

Phật giáo và truyền thông

ISSN: 2734-9195 16:10 22/07/2021

Phật giáo đã và đang ứng dụng truyền thông đa phương diện trong các hoạt động của Giáo hội để đưa đạo vào đời một cách hiệu quả nhất...

DẪN NHẬP

Trong xu hướng toàn cầu hóa như hiện nay, việc giao lưu, hợp tác đa phương diện giữa các quốc gia trên thế giới là một xu thế tất yếu. Trong dòng chảy chung đó, Việt Nam cũng hòa mình và thích ứng trước những đổi thay của thời đại “công nghệ 4.0”. Trong đó, truyền thông là lĩnh vực có nhiều đổi thay nhất; nó tác động hầu hết mọi lĩnh vực kinh tế, xã hội, chính trị, quân sự... Trước tình hình phát triển chung của dân tộc, Phật giáo Việt Nam cũng không ngoại lệ, cần hội nhập để tiếp thu các giá trị của thời đại. Thông qua những thành tựu của khoa học kỹ thuật, Phật giáo tiếp tục triển khai, phổ biến và phát huy vai trò hộ quốc, an dân bằng những hình thức đầy mới mẻ và hiện đại. Phật giáo đã và đang ứng dụng truyền thông đa phương diện trong các hoạt động của Giáo hội để đưa đạo vào đời một cách hiệu quả nhất.

Tuy nhiên, sự phát triển nào cũng có mặt trái của nó. Cùng với sự bùng nổ thông tin, xã hội nói chung và Phật giáo Việt Nam nói riêng cũng bị ảnh hưởng từ sự phát triển của hệ thống internet toàn cầu trong vấn đề “ô nhiễm thông tin” hay còn gọi là khủng hoảng thông tin. Trước vấn nạn ấy, mỗi người con Phật có cái nhìn đúng về vai trò, trách nhiệm của cá nhân trong việc xử lý thông tin để tiếp và nhận thông tin từ hệ thống mạng xã hội toàn cầu nhằm tránh bị rơi vào vòng xoáy của những thông tin “bẩn”.

NỘI DUNG

1. Các khái niệm chung

1.1. Định nghĩa truyền thông và truyền thông Phật giáo

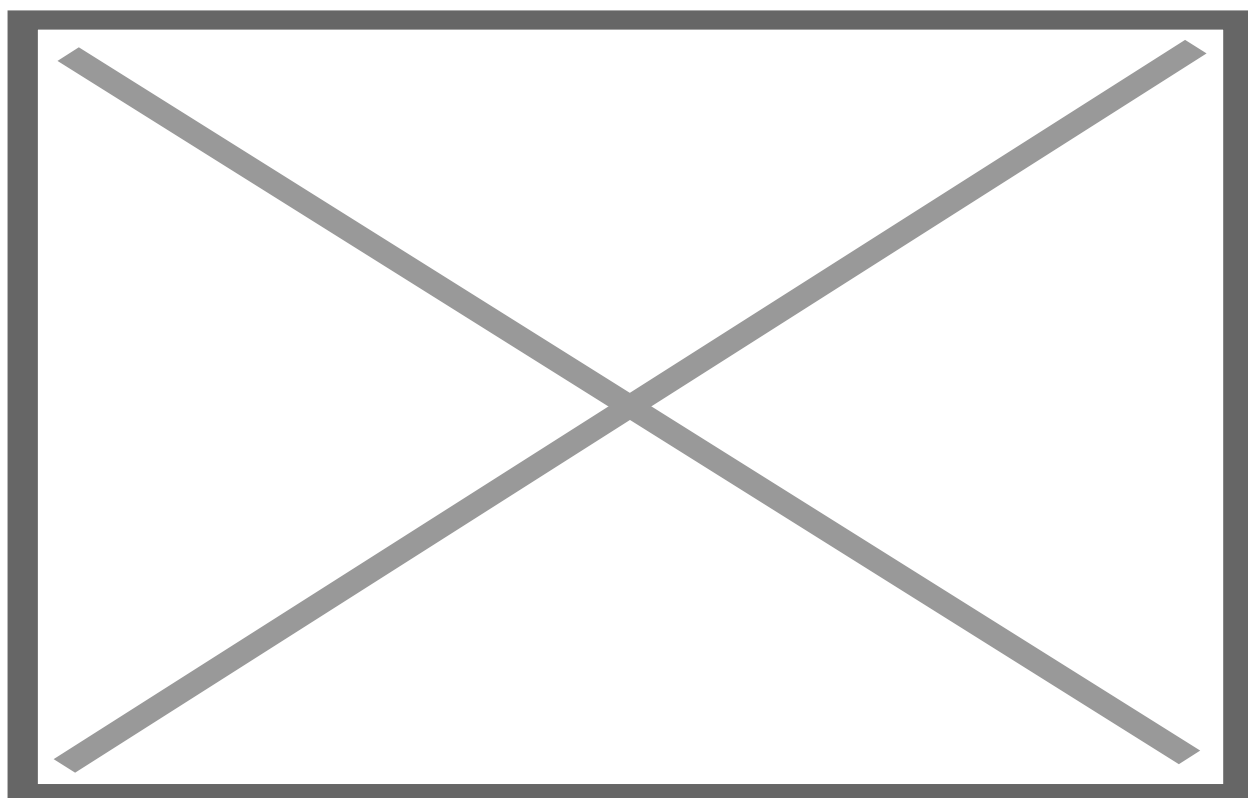
Truyền thông là một phương thức trao đổi thông tin có từ xa xưa. Bất kỳ cá nhân, tổ chức, đoàn thể hay doanh nghiệp, cộng đồng dân tộc-xã hội hay cộng đồng tôn giáo-chính trị của một đất nước hay toàn thế giới cũng đều sử dụng truyền thông để hoàn thành mục tiêu đã đặt ra. Vậy truyền thông là gì? “Truyền là truyền đạt, Thông và thông tin. Truyền thông đơn giản là quá trình truyền đạt thông tin, sử dụng ngôn ngữ, chữ viết, hình ảnh, màu sắc nhằm tác động trực tiếp đến tư duy suy nghĩ của đối tượng mà chúng ta muốn hướng đến”.[1] Đây là định nghĩa mang tính phổ biến. Truyền thông là hoạt động gắn liền với sự phát triển của con người và xã hội loài người. Nhờ sự giao tiếp mà “con người tự nhiên” trở thành “con người xã hội”. Trên thực tế, truyền thông không chỉ diễn ra trong loài người mà còn giữa các loài động vật, cỏ cây; hay giữa con người với các loài đó.

Trong chuyên đề “Vai trò của truyền thông đối với Phật giáo”, tác giả đã phát biểu: “Truyền thông là một hoạt động gắn liền với cuộc sống con người. Nói chuyện với nhau để chia sẻ, tâm tư, tình cảm, hiểu biết.”[2] Hay: “Truyền thông là hiện tượng xã hội phổ biến, ra đời phát triển cùng với sự phát triển của xã hội loài người...thông qua ngôn ngữ, cử chỉ, điệu bộ, hành vi...để truyền tải những thông điệp, biểu lộ thái độ cảm xúc.”[3] Qua định nghĩa trên, chúng ta thấy rằng, truyền thông không tách rời hoạt động của cuộc sống giữa những con người trong xã hội. Nhờ truyền thông mà con người dễ nói chuyện với nhau, dễ chia sẻ tâm tư, tình cảm, mục tiêu, lý tưởng sống... Từ sự trao đổi thông tin qua lại mà con người hiểu nhau hơn, thay đổi nhận thức và điều chỉnh hành vi của mình phù hợp với những quy chuẩn xã hội nhằm đưa đến một môi trường xã hội đạo đức, văn minh, phát triển và hạnh phúc hơn.

Như vậy, truyền thông là quá trình chia sẻ, truyền tải dữ liệu thông tin; khởi đầu bằng thông điệp từ người truyền thông tin đến người nhận thông tin. Thông tin được truyền tải trong quá trình truyền thông là sự trao đổi có mục đích. Quá trình truyền thông giúp người nhận thông tin cập nhật kiến thức về vấn đề được nêu ra, hoặc thay đổi nhận thức, kỹ năng, thái độ của người nhận thông tin về các vấn đề này. Bên cạnh đó, những thông tin thu nhận được qua truyền thông có thể góp phần định hướng, xây dựng quan điểm cá nhân, nhóm xã hội về một vấn đề cụ thể.

Dựa vào khái niệm truyền thông vừa trình bày ở trên, thì truyền thông Phật giáo cũng có mục đích tương tự, vẫn là truyền đạt và chia sẻ thông tin đến cá nhân hoặc cộng đồng, nhưng có sự khác biệt về nội dung truyền tải. Do đó, truyền thông Phật giáo chính là “truyền tải Chính pháp của đạo Phật đưa vào xã hội hướng đến phương châm Đạo pháp Dân tộc; hướng dẫn tăng, ni trẻ và phật tử gần với Chân thiện mỹ, góp phần phục vụ cho Giáo hội; nhiệm vụ truyền thông Phật giáo là kết nối giữa Giáo hội và tăng, ni, Giáo hội với Chính quyền, giữa

Phật giáo với xã hội”. [4] Như vậy, truyền thông Phật giáo được hiểu là quá trình truyền tải các thông điệp về những mặt khác nhau của đời sống Phật giáo như: tư tưởng, giáo lý, đạo đức, giới luật, phương pháp tu tập, các hoạt động Phật sự khác. Bởi Phật giáo cũng là một phần của cuộc sống và không tách mình ra khỏi cuộc sống cộng đồng. Truyền thông Phật giáo cũng nằm trong xu thế chung của xã hội, trong vòng xoáy chung của truyền thông ấy. Có thể nói, truyền thông Phật giáo là một thành phần không thể tách rời trong quá trình hoằng pháp của Phật giáo Việt Nam nói riêng và Phật giáo thế giới nói chung. Do đó, Phật giáo cũng đã và đang sử dụng những thành tựu công nghệ tiên tiến của nhân loại, nhằm đưa Phật pháp vào đời để chuyển hóa nỗi khổ niềm đau của tha nhân, dẫn dắt họ hướng đến chân trời an vui giải thoát.



1.2 Khái niệm truyền thông đại chúng

Đối tượng của truyền thông không phải trong phạm vi cá nhân mà toàn xã hội. Do đó, truyền thông đại chúng cũng là một khái niệm cần phải được hiểu rõ. Truyền thông đại chúng (TTĐC) là hoạt động chuyển giao các thông tin có tính phổ biến trong xã hội một cách rộng rãi, công khai, thông qua các phương tiện như báo in, đài phát thanh, truyền hình, báo mạng điện tử, internet... đến đông đảo công chúng. Như vậy, TTĐC là quá trình mà nhờ đó những người làm truyền thông sử dụng những phương tiện kỹ thuật để chia sẻ thông tin, vượt qua khoảng cách về không gian nhằm tác động đến khán thính giả và đại đa số quần chúng nói chung.

TTĐC là một hiện tượng mới xuất hiện trong thời gian gần đây, đặc biệt là khoảng cuối thế kỷ XX. Sở dĩ đến cuối thế kỷ XX mới xuất hiện truyền thông đại chúng, vì nó dựa vào sự phổ biến của máy vi tính với chức năng “tích hợp các phương tiện truyền thông vào máy tính và sự phát triển mạnh mẽ của Internet”. [5] Sự xuất hiện của TTĐC đã là thay đổi mọi mặt của đời sống cá nhân và tác động đến toàn bộ xã hội. Con người đã không sống như trước, xã hội cũng có những sự thay đổi để thích ứng với sự phát triển của thời đại. Mặt trái của nó gây nên tình trạng khủng hoảng về thông tin, để lại nhiều hậu quả nặng nề.

1.3 Khủng hoảng truyền thông và khủng hoảng truyền thông Phật giáo

Khủng hoảng truyền thông (KHTT) không phải là khái niệm mới đối với xã hội loài người. Từ xưa đã xuất hiện khái niệm này, nhưng nó thực sự được định hình và diễn ra sôi nổi trong thời gian gần đây. Tại Việt Nam, năm 1991, Đại học Quốc gia Australia (ANU) cùng Viện Công nghệ Thông tin tại Hà Nội (IOIT) tiến hành thí nghiệm kết nối các máy tính ở Australia và Việt Nam thông qua đường dây điện thoại. Khi kết nối thành công vào năm 1992, IOIT có hộp thư điện tử riêng với đuôi ở tận Australia (.au). Năm 1994, sau hai năm thử nghiệm thành công, IOIT trở thành nhà cung cấp dịch vụ internet đầu tiên tại Việt Nam. Các dịch vụ khác của internet được chính thức đi vào hoạt động tại Việt Nam từ năm 1997. [6] Từ đó đến nay, trải qua 24 năm chính thức hòa mạng internet quốc tế, Việt Nam đã có những thay đổi đáng kể về các mặt.

Khi những công cụ hiện đại hỗ trợ tối đa cho việc truyền tin, cộng với chi phí thấp, có khi miễn phí nên người sử dụng mạng xã hội rất nhiều. Từ sự phát triển ào ạt về số lượng dẫn đến mất kiểm soát hoạt động đối với một số đối tượng. Lợi dụng sơ hở của pháp luật trong quản lý mạng xã hội, một số cá nhân hay tổ chức đã tiến hành những hoạt động truyền thông không đúng quy định, gây ảnh hưởng đến đối tượng mà họ nhắm đến. Do đó, có thể nói: “Khủng hoảng truyền thông là những thông tin mang mối đe dọa nghiêm trọng đến niềm tin, uy tín của một tổ chức, cơ quan, đơn vị hoặc của các bên liên quan.” [7] Hay: “Khủng hoảng truyền thông là bất kỳ một sự kiện nào có khả năng ảnh hưởng tiêu cực đến hình ảnh của cá nhân, xã hội hay tổ chức, tập đoàn, cơ quan, đơn vị đối với công chúng của nó.” [8] Như vậy, KHTT xuất phát từ những thông tin sai sự thật đã dẫn đến những khủng hoảng tâm lý, gây hoang mang cho dư luận xã hội. Có khi, những thông tin đó còn ẩn chứa mối đe dọa đời sống cá nhân, gây mất uy tín cho các tổ chức của xã hội. Đôi lúc, vì áp lực của truyền thông, nhiều người bị stress (căng thẳng) dẫn đến trầm cảm, tự sát...

KHTT là thuật ngữ chung chỉ cho sự khủng hoảng trên các mặt của đời sống xã hội về thông tin. Ngày nay, thế giới ảo của truyền thông đã đi vào cuộc sống thường ngày cũng như ảnh hưởng toàn diện đến mọi mặt đời sống của nhân loại. Chỉ cần gõ từ khóa “khủng hoảng truyền thông”, trong vòng 0,45 giây đã cho 11.000.000 kết quả. Như thế đủ cho chúng ta thấy mức độ “nóng” của chủ đề này. Phật giáo cũng tham gia hoạt động truyền thông trên các ứng dụng công nghệ nên cũng không tránh khỏi bị ảnh hưởng. Đây là sự tất yếu. Có khác chẳng giữa KHTT và KHTT Phật giáo là ở đối tượng bị tác động. Đối tượng của KHTT Phật giáo là các cá nhân, tổ chức đoàn thể xuất gia lẫn tại gia đều bị nhắm đến. Do đó, có thể định nghĩa: KHTT Phật giáo là những thông tin mang đến mối nguy hại hay gây mất niềm tin đối với cá nhân tu sĩ, đoàn thể tăng già và các tổ chức Phật giáo.

2. Ứng dụng truyền thông hiện đại vào Phật giáo

Phật giáo từ xưa đến nay, không nằm ngoài chủ trương “nói lên sự khổ và sự diệt khổ”[9] dựa trên tinh thần từ bi, trí tuệ. Vì thế thông tin của Phật giáo truyền bá luôn nhất quán, tức là luôn nói lên sự thật của cuộc đời và đề xuất các giải pháp nhằm giải quyết các vấn đề gây khổ đau cho chúng sinh, giúp chúng sinh được an vui ngay trong đời sống hiện tại. Ngày nay truyền thông Phật giáo có vai trò rất quan trọng trong quá trình hiện đại hóa Phật giáo, góp phần giúp cho Phật giáo thích ứng kịp thời trước xu thế toàn cầu hóa hiện nay: truyền tải chính pháp vào xã hội, kết nối giữa Giáo hội và Tăng, Ni, giữa Giáo hội với chính quyền, giữa Phật giáo với xã hội. Vai trò của truyền thông Phật giáo đạt được hiệu quả cao là nhờ việc sử dụng các loại hình truyền thông khác nhau như: kênh truyền hình Phật giáo, youtube, zalo, facebook, mạng xã hội Lotus (phiên bản Facebook Phật giáo Việt Nam), trang online, thư viện số, báo giấy, báo điện tử... Ngoài ra còn các trang cá nhân, chùa, các đạo tràng của người xuất gia cũng như tại gia tham gia vào công tác truyền thông. Chính sự tương tác với số lượng người tham gia đông đảo cũng là mặt tích cực trong công tác hoằng pháp mà truyền thông hiện đại mang đến cho Phật giáo.

2.1. Cung cấp thông tin và nguồn tri thức vô tận

Nhờ vào sự phát triển mạnh mẽ của hệ thống các loại hình truyền thông như nêu ở trên, Giáo hội Phật giáo Việt Nam (GHPGVN) đã kịp thời vận dụng sự tối ưu của phương tiện truyền thông để phục vụ cho các hoạt động như: truyền tải những chủ trương, các kế hoạch hoạt động của GHPGVN từ Trung ương đến địa phương, thông báo các kỳ đại hội; những hoạt động về giáo dục, hoằng pháp, từ thiện và văn hóa; hay các chủ trương chính sách của nhà nước có liên quan. Như trong đại dịch Covid, dưới sự chỉ đạo kịp thời của Trung ương Giáo hội, Giáo

hội các cấp đã kịp thời truyền đạt thông tin đến từng cơ sở thờ tự, đến từng gia đình Phật tử. Trên các ứng dụng đều đăng tải những quy định của nhà nước cũng như của Giáo hội. Việc làm đồng bộ này đã góp phần cùng với nhà nước trong việc ngăn chặn sự lây lan của dịch bệnh. Nếu như ngày xưa, các cuộc họp của Ban Trị sự Giáo hội các cấp phải tiến hành trong phòng họp; thì nay, nhờ vào truyền thông kỹ thuật số, những cuộc họp được tiến hành thông qua các ứng dụng như: zoom, meet... Việc dạy học tại các học viện Phật giáo cũng thực hiện dạy online. Chính các hoạt động này vừa có thể thực hiện giãn cách xã hội (phù hợp quy định nhà nước) vừa có thể truyền tải thông tin đến các cơ sở kịp thời.

Bên cạnh thông tin các hoạt động của Giáo hội trong nước, các phương tiện truyền thông truyền hình riêng của Phật giáo (như Phật sự online, An Viên) còn cập nhật tình hình Phật giáo thế giới, hướng dẫn tín đồ phát huy vai trò của người phật tử. Đồng thời, Giáo hội cũng thiết lập các website Phật giáo như: phatgiaio.org.vn, giaohoi-phatgiaovietnam, giacngo.vn, daophatngaynay, vanhoaphatgiaio, tapchinghiencuuphatgiaio.com... Những trang mạng này giúp người tìm kiếm các thông tin về giáo lý, hoạt động Phật sự, hay nhiều vấn đề khác rất nhanh chóng. Hay việc đăng tải Kinh-Luật-Luận và lưu trữ dữ liệu trên hệ thống điện tử vnbet.vn (hay còn gọi “số hóa kinh sách”) nhằm giới thiệu đến đông đảo quần chúng đã giúp ích rất nhiều trong việc phổ biến giáo lý. Những ai có nhu cầu học tập Phật pháp có thể truy cập bất cứ lúc nào và có thể sử dụng nguồn tài liệu phong phú này phục vụ cho nghiên cứu.

2.2. Hoằng pháp lợi sinh

Hoằng pháp lợi sinh luôn là mục tiêu mà Giáo hội đặt ra. Đây cũng chính là tâm nguyện của đức Phật với mong muốn đem đạo vào đời. Ngài khuyên các hàng đệ tử: “hãy cất bước du hành vì lợi ích của nhiều người, vì an lạc của nhiều người, vì lòng thương xót thế gian, vì sự tiến hóa, sự lợi ích, sự an vui của chư Thiên và nhân loại, chớ đi hai người chung một (đường).”[10] Ngài còn khuyên chúng đệ tử hãy thuyết giảng giáo pháp để mọi người có thể nắm bắt được ý nghĩa, áp dụng thực hành trong đời sống bằng cách “giảng giải về Phạm hạnh thanh tịnh một cách trọn vẹn và đầy đủ.”[11] Qua lời dạy này của đức Phật, chúng ta thấy Ngài rất chú trọng việc hoằng pháp, muốn đem giáo pháp toàn hảo mà Ngài đã chứng, được giảng dạy với mục đích mang lại lợi ích cho chúng sinh. Hoằng pháp không chỉ giới hạn trong việc truyền đạo mà mục đích chính là làm sao để tư tưởng Phật giáo được ứng dụng nhiều hơn vào cuộc sống, đem lại sự bình an, hạnh phúc cho người dân. Hoằng pháp không chỉ chú trọng đến sự tu tập hướng nội, hướng thiện, còn chú trọng đến các vấn đề nóng bỏng của xã hội, của đất nước; kịp thời xuất hiện, đóng góp, đề xuất các giải pháp xoa dịu

khổ đau, giải quyết các vấn nạn chung của xã hội.

Mối quan hệ chặt chẽ giữa truyền thông và hoằng pháp hình thành ngay từ thời đức Phật còn tại thế. Truyền thông khiến quá trình hoằng pháp trở nên đa dạng và sáng tạo. Hoằng pháp của Phật giáo trong thời hiện tại đã phát huy tối đa sức mạnh của truyền thông. Truyền thông số hiện giúp các buổi thuyết giảng được chia sẻ rộng rãi và lan truyền nhanh chóng. Nhờ đó, tư tưởng Phật giáo lan tỏa đến được nhiều vùng chưa có dấu chân tang, ni trực tiếp hoằng hóa. Hoằng pháp giúp gia tăng sự hiểu biết về tư tưởng, giáo lý Phật giáo, giá trị ứng dụng của các phương pháp tu tập Phật giáo vào đời sống hàng ngày; đặc biệt trong bối cảnh xã hội hiện đại nhiều áp lực như hiện nay, sẽ thu hút ngày càng nhiều người đến với Phật pháp. Với sự hỗ trợ của truyền thông, pháp hội tổ chức ở một nơi nhưng Phật tử nhiều nơi có thể tham dự, dù bất cứ khi nào cần nghe giảng cũng đều có thể. Nhờ đó nhân duyên Phật pháp được gieo rộng khắp.

Đặc biệt, truyền thông ngày nay tạo điều kiện thuận lợi cho các bạn trẻ đến với Phật giáo. Đây là lứa tuổi cần đặc biệt quan tâm trong hoằng pháp thời hiện đại. Cần gia tăng hơn nữa những chương trình truyền thông đặc thù dành riêng cho nhóm tuổi này. Ngoài ra, Ban hoằng pháp cũng đã sử dụng các phương tiện truyền thông nhằm giới thiệu Phật giáo đến các đối tượng khác như: giới doanh nhân, tù nhân...

2.3. Góp phần mở rộng mạng lưới Phật tử cho Phật giáo Việt Nam

Truyền thông số là công cụ đắc lực kết nối mạng lưới Phật tử Việt Nam. Nhờ sự phát triển của công nghệ thông tin, Phật tử trong và ngoài nước có điều kiện tương tác thường xuyên. Qua đó, mạng lưới Phật tử được mở rộng, hình thành nhiều loại hình cộng đồng Phật tử. Kết nối cộng đồng Phật tử từ nhóm nhỏ đến nhóm lớn trở nên bền chặt và gắn bó hơn nhờ sự chia sẻ thông tin và tương tác thường xuyên qua hệ thống mạng internet.

Phật tử Việt Nam nhờ truyền thông số mà có sự hội nhập với cộng đồng Phật tử Việt Nam tại hải ngoại và cộng đồng Phật tử thế giới. Các buổi giảng của các giảng sư tại hải ngoại là phương thức kết nối Phật tử trong nước và ngoài nước tốt nhất. Nhờ vào sự truyền tải thông tin của công nghệ số mà hoạt động Phật sự trong nước được giới thiệu ra nước ngoài. Một số Phật tử ở nước ngoài đã theo dõi và ủng hộ cả vật chất và tinh thần cho hoạt động trong nước. Cộng đồng Phật tử xuyên quốc gia với sự tham gia của Phật tử khắp năm châu đã xuất hiện và ngày càng trở nên phổ biến.

2.4. Truyền tải các giá trị về văn hóa, đạo đức

Phật giáo cũng như các tôn giáo khác, luôn đề cao giá trị đạo đức, nhân văn. Giáo lý Phật giáo hướng tới xây dựng con người trở nên lương thiện, có nhân cách tốt, góp phần xây dựng, phát triển xã hội ổn định, hài hòa. Nghị quyết 24-NQ/TW ngày 16 tháng 10 năm 1990 đánh dấu thay đổi nhận thức của Đảng về tôn giáo, trong đó nhấn mạnh: “Đạo đức tôn giáo có nhiều điều phù hợp với công cuộc xây dựng xã hội mới”.[12] Về cơ bản, các giá trị đạo đức của Phật giáo là phù hợp với chuẩn mực đạo đức xã hội. Do đó, phát huy giá trị đạo đức Phật giáo cũng là một hình thức phát huy các giá trị đạo đức xã hội. Đối với người phật tử và những người có niềm tin theo Phật giáo, nếu tuân thủ các chuẩn mực đạo đức theo Phật giáo; điều này sẽ hỗ trợ họ đạt tới đời sống an lạc, hạnh phúc chân chính.

Truyền thông hiện đại còn giúp Trung ương Giáo hội gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa của các ngôi cổ tự, các văn hóa phi vật thể như các nghi thức nghi lễ Phật giáo khác nhau tại mỗi vùng miền... Nhờ vào hệ thống internet có thể lưu trữ và giới thiệu rộng rãi đến quần chúng nhân dân các giá trị lịch sử, văn hóa, xã hội qua các hiện vật còn được bảo tồn tại các cơ sở thông qua hình ảnh, số liệu lưu trữ.

Tóm lại, qua việc phân tích ứng dụng truyền thông hiện đại vào Phật giáo đã cho chúng ta thấy được vị trí của nó trong sự phát triển chung của các tổ chức tôn giáo, xã hội của một quốc gia. Vì lẽ đó, không phải ngẫu nhiên trong thời gian gần đây truyền thông được xem như quyền lực thứ tư (sau quyền lực lập pháp, hành pháp và tư pháp). Với sự bùng nổ thông tin như hiện nay, truyền thông càng thể hiện rõ vị thế của mình.[13] Bên cạnh đó, mặt trái của truyền thông cũng để lại những hệ lụy vô cùng lớn.

3. Truyền thông hiện đại nhắm vào Phật giáo

3.1. Mượn danh Phật giáo để phục vụ lợi ích cá nhân hay tập thể

Trong bối cảnh hiện nay, để phá hoại Phật giáo, hình ảnh người tu sĩ là đối tượng được lựa chọn trước tiên. Người ta có thể tác động đến tăng đoàn bằng nhiều cách, nhưng truyền thông là sự lựa chọn dễ dàng và có hiệu quả hơn cả do sức ảnh hưởng của nó rộng khắp và nhanh chóng. Có những người mượn danh tăng, ni để hoạt động bất chính vẫn còn nhiều trong xã hội. Không chỉ cá nhân mà các đoàn thể cũng lợi dụng hình ảnh tăng, ni để kiếm tiền hay vì mục đích khác. Đơn cử vài trường hợp như: Năm 2012, trên mạng xã hội xuất hiện

clip dài 1,5 phút xuất hiện đoạn video tuyên truyền sức khỏe sinh sản bằng cách lấy hình ảnh thầy trò Đường Tăng đến Tây Trúc gặp Phật tổ để thỉnh bao cao su. Điều đáng nói, cơ quan đứng ra thực hiện là Bộ Thông tin truyền thông và Trung ương đoàn TNCS Hồ Chí Minh; clip trên lại nhận được sự đánh giá xuất sắc từ Ban giám khảo. Theo ý kiến của một vài người, họ hoàn toàn phản đối và đề nghị xóa video này vì đây là “Một clip phản cảm, thiếu văn hóa, xúc phạm nghiêm trọng đến Phật giáo”.[14] Ngày 17/3/2012, Hòa thượng Thích Thiện Nhơn cũng đã ký văn bản gửi đến cơ sở chủ quản đề nghị xóa bỏ đoạn video, trong văn bản nhận định rõ ràng: “clip của các sinh viên thuộc Học viện Báo chí tuyên truyền là thiếu ý thức, mang nội dung xúc phạm niềm tin tôn giáo, thay đổi nội dung đi thỉnh kinh bằng việc đi thỉnh bao cao su, là xúc phạm đến vị Thánh tăng và Đức Phật - Giáo chủ của Phật giáo, một nhân vật lịch sử được cả thế giới ngưỡng mộ.”[15] Việc can thiệp của Giáo hội vào các hoạt động gây bất hại cho Phật giáo đăng trên mạng là điều tất yếu. Bởi, những thông tin đã đăng tải trên mạng, nếu không được người đăng xóa bỏ thì nó vẫn cứ tồn tại mãi. Đó là điều lợi nhưng cũng lại là điều tai hại khi những thông tin sai trái vẫn cứ hiển hiện khi một ai đó có nhu cầu tìm tới.

Không dừng lại ở đó, ngày 04/07/2018, trên Tuổi trẻ online xuất hiện bài báo mang tên “Thời buổi online, đi chùa cũng có thể đi trên... mạng!”; trong đó giới thiệu các hình thức cúng tế, dâng sao, giải hạn... như ngoài đời thực đã khiến nhiều người hoang mang. Hình thức “Viếng chùa online” còn mở rộng phạm vi khi có ứng dụng riêng trong điện thoại hệ điều hành Android và trên ứng dụng Google Play. Việc phổ cập hình thức này tạo điều kiện cho những người tạo ra nó kiếm tiền dễ dàng. Vì chỉ cần càng nhiều người truy cập, đăng ký kênh thì họ sẽ có thêm nhiều thu nhập. Đây là một việc làm vô cùng nguy hại cho Phật giáo. Bởi nếu đi chùa chỉ để phục vụ cho mục đích cúng tế thì dần dần người dân sẽ rơi vào mê tín dị đoan. Lâu dần làm cho Phật giáo mất đi bản chất “khai ngộ chúng sinh nhập Phật tri kiến”. Hằng ngày, khi tiếp xúc trực tiếp với tăng, ni, được học hỏi giáo pháp thường xuyên nhưng có người còn chưa thoát ra được những phiền não trong cuộc sống. Vậy thì, với hình thức gián tiếp như vậy mang lại lợi ích đến đâu. Cái nguy hại của nó chưa lường được, nhưng loại hình này phổ biến rộng rãi như vậy đã gián tiếp gây trở ngại cho hoạt động hoằng pháp và độ sinh của Giáo hội.

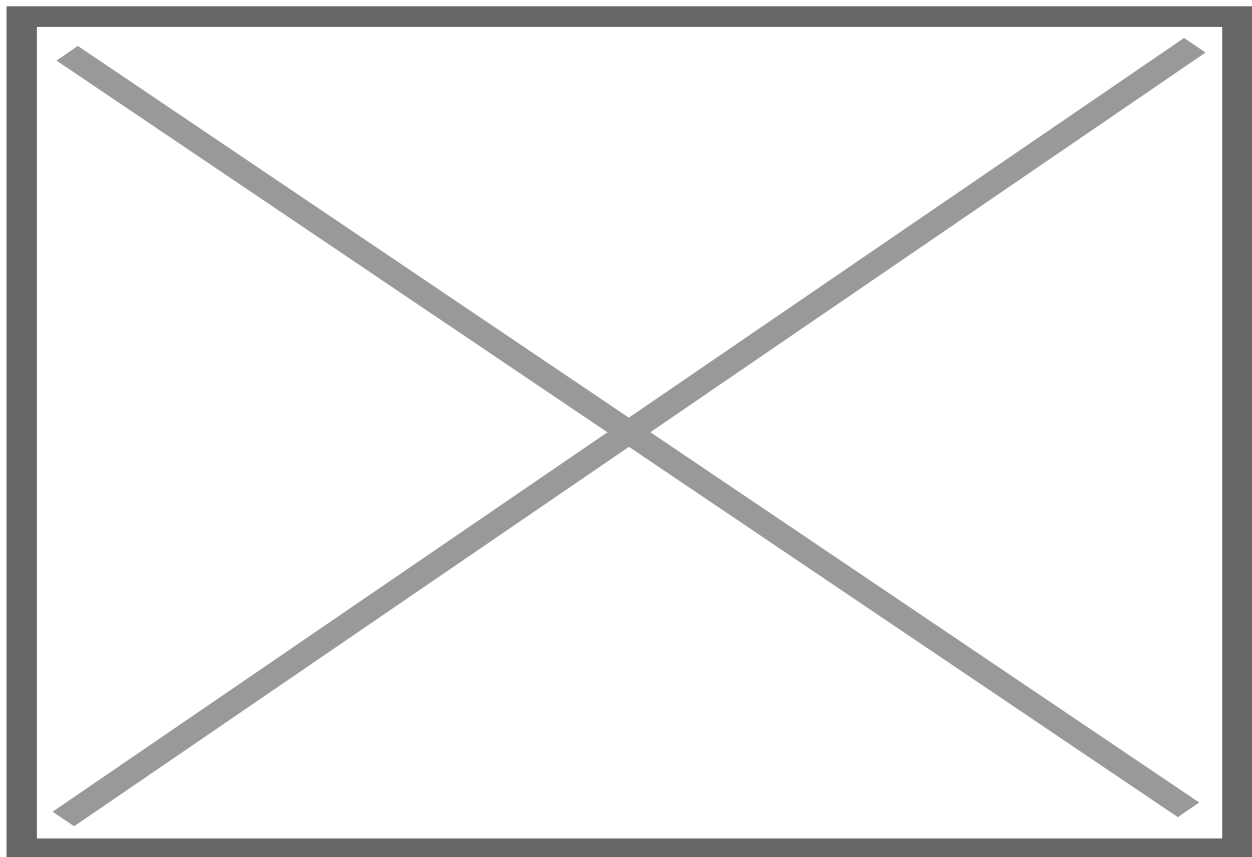
Qua hai ví dụ trên, chúng ta thấy rằng đối tượng mà tập thể, tổ chức nhắm đến là hình ảnh của đức Phật và đệ tử của Ngài. Điều đặc biệt, hai cơ quan này là người đại diện cho tầng lớp thanh niên trong xã hội. Với cái nhìn thiếu thiện cảm về Phật giáo như vậy thì tương lai những người thanh niên sẽ nghĩ về đạo Phật như thế nào. Đây là một vấn đề cần nghĩ tới. Ngoài ra, hình ảnh đức Phật còn bị lợi dụng một cách thái quá khi bị đưa vào những nơi “tục tử” như hoạt

động kinh doanh quán bar. Bar là nơi người ta ăn chơi trác táng, là nơi giới trẻ tìm đến để thác loạn. Vậy mà quán bar Buddha tại quận 2, Tp.HCM đã ngang nhiên dùng tên và hình ảnh của đức Phật để trang trí. Họ lợi dụng Phật giáo để tuyên truyền cho hình thức kinh doanh mà không nghĩ đến tính chất của vấn đề. Việc làm này gây phản cảm vô cùng, ảnh hưởng nghiêm trọng đến hình ảnh tôn kính của đức Phật.

3.2. Nhắm vào đời sống của người xuất gia

Đời sống của người xuất gia thời gian gần đây bị truyền thông “chĩa mũi dùi” rất nhiều. Nhiều người đã tạo kênh youtube cá nhân rồi quay lại những hoạt động của những người có biểu hiện không đúng với bản chất của người tu. Từ những video đầu tiên, kéo theo những video kế tiếp do người khác tạo ra. Vì “độ nóng” của những tin liên quan đã khiến người ta không khỏi tò mò. Điển hình như thời gian gần đây, liên tục xuất hiện những clip liên quan đến “Thiền am bên bờ vũ trụ” hay “Đại đức Thích Tâm Phúc”...

“Thiền am bên bờ vũ trụ” hay “Tịnh thất Bồng Lai” là cái tên gây nhiều sóng gió trên mạng xã hội trong hai năm lại đây. Chỉ cần gõ từ khóa “Thiền am bên bờ vũ trụ” trong mục tìm kiếm thì khoảng 1.470.000 kết quả sẽ xuất hiện trong 0,46 giây, với các tiêu đề “nóng” như: “Thiền am bên bờ vũ trụ lừa đảo”, “Thủ đoạn trục lợi của Tịnh thất Bồng Lai” hay “Tịnh thất bồng con”... kèm theo đó là rất nhiều bài báo, hình ảnh và hàng trăm clip xoay quanh những nhân vật trong tổ hợp này (gồm nhiều đối tượng và nhiều thành phần). Ngoài ra, còn có hàng trăm video (youtube) cá nhân của nhiều người quan tâm đến (cả ủng hộ và phản đối). Sau đó, Công an tỉnh Long An tiến hành điều tra đã có những kết quả và xác minh ban đầu: “Thiền am bên bờ vũ trụ” thực chất là một đại gia đình cùng chung sống một cách không phân định huyết thống, đa số là con cháu ruột của ông Lê Tùng Vân, những thành viên trong gia đình này là những người giả danh tu sĩ thực hiện các việc làm không đúng giới luật Phật giáo.[16] Có quá nhiều vấn đề liên quan đại gia đình này, nhưng vấn đề nóng nhất chính là việc xác thực huyết thống của những người có liên quan. Nhiều người bức xúc đã có những lời lẽ, hình ảnh châm biếm nặng nề dành cho ông Lê Tùng Vân. Chưa bao giờ hình ảnh người tu sĩ bị đưa lên mạng nhiều như vậy. Ở đây, chúng ta không xét họ có là tu sĩ thật hay giả danh, nhưng một thời gian dài trong hình tượng của người xuất gia họ đã tạo ra bao nhiêu thị phi về đạo đức cá nhân, về lối sống không phải của người xuất gia. Bấy nhiêu đó đã ảnh hưởng không nhỏ đến hình ảnh người tu sĩ trong lòng những người mới bước vào cửa Phật.



Sự kiện gần đây là thông tin về “Đại đức Thích Tâm Phúc”, người giả sư - nhân vật chính trong hàng loạt video quay cận cảnh phá giới, ăn thịt và phát ngôn “vô văn hóa” gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến Giáo hội. Với những hình ảnh được cắt ra từ các video, chúng ta thấy hình ảnh người tu sĩ bị bôi nhọ một cách thậm tệ. Chỉ cần gõ từ khóa “Thích Tâm Phúc” thì khoảng 123.000.000 kết quả hiện ra trong 0,54 giây, với những hình ảnh, video, các bài báo có liên quan đến nhân vật này. Những thông tin chúng ta nhận được là nhưng câu như: “Thầy chùa ăn thịt chó”, “Thầy chùa bán tượng Phật”, rồi những câu từ khó nghe khác. Đơn cử, khi xem video với tiêu đề “Thầy Thích Tâm Phúc ăn Bún Đậu Mắm Tôm ở Sài Gòn và cái kết”[17], chúng ta thấy thật xúc phạm cho hình ảnh người tu sĩ. Một người trong hình tượng của một người xuất gia mà lại có những hành động vô cùng thô tháo khi ăn, nói năng như người thế tục. Để người khác xưng hô là “Thầy” mà không biết hổ thẹn. Ban đầu, khi những video này được tung trên mạng và được chia sẻ, nhiều người đã tỏ ra bức bối, bức xúc. Thế nhưng vẫn có những người bênh vực khi cho rằng: Tể Điền ăn mặn không sao, tại sao thầy ăn mặn thì bị nói; tu chủ yếu ở tâm chứ cần gì hình thức, ghét những người giả danh tri thức; khi sư thầy ăn, thầy quên cả không gian, đó cũng là thiện; cũng tội Thầy, chắc áp lực lắm... Như vậy, trong sự việc này vẫn có người ủng hộ; họ không hoàn toàn phản đối những hành động không nên có ở người tu sĩ. Điều đó, cho chúng ta thấy thái độ cởi mở hơn trong quan niệm của người dân.

Tuy rằng, sau khi sự việc diễn ra, GHPGVN cũng đã can thiệp. Thượng tọa Thích Nhật Từ cũng đã đăng video phản hồi sự việc liên quan và cho rằng Thích Tâm Phúc không phải thuộc Giáo hội, chỉ hoạt động như một Tịnh thất. Thượng tọa Thích Chân Tính cũng đã hai lần khẳng định sự thật Thích Tâm Phúc không phải tăng chúng chùa Hoàng Pháp. Nhưng những gì liên quan đến Thích Tâm Phúc vẫn gây hiệu ứng đối với những người “nhiều chuyện”. Đây là hậu quả của truyền thông đại chúng gây nên những khủng hoảng trong tín tâm của tín đồ Phật giáo mà hiện tại chúng ta có thể nhìn nhận.

Như vậy, qua hai ví dụ điển hình trên, chúng ta thấy rằng từ khi video đầu tiên liên quan đến những nhân vật này xuất hiện cho đến hôm nay cũng đã nhiều tháng, nhiều năm trôi qua nhưng sự việc vẫn chưa được giải quyết triệt để. Những người quay video vẫn tiếp tục quay, người theo dõi vẫn ở con số lớn. Từ những hình ảnh này, dù sự thật đúng hay sai cũng vô tình tạo nên ấn tượng không tốt trong lòng những người tin Phật. Tăng sĩ là người đại diện cho đức Phật đem đạo vào đời, thay Phật hoằng dương chính pháp. Người tu sĩ là hiện thân cụ thể, sinh động cho hình ảnh Phật giáo; nhưng với tư cách của một người “thầy” như vậy liệu có thích hợp không. Xã hội khi tiếp xúc với đạo Phật, nếu từ những người tu sĩ mạo danh như thế thì không thể hình dung một đạo Phật tồn tại và hoạt động ở thế gian sẽ như thế nào. Xin đừng mượn danh người xuất gia mà làm tổn hại đến hình ảnh Tăng đoàn, đừng để “Con sâu làm rầu nồi canh”. Xin hãy nhớ nhân quả không bao giờ sai, chỉ là nó đến sớm hay muộn mà thôi.

3.3. Đánh vào niềm tin của người tại gia

Trước hết là vấn đề cầu siêu giải hạn, thỉnh vong tại chùa Ba Vàng. Truyền thông đã đồng loạt nhắm đến chùa Ba Vàng, tung ra nhiều bằng chứng chứng minh việc gọi hồn và tổ chức cúng giải oan với giá tiền “khủng” mà chùa đưa ra. Sau nhiều ngày “ăn dầm ở dề” tại chùa, cánh phóng viên đã ghi lại những hoạt động của chùa rồi từ đó phát tán trên mạng xã hội. Sự việc xảy ra đã ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động của chùa nói riêng, đến Giáo hội nói chung. Trên thực tế, từ lâu, ở miền Bắc đã tồn tại tập tục cúng gọi hồn và giải oan. Người dân rất tin vào việc con người sau khi chết, linh hồn sẽ về báo mộng. Đây là một niềm tin đã ăn sâu vào tín ngưỡng của người dân. Nhiều chùa ở miền Bắc đều có hoạt động này. Đây cũng chính là sự dung hòa văn hóa theo vùng miền. Nhiều người cho rằng: nếu chùa ở miền Bắc mà không tổ chức việc này thì sẽ khó mà phát triển. Cũng bởi nhu cầu của tín đồ nên chùa Ba Vàng đáp ứng. Tuy nhiên, vấn đề đặt ra là: chùa Ba Vàng đã lợi dụng niềm tin của tín đồ mà “làm tiền”, nâng giá trong việc tổ chức lễ cho gia chủ. Kèm theo đó là hàng loạt các hoạt động gây dậy sóng dư luận của các cá nhân ủng hộ và phản đối. Bài viết của BBC New đăng ngày 26/3/2019 đã tổng hợp rất nhiều luồng dư luận.[18] Sau khi sự

việc xảy ra tại chùa, hàng loạt vấn đề xung quanh chùa được “lôi ra” như: trụ trì chùa Ba Vàng là Đại tá công an, quá khứ bất hảo của trụ trì chùa Ba Vàng, chùa Ba Vàng lừa đảo... Trước những thông tin như thế, chúng ta cần phải có thời gian để làm rõ. Sự việc xảy ra ở chùa đã cho chúng ta cái nhìn khách quan hơn. Tuy rằng, chùa đã “làm tiền” tín đồ nhưng vẫn có người ủng hộ. Họ cho rằng, chùa không quy định giá cả, đóng góp dựa trên sự tùy hỷ của mỗi người. Cũng có người không hề phản đối việc cúng giải oan tại chùa... Vậy nhưng, những điều không hay vẫn được “mời mọc” không sót chân tơ kẽ tóc bởi những người chống đối. Họ không những vi phạm, xâm phạm đời tư cá nhân mà còn gây nhiều bất lợi cho hình ảnh của Phật giáo Việt Nam trước thế giới. Bởi sự kiện này xảy ra gần sát với thời gian tổ chức Đại lễ Vesak 2019 diễn ra ở chùa Tam Chúc, tỉnh Hà Nam.

Truyền thông còn tạo cơ hội cho những người công kích Phật giáo có cơ hội phát huy hết công lực. Điển hình như Linh mục Trần Đình Long đã đăng những clip lợi dụng hình ảnh người xuất gia tới Giáo xứ, nhằm tôn vinh Chúa. Chỉ cần gõ “Sur cô đến Giáo điểm Tin Mừng” thì sẽ có khoảng 7.410.000 kết quả trong vòng 0,48 giây. Những clip xoay quanh các nữ tu sĩ đến cơ sở công giáo ca ngọی Thiên Chúa, để xin sự cứu rỗi của Chúa vào những năm 2018, 2019. Cùng một kịch bản, “Thánh lễ ngoại lệ tại chùa cho một vị chân tu vừa theo Chúa”, “Một Ni cô đến với giáo điểm Tin Mừng”, rồi “Sur cô đến với cộng đoàn lòng thương xót Chúa” do Linh mục Long cố tình tạo ra.[19] Thực chất những tin tức họ đăng chỉ là một sự dàn dựng nhằm đả kích vào niềm tin của người phật tử. Họ thật sự quá khôn ngoan khi tìm đối tượng phù hợp để thực hiện ý đồ. Những người họ nhắm đến là những người làm công quả ở chùa không có kiến thức, thiếu chính kiến như: Nhân vật chính trong clip “Sur cô đến với cộng đoàn lòng thương xót Chúa” là cô Nguyễn Thị Vàng, là người làm công quả ở chùa Quang Minh quận Tân Phú. Họ lừa tới rồi phỏng vấn vì sao tìm đến, ai hướng dẫn đến... nhằm mục đích ca ngọی lòng từ bi của Chúa, chỉ có Chúa mới cứu giúp được họ thoát khỏi bệnh tật, khổ đau. “Cha Long” thật là một con người xảo quyệt. Từ những hành động ân cần, nhỏ nhẹ, chào vai, vuốt ve một cách thân mật của ông khiến người ta dễ dàng bị mắc bẫy. Hơn thế nữa, ông ta còn có cả một hệ thống “ekip” hỗ trợ trong quá trình quay video. Những người bị hại, họ may mắn không hề biết mình đã gây bao điều tệ hại cho Phật giáo. Trong hình tượng người xuất gia mà lại đến nhà thờ chia sẻ niềm tin vào Chúa, nhưng thực tế là họ bị lừa đến để gài bẫy chụp hình, quay clip cùng với Trần Đình Long nhằm mục đích dẫn dắt dư luận theo chiều hướng mà người dàn dựng hướng đến. Báo Giác ngộ Online cũng đã đăng bài phản hồi sự thật của việc này vào ngày 25/03/2019. Trong bài báo đã phỏng vấn người bị hại, phân tích những nguyên nhân và chỉ ra cái sai của linh mục Long trong hoạt động của mình để ổn định niềm tin của mọi người đối với Phật giáo.

Thời gian gần đây, những người không thích Phật giáo luôn tìm cách hạ uy tín của Phật giáo bằng cách đánh vào niềm tin của quần chúng. Đây cũng là phương diện ảnh hưởng mạnh đến sự phát triển và ổn định của Giáo hội. Bởi Phật giáo cùng với nhân dân có mối liên hệ mật thiết. Mất niềm tin trong lòng quần chúng thì nền tảng Phật giáo trong nhân dân sẽ lung lay, càng có cơ hội cho tín ngưỡng khác phát triển. Sau những gì đã phân tích, chúng ta thấy có một sự thật là: mặt dù những thông tin đó là sai trái nhưng nó vẫn không hề bị gỡ bỏ, nó vẫn hiển hiện trong hệ thống internet chung. Phương tiện truyền thông chủ yếu mà họ hướng đến là quay clip rồi tung lên mạng. Phải chăng đây là phương cách nhanh chóng và đông người tương tác. Như vậy, nếu muốn trả lại sự trong sạch cho Phật giáo không gì hơn là phải công khai xin lỗi để mọi người cùng biết.

4. Phật giáo đối diện khủng hoảng truyền thông và hướng giải quyết

4.1. Thực hành Bát chính đạo

Tại Việt Nam, truyền thông hiện đại chỉ phát triển mạnh vào thế kỷ XXI, kéo theo đó là sự thay đổi gần như toàn xã hội. Nếu như trước đây, vào thời đức Phật, muốn truyền thông tin gì phải đi bộ hay xe ngựa; mất thời gian dài thông tin mới đến với mọi người. Còn hiện tại, chỉ cần một cái nhấp chuột là cả thế giới đều biết. Ở bất cứ nơi nào, chỉ cần có kết nối internet là mọi người có thể lên mạng, có thể biết được tin tức toàn thế giới. Trước sức lan truyền tin tức như vũ bão, bất cứ ai cũng nên cẩn thận trong việc tiếp nhận thông tin đồng thời phải “giữ hình ảnh” của mình. Nếu sơ suất, những hình ảnh, lời nói “không hay” trong đời sống trở thành tâm điểm để mọi người bàn tán. Đối với người phật tử, càng nên hết sức cẩn thận trong từng oai nghi, cử chỉ trong đời sống hằng ngày. Nếu lỡ gặp người không thích Phật giáo, khi họ nhìn thấy hoặc nghe thấy những điều như vậy, họ có thể đăng tin và thổi phồng sự việc thêm lên. Phật giáo là tôn giáo hướng dẫn mọi người con đường rèn luyện nhân cách, đạo đức làm người, hướng con người đến chân-thiện-mỹ. Do đó, mỗi thành viên của Tăng đoàn phải là một tấm gương để người khác noi theo.

Cuộc sống không bao giờ phẳng lặng. Nó luôn luôn tồn tại hai mặt tích cực lẫn tiêu cực. Truyền thông cũng vậy. Ngoài những mặt tích cực mà nó mang lại thì mặt trái của nó để lại hậu quả cũng không phải nhỏ. Thời gian gần đây, Phật giáo cũng bị ảnh hưởng nhiều từ “truyền thông bẩn”. Mỗi cá nhân khi tham gia mạng xã hội nên áp dụng Bát chính đạo như là nền tảng xây dựng một xã hội đạo đức và trí tuệ. Đạo đức và trí tuệ chính là nền tảng căn bản để hoàn thiện nhân cách làm người ở hiện tại cũng như bậc Thánh trong tương lai.

Những cái gì qua mắt, tai... đều trở thành duyên. Do đó, khi chúng ta tiếp nhận thông tin cần phải tỉnh táo, không vội tin. Thông tin đưa đến không phải tin nào chúng ta cũng nhận lấy rồi xem đó như là chân lý, mà phải biết chọn lọc. Trước hết, cần xác định nguồn gốc thông tin. Đây được xem là dùng Chính kiến mà đối diện. Chính kiến tức là tầm nhìn chân chính, là yếu tố đầu tiên trong con đường tiến tới hạnh phúc an lạc. Đó là một tiến trình “tuệ tri được bất thiện và tuệ tri được căn bản bất thiện, tuệ tri được thiện và tuệ tri được căn bản thiện, chư Hiền, khi ấy Thánh đệ tử có Chính tri kiến, có tri kiến chính trực, có lòng tin pháp tuyệt đối và thành tựu diệu pháp này.”[20] Trong đời sống hàng ngày, nhất là trong vấn đề truyền thông càng cần vận dụng hơn nữa. Nếu không có Chính kiến, con người không phân biệt được đâu là đúng sai. Khi nhận thức sai một sự việc nào đó, hệ thống thần kinh của người đó sẽ đưa ra các phán đoán bao gồm quy nạp, diễn dịch, tổng hợp... dẫn đến sai lầm.[21] Do vậy, không phải ngẫu nhiên mà đức Phật đưa Chính kiến lên hàng đầu.

Đức Phật từng dạy: “Này chư Hiền, tri kiến về Khổ, tri kiến về Khổ tập, tri kiến về Khổ diệt, tri kiến về Khổ diệt đạo. Này chư Hiền, như vậy gọi là Chính tri kiến.”[22] Trong xã hội, không phải ai khi tiếp cận với truyền thông đều có mục đích tốt. Có những người, họ lập kênh youtube, facebook với mục đích để kiếm tiền nên sẵn sàng lao vào săn tin bất chấp đúng sai. Qua đó, khi tiếp nhận các thông tin từ truyền thông, chúng ta cũng cần trang bị chính kiến. Từ khi mạng xã hội bùng nổ, các cuộc khủng hoảng truyền thông lan nhanh đến chóng mặt. Cái gì hay thì ít tìm đến, cái gì giật gân thì người truy cập tăng vùn vụt. Nếu như trước đây, thông tin hầu như phụ thuộc vào các trang báo chính thống, hoặc được thảo luận gián tiếp thông qua ngòi bút của phóng viên, thì giờ đây, tin tức lan truyền theo từng giây, từng phút thông qua từng kênh cá nhân, cộng đồng trên mạng xã hội.

Truyền thông báo mạng hiện nay do tự phát, thiếu nhận thức khách quan và không bị pháp luật quản lý chặt chẽ nên người ta tung tin không cần biết đúng sai, không cần biết hậu quả đến đâu. Câu chuyện nổi tiếng “Tăng Sâm giết người” ở Trung Hoa đã chứng minh cho điều đó. Chuyện kể rằng: Tăng Sâm là một chàng trai hiền lành, sống rất được lòng những người xung quanh. Một hôm, có người đến báo với mẹ ông: Tăng Sâm giết người. Lần thứ nhất, mẹ ông không tin. Lần thứ hai, bà mẹ vẫn không tin; nhưng trong lòng đã bắt đầu dao động. Sau đó một lát, lại đưa tin đến. Lần này bà đã không còn bình tĩnh được nữa. Bà vút khung cửa sang một bên, băng tường mà chạy. Thực tế, con bà không giết người. Kẻ giết người là người trùng tên với con bà nên mới xảy ra hiểu lầm như thế.

Qua câu chuyện này cho chúng ta thấy một nguyên lý: việc sai nhưng lặp đi lặp lại nhiều lần cũng trở thành chân lý. Dù việc xảy ra là gì hay người bị đề cập

đến là ai, niềm tin nơi người tiếp nhận thông tin vững vàng như người mẹ tin con cũng bị đánh gục. Từ sự kiện này, chúng ta có thể rút ra bài học trong qua trình truyền và nhận tin. Tất cả những gì chúng ta thấy nghe chưa chắc đã thật. Phương Tây có câu ngạn ngữ rất hay: “Một nửa ổ bánh mì vẫn là bánh mì nhưng một nửa sự thật không còn là sự thật”.[23] Nói như vậy, để chúng ta thấy rằng: những việc diễn ra trước mắt chúng ta cũng chưa hẳn là sự thật. Những thông tin liên quan đến vấn đề Phật giáo cũng không nằm ngoài những mục đích câu view, câu like hay vì những ý đồ bất chính, nó như phần nổi của tảng băng chìm. Trong thế giới mạng, ai ai cũng có thể trở thành những nhà báo không chính qui và thiếu đạo đức nghề nghiệp.

Thời đại công nghệ, sự truyền tin diễn ra càng mau lẹ, tốc độ và sự tiếp nhận đã đạt đến mức độ cao. “Số lượng người dùng internet ở Việt Nam 2020 là 68,17 triệu người. Tăng 6,2 triệu người so với năm 2019, tăng đến 10%. Trong đó có hơn 145 triệu thiết bị di động được kết nối với internet. Bình quân mỗi người dùng 2,1 thiết bị di động.”[24] Qua thống kê này, số lượng người dùng điện thoại thông minh kết nối internet cao hơn 1,5 lần trên bình quân dân số cả nước. Như vậy, khi một tin tức phát đi sẽ có xác suất người nắm bắt thông tin rất cao. Với một lượng lớn thông tin như thế: “Người tu hành phải là người giàu tư duy và rất cần trí tuệ để tư duy nhận thức chân lý. ‘Chính tư duy’ là một trong tám con đường chính. Tư duy không phải là vọng tưởng. Người nhiều vọng tưởng không phải là người giàu tư duy.”[25] Ví như, khi gặp một bài báo hay youtube nào đó nói xấu một người, người đó chúng ta biết về tính cách, đạo đức hay xuất thân của họ. Bỗng một ngày, người ấy nổi tiếng với những chứng cứ vô căn cứ, do một cá nhân nào đó cố tình gài bẫy. Thật khó xác định được thực hư thế nào, chúng ta cần phải tỉnh thức và phải làm rõ những thông tin liên quan, cần phải suy ngẫm nguyên nhân, hậu quả... rồi mới đưa ra nhận định cho mình, không nên vội vàng đánh giá khi chưa hiểu rõ về nó. Bởi có một số cá nhân, họ lợi dụng hình tượng người tu để làm những việc phi đạo đức. Kết quả, Tăng đoàn phải chịu hậu quả mà họ gây ra.

Trong khi nhận và truyền thông tin, vấn đề quan trọng nhất là phải có chính kiến và tư duy logic. Nếu thiếu hai nhân tố này dẫn dắt thì hành động của chúng ta khó mà được kiểm soát theo chiều hướng tốt. Điều quan trọng, những khủng hoảng truyền thông có mặt phần nhiều bắt nguồn từ những thông tin sai sự thật. Để góp phần giảm đi ảnh hưởng tiêu cực của nó, không gì hơn mỗi người nên thực hành Chính ngữ. Vận dụng Chính ngữ khi truyền và khi nhận thông tin thì mỗi người sẽ “tự chế không nói láo, tự chế không nói hai lưỡi, tự chế không ác khẩu, tự chế không nói lời phù phiếm.”[26] Khi làm được như vậy, không những mang lại niềm tin cho người, hạn chế sự khủng hoảng về tinh thần; mà còn có những phước báu như lời Phật dạy trong Kinh Thập thiện

nghiệp đạo: được người tin tưởng, được trời người khen ngợi, được trí tuệ thù thắng, luôn biết chế ngự lời nói của mình, không ai chê trách, được người có trí khen ngợi, có uy đức hơn người... [27] Đó chính là quả mà Chính ngữ mang lại không chỉ hiện đời mà còn nhiều đời sau.

Là phật tử, khi đăng tải thông tin trên các trang cá nhân, chúng ta cần có Chính kiến và Chính tư duy trong lĩnh vực này, đặc biệt là với facebook, youtube. Một số tu sĩ sử dụng facebook một cách nghiêm túc bằng cách đặt tên pháp danh, tên chùa của mình để đăng tải những bài nghiên cứu Phật pháp và hoạt động phật sự... điều này rất đáng trân trọng. Trong khi đó, một số vị cho rằng mạng là thế giới ảo và ẩn mình dưới những tên khác thì sẽ không ai biết mình, để rồi thường xuyên đăng tải các hình ảnh phản cảm, mất oai nghi, đôi khi gây ra những hậu quả khôn lường. Là người xuất gia mà cuộc sống thường nhật của mình như ăn gì, uống gì, đi đâu, làm gì... ta đều muốn cho cả thế giới biết. Điều đó chỉ gây phản cảm trong mắt cộng đồng và tệ hơn sẽ bị các thành phần bất hảo lợi dụng hình ảnh làm những điều phương hại đến Phật giáo. Do đó, trên những trang cá nhân không đăng những thông tin vô bổ mà nên truyền tải giáo lý Phật dạy để những người thân có thể dần dần thấm nhuần tư tưởng Phật đà. Hằng ngày, mỗi người nên rèn luyện cho mình sự nhanh nhẹn khi đối diện với những điều bất thiện. Chúng ta phải biết tự mình biện hộ, bảo vệ cho bản thân trước khi người khác bảo vệ mình. Để làm được như vậy thì mỗi người cần phải học thêm môn học Công xảo minh, chính là: “chú trọng đến việc thông thạo công nghệ kỹ thuật, toán học, và các môn khoa học”.[28] Trong thời đại công nghệ như hiện nay, nếu chúng ta không biết gì về những ứng dụng và tác hại của các loại hình phương tiện truyền thông, không sử dụng được chúng là một điều thiếu sót. Đây chính là áp dụng Chính nghiệp và Chính mạng trong thời đại truyền thông số như hiện nay.

Khi đã có được cái nhìn đúng về các việc xảy ra trên mạng, chúng ta: “Hãy tự nghiệm xét và tìm kiếm những gì dẫn đến hạnh phúc và tự do, và hãy dứt bỏ những gì không đưa đến con đường ấy. Hãy theo đuổi con đường đưa đến hạnh phúc.”[29] Chúng ta cần phải suy ngẫm, tìm ra hướng đi cho bản thân. Thay vì trở thành “anh hùng bàn phím” tranh luận với họ. Chúng ta hãy đăng những tin tức liên quan về Phật giáo. Theo quy luật của sự thay thế, khi cái này xuất hiện với tầng số cao nó sẽ dần thay thế cho cái có trước đó trong não bộ của con người. Hơn nữa, đức Phật đã từng nói: “Ta không tranh luận với đời, chỉ có đời tranh luận với ta”. Trong Kinh Ambattha,[30] đức Phật đã dạy hàng đệ tử một pháp tu rất thiết thực. Đó chính là, không nên nổi tâm sân giận khi bị người nhục mạ; cũng không nên vui mừng khi có người tán thưởng; mà hãy bình tâm quán xét, tìm ra mức độ sự thật trong những lời đó chiếm bao nhiêu phần trăm. Nếu trong lúc mọi người đang tranh cãi mà mình còn biện hộ sẽ khó mà làm cho

tình hình lắng xuống. Như một học giả đã nói: “Hận thù, có lẽ được châm thêm vào lúc có xung đột do các phương tiện truyền truyền, có thể bắt nguồn từ sự ràng buộc vào tài sản hay một số vấn đề nào đó. Dù người ta muốn sống trong yên lành, nhưng họ không thể đạt được.”[31] Nói như thế, để chúng ta luôn nhớ nghĩ đến hậu quả mà tránh. Do vậy, một thông tin đăng tải, người tu sĩ cần bình tĩnh nhìn nhận tính chính xác của nó, định hướng cho Phật tử có cái nhìn chính kiến để tránh tình trạng bỏ đạo, hủy báng Phật, Pháp, Tăng... Đây chính là sự vận dụng Chính niệm và Chính định khi đối diện với khủng hoảng truyền thông trong hiện tại.

Dân tộc ta có câu tục ngữ rất hay: “Tức nước vỡ bờ”, ý muốn nói: khi sự việc đã vượt quá giới hạn của nó thì sẽ không còn kiểm soát được nữa. Cũng vậy, những thông tin, hình ảnh không tốt về đạo Phật, nếu một ngày nào đó nó như “giọt nước tràn ly” thì lòng người sẽ không còn quy hướng về Phật giáo. Gây dựng niềm tin thì khó, phá bỏ thì dễ. Do đó, Giáo hội cần phải có biện pháp ngăn chặn những phát ngôn bừa bãi, gây ảnh hưởng đến hình ảnh tăng đoàn. Có những vấn đề, nếu người bị hại cứ im lặng thì người ta cho đó là những thông tin đúng, rồi từ đó càng đẩy vấn đề đi xa thực tế. Phật giáo có câu rất hay: “Giọt nước tuy nhỏ, nhưng có thể xuyên cả đá tảng”. Cho nên, tôn trọng sự thật là tinh thần của pháp luật. Trong trường hợp này, vận dụng Chính tinh tấn là cần thiết. “Đối với các ác, bất thiện pháp chưa sinh, khởi lên ý muốn không cho sinh khởi; vị này nỗ lực, tinh tấn, quyết tâm, trì chí. Đối với cái ác, bất thiện pháp đã sinh, khởi lên ý muốn trừ diệt; vị này nỗ lực, tinh tấn, quyết tâm, trì chí. Đối với các thiện pháp chưa sinh, khởi lên ý muốn khiến cho sinh khởi; vị này nỗ lực, tinh tấn, quyết tâm, trì chí. Đối với các thiện pháp đã sinh khởi, khởi lên ý muốn khiến cho an trú, không cho băng hoại, khiến cho tăng trưởng, phát triển, viên mãn; vị này nỗ lực, tinh tấn, quyết tâm, trì chí.”[32] Khi thực tập được như thế, những tiêu cực sẽ dần dần được lắng xuống, sự thật sẽ được sáng tỏ.

Tóm lại, trước thực trạng KHTT như hiện nay, việc vận dụng Bát chính đạo đối với mỗi người khi tham gia mạng xã hội là điều vô cùng cần thiết.

4.2. Những đề xuất

Dùng truyền thông tập kích Phật giáo, đó thực chất là đánh vào tín tâm, vào lòng người, phá hủy các mối liên hệ cơ bản làm nên Phật giáo hiện đại. Nếu lòng tin của tín đồ bị lung lay, xã hội mất tin tưởng vào người tu sĩ, Phật giáo sẽ trở thành là một thứ triết học cao xa, không thể chuyển hóa nhân tâm, không đi vào đời sống, làm chất xúc tác cho một số ít người tò mò. Vậy, trách nhiệm của người tu sĩ gìn giữ Phật pháp cần phải làm gì trước những vấn nạn truyền thông gây ảnh hưởng đến đạo Phật?

Trước hết, mỗi người cần chuẩn bị cho mình đầy đủ những trang bị khi gia nhập mạng xã hội. Đó chính là giới hạnh của một người xuất gia. Khi chúng ta gìn giữ giới luật đầy đủ thì xã hội tôn trọng, không có cơ hội cho kẻ xấu lợi dụng.

Mỗi tăng, ni phải là những nhà hoằng pháp. Muốn được như vậy, tu sĩ phải có tố chất của những người thật tu. Chúng ta không phải nói những gì mình biết, mà phải nói những gì người khác cần. Không nên bàn luận nếu mình chưa hiểu rõ vấn đề tránh tình trạng “tam sao thất bốn”.

Phật giáo cần nên huấn luyện những “Lập trình viên” có trình độ cao về IT hay những hacker có thể thâm nhập vào mạng lưới internet nhanh nhất. Làm được như vậy có thể khống chế những tin tức giả hoặc biết nguồn gốc đăng tin để cung cấp cho cơ quan nhà nước. Chúng ta không nên xem đây là một hình thức vi phạm giới luật, mà hãy xem như thủ hộ bản thân. Bởi vấn đề ở đây là người đó làm việc sau khi thông tin sai sự thật đã công bố. Cho nên, chúng ta phải tự bảo vệ mình trước khi người khác hay chính sách pháp luật của nhà nước bảo vệ. Làm thế nào để mỗi người Phật tử là một dũng sĩ trên mặt trận truyền thông, chống lại những tác động tiêu cực của truyền thông bẩn.

Đề nghị nhà nước cần có biện pháp nặng khi xử lý những cá nhân hay tổ chức cố tình bôi nhọ thanh danh của tập thể hay gia đình, cá nhân. Cần có hình thức răn đe phù hợp. Ông Khuất Quang Hưng: “Theo kinh nghiệm từ bản thân ông thì một trong những cách hữu hiệu để xử lý các Fanpage đưa tin sai này là làm việc trực tiếp với Bộ Thông tin và Truyền thông với những chứng cứ rõ ràng để cơ quan quản lý yêu cầu Facebook có hành động. Việc này có tác dụng hơn hẳn so với việc liên lạc trực tiếp với Facebook.”[33]

Kêu mọi cá nhân phải tôn trọng luật pháp, không nên vì lợi ích cá nhân mà làm những điều phi đạo đức. Sự đoàn kết một lòng của các tăng, ni, Phật tử sẽ là tiếng nói lớn lao để bảo vệ Phật giáo trước những nguy nan của các thành phần bất hảo. Chúng ta hãy đồng lòng thì không gì là không thể vượt qua.

KẾT LUẬN

Qua những gì đã phân tích và chứng minh như trên, chúng ta có thể thấy được những tiện ích vô cùng to lớn mà truyền thông hiện đại đã mang lại cho Phật giáo nước nhà. Bên cạnh đó, Phật giáo cũng bị truyền thông tác động ngược trở lại, gây nhiều bất lợi trong thời gian qua. Để Phật giáo đi vào đời và làm lợi ích cho tha nhân, chúng ta cũng phải chấp nhận những xung đột khi hòa mình vào dòng chảy chung của xã hội. Nhưng KHTT Phật giáo diễn ra trong những năm gần đây đang có xu hướng gia tăng. Đứng trước vấn nạn đó, người con Phật như chúng ta không thể thờ ơ, vô cảm; mà nên trở thành những người hộ pháp đắc

lực.

Thực tế khách quan, xã hội càng phát triển thì nhu cầu truyền thông càng tăng cao. Đi liền với nó là những mối nguy hại ẩn tàng mà không phải lúc nào người sử dụng thông tin cũng có thể nắm bắt và đủ tỉnh táo mà tiếp nhận. Do đó, trong cuộc sống hằng ngày, chúng ta cần phải hoàn thiện đạo đức cá nhân và bản lĩnh của một người chính trực, sống ngay thẳng và đầy trí tuệ thông qua con đường Bát chính đạo mà đức Phật đã dạy. Làm được như thế, khi va chạm với những thông tin xấu, chúng ta mới có được những cái nhìn chân chính, đưa ra được những quyết định đúng đắn; gìn giữ được hình ảnh cá nhân, đồng thời góp phần làm cho giá trị đạo đức của Phật giáo đi vào lòng người.

Thích Nữ Minh Đạt Lớp Thạc sĩ Khóa III, Học viện Phật giáo Việt Nam tại Tp.HCM ----- CHÚ THÍCH:

[1] “Truyền thông là gì? Ngành truyền thông và những điều bạn cần biết”, <https://trinhducduong.com>. Truy cập ngày 19/3/2021. [2] Nhiều tác giả, (2020), *Kỷ yếu hội thảo nữ giới Phật giáo với lĩnh vực báo chí*, Viện Nghiên Cứu Phật Học Việt Nam - Trung tâm nghiên cứu nữ giới Phật giáo, tr. 22. [3] Sđd, tr. 48. [4] “Truyền thông Phật giáo qua cái nhìn Bát Chánh Đạo”, www.vuonhoaphatgiao.com. Truy cập 18/3/2021. [5] Phan Thị Kim Loan, (2016), *Lịch sử báo chí*, TP. Hồ Chí Minh: Đại Học Quốc Gia TP. Hồ Chí Minh, tr.4. [6] Phan Thị Kim Loan, tr. 233. [7] *Kỷ yếu hội thảo nữ giới Phật giáo với lĩnh vực báo chí*, tr. 13. [8] Nt. [9] Thích Minh Châu dịch, (2012), *Kinh Trung bộ 1, Kinh ví dụ con rắn*, Hà Nội: Tôn Giáo, tr. 173 [10] Indacanda dịch, (2014), *Đại Phẩm Tập 1, Tụng Phẩm Thứ Nhì*, Hà Nội: Tôn Giáo, tr. 36. [11] Indacanda dịch, tr. 36. [12] Lê Hải Triều, (2004), *Mặt trận tổ quốc Việt Nam trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ đất nước*, Đà Nẵng: Quân Đội Nhân Dân, tr. 168. [13] *Kỷ yếu hội thảo nữ giới Phật giáo với lĩnh vực báo chí*, tr. 13. [14] Minh Nguyên, “Clip ‘Thầy Trò Đường Toong Đi Thỉnh... Bao Cao Su’ Một Sản Phẩm Không Có Tính Nhân Văn”, <https://thuvienhoasen.org/>. Truy cập ngày 31/01/2021. [15] “Clip ‘thỉnh bao cao su’: TWGH Phật giáo VN lên tiếng”, <http://cuucshuehn.net/print/>. Truy cập ngày 30/3/2021. [16] Hà Long, “Lộ thêm sự thật về Tịnh thất bồng lai, Thiền am bên bờ vũ trụ”, <https://kenh14.vn/>. Truy cập ngày 31/3/2021. [17] Hân Trần vlog, “Thầy Thích Tâm Phúc ăn Bún Đậu Mắm Tôm ở Sài Gòn và cái kết”, công chiếu vào 7/3/ 2021. Truy cập ngày 29/3/2021. [18] “Chùa Ba Vàng: Đại đức Thái Minh bị cách chức, bà Phạm Thị Yến bị phạt”, www.bbc.com. Truy cập ngày 31/3/2021. [19] Đăng ngày 10/3/2019. [20] Thích Minh Châu dịch, (2012), *Kinh Trung bộ 1, Kinh Chánh tri kiến*, Hà Nội: Tôn Giáo, tr. 75. [21] Thích Nhật Từ, (2012), *Con đường chuyển hóa-Ứng dụng Bát chánh đạo trong đời sống*, Hà Nội: Hồng Đức, tr. 4. [22] Thích Minh Châu dịch, (2012), *Kinh Trung Bộ 2, Kinh Phân Biệt Về Sự Thật*, Hà Nội: Tôn Giáo, tr. 592. [23] Viện Xã hội học, (1997), *Xã hội học*, Hà Nội: Ủy Ban Khoa Học Xã Hội Việt Nam, tr. 111. [24] “Thống kê người dùng internet ở Việt Nam

2020 – Các mạng xã hội phổ biến nhất thế giới – Các mạng xã hội phổ biến ở Việt Nam”. <https://quangcaotruuctuyen24h.vn/>. Truy cập ngày 18/3/2021. [25] Thích Từ Thông dịch, (2008), Như Lai Viên Giác Kinh, Hà Nội: Tôn Giáo, tr.108. [26] Thích Minh Châu dịch, (2012), Kinh Trung Bộ 2, Kinh Phân Biệt Về Sự Thật, Hà Nội: Tôn Giáo, tr. 592. [27] Thích Tịnh Hạnh dịch, (2000), Đại Tập 58, Kinh Thập thiện nghiệp đạo, Taiwan: Hội Văn Hóa Giáo Dục Linh Sơn Đài Bắc, tr.794-795. [28] Thích Thanh Lương, “Vai trò của giáo lý Ngũ minh trong công cuộc hoằng pháp thời hiện đại”, <https://www.tuvienquangduc.com.au/>. Truy cập ngày 31/3/2021. [29] Nhiều tác giả, (2013), Quan điểm của Phật giáo trước các vấn đề hiện đại, Dr. Đỗ Kim Thêm (sưu tầm và soạn dịch), Hà Nội: Hồng Đức, tr. 181. [30] Thích Minh Châu dịch, (1991), Kinh Trường Bộ 1, Kinh Ambattha, TP. Hồ Chí Minh: Viện Nghiên Cứu Phật Học Việt Nam, tr. 159. [31] Dr. Đỗ Kim Thêm, Sđd, tr.4. [32] Thích Minh Châu dịch, (2012), Kinh Trung Bộ 2, Kinh Phân Biệt Về Sự Thật, Hà Nội: Tôn Giáo, tr. 592. [33] Nguyễn Cần, “Tiếp cận Đạo Phật để xử lý khủng hoảng truyền thông trong thời đại ngày nay”, Tạp chí Văn Hóa Phật Giáo, số 307.