong ngành đồ uống và thời trang nhanh. <https://kinhtevadubao.vn/hien-tuong-tay-xanh-trong-nganh-do-uong-va-thoi-trang-nhanh-27071.html>

[6] Yến, N. T. Q., & Hoàng, N. M. (2023). Ngành công nghiệp làm đẹp và "chuyện tử tế". <https://kinhtevadubao.vn/nganh-cong-nghiep-lam-dep-va-chuyen-tu-te-27460.html>