

Quang Linh Vlog đến Hằng Du Mục: Góc nhìn từ bi về trách nhiệm truyền thông

ISSN: 2734-9195 09:57 06/04/2025

Hằng Du Mục trong tà áo dài giữa thảo nguyên vẫn là hình ảnh đẹp trong lòng nhiều người. Quang Linh bên những em nhỏ Angola vẫn là biểu tượng thiện nguyện trong mắt không ít người mến mộ.

Trong thời đại mà mỗi cá nhân đều có thể trở thành một “kênh truyền thông”, những người sáng tạo nội dung, đặc biệt là các YouTuber, TikToker, streamer... có sức ảnh hưởng không nhỏ đến xã hội. Họ là người kể chuyện, người tạo cảm hứng, người dẫn dắt. Nhưng đồng thời, họ cũng là người đang gánh trên vai trách nhiệm của lời nói, hình ảnh và thông tin mà mình truyền tải.

Và đôi khi, chỉ một bước sai lệch, hậu quả để lại không chỉ là sự mất uy tín cá nhân, tổn thương đến lòng tin của công chúng, mà danh vọng và sự nghiệp có khi khó mà giữ được.

Hai cái tên nổi bật gần đây, Phạm Quang Linh (Quang Linh Vlog) và Nguyễn Thị Thái Hằng (Hằng Du Mục), từng được cộng đồng mạng mến mộ bởi sự gần gũi, giản dị, nay lại xuất hiện trong những bản tin tiêu cực, liên quan đến việc quảng cáo sản phẩm không đúng sự thật.

Từ góc nhìn Phật giáo, đây không chỉ là một “vụ việc pháp lý”, mà còn là lời nhắc tỉnh thức về đạo đức truyền thông và nghiệp quả của lời nói.

Khi sự nổi tiếng trở thành con dao hai lưỡi

Quang Linh, một chàng trai Nghệ An từng làm rạng danh cộng đồng người Việt ở châu Phi nhờ loạt video thiện nguyện tại Angola, giờ đây lại bị nhắc tên trong các bản tin pháp lý vì liên quan đến việc quảng bá kẹo rau củ KERA.

Hằng Du Mục, cô gái trẻ từng được ngưỡng mộ với hình ảnh áo dài, nón lá giữa thảo nguyên Mông Cổ, livestream bán hàng thu hút hàng triệu lượt xem cũng bị khởi tố.



Ảnh: Internet

Khi người ta đứng trên đỉnh cao của sự mẫn mộ, mọi hành động dù nhỏ cũng có thể khuếch đại thành tấm gương phản chiếu nhân cách. Và khi sự nghiệp được xây bằng lòng tin, thì một cú trượt ngã, dù là vô tình, cũng đủ để đánh mất nền tảng ấy. Nhưng liệu có thể nói họ “xấu”, họ “lừa dối”? Từ góc nhìn Phật giáo, đó có lẽ chỉ là sự thiếu sáng suốt nhất thời, bị che lấp bởi lợi ích, sự chủ quan và thiếu tỉnh thức.

Chính ngữ và lòng từ bi: họa từ khẩu ra

Phật giáo không lên án, không kết tội, nhưng luôn nhấn mạnh đến nhân - quả và tính chịu trách nhiệm trong từng hành vi, đặc biệt là lời nói. Trong Bát Chính Đạo, Chính Ngữ là một trong tám yếu tố quan trọng dẫn đến giải thoát. Nói dối, nói lời thiếu trung thực, dù là vô tình, đều tạo nghiệp, tức là gieo nhân cho những hệ quả khổ đau.

Khi một người có sức ảnh hưởng quảng bá sản phẩm sai sự thật, dù không trực tiếp sản xuất, dù không có ý lừa gạt, thì nghiệp của lời nói ấy vẫn hiện hữu. Vì lời nói ấy đã gieo vào tâm trí người nghe một niềm tin không đúng. Và nếu người tiêu dùng bị thiệt hại, thì người gieo lời, dù không cố ý, cũng không thể nói rằng mình hoàn toàn vô can.

Nhưng điều quan trọng hơn cả: Phật giáo luôn nhìn con người qua lăng kính của lòng từ bi. Người sai không đáng ghét, người lầm lỗi không đáng bỏ rơi. Trong “Lục độ ba-la-mật”, hạnh nhẫn nhục và từ bi luôn song hành. Đức Phật từng nói, người phạm lỗi nếu được cảm hóa bằng tâm từ sẽ dễ hồi tâm hơn là bị trừng phạt bằng sự thù ghét.

Một bộ phận giới trẻ và căn bệnh “bán mình” vì sự lan tỏa

Không khó để thấy ngày càng nhiều người trẻ muốn trở thành KOL, YouTuber, TikToker... như một con đường “ngắn” để nổi tiếng, giàu nhanh. Nhưng sự lan tỏa nếu không đặt trên nền tảng giá trị chân thật, thì chỉ là ngọn lửa rơm, cháy sáng rồi lụi tàn trong hệ quả.

Giống như lời dạy trong Kinh Pháp Cú:

“Miệng nói lời ác độc

Như quăng gươm nhọn vào người.

Rồi gươm ấy quay về,

Cắt vào chính người nói”.

Câu nói ấy nhắc nhở rằng lời nói, dù chỉ là một video quảng cáo, một dòng giới thiệu ngắn gọn, nếu không cẩn trọng, có thể trở thành lưỡi dao hai chiều.

Người làm nội dung, nếu đánh đổi sự trung thực để lấy tương tác, thì không chỉ tự rút ngắn hành trình của mình, mà còn gieo nhân bất thiện vào lòng cộng đồng.

Người ảnh hưởng và tam nghiệp trong thời đại số

Theo Phật giáo, một người tạo nghiệp qua ba phương diện: thân, khẩu và ý. Trong thời đại mạng xã hội, “khẩu nghiệp” - tức nghiệp qua lời nói, video, bài viết, trở nên phổ biến hơn bao giờ hết. Người làm nội dung chính là người tạo khẩu nghiệp mỗi ngày: một video, một bài viết, một bình luận... đều có thể tích lũy nghiệp thiện hay nghiệp ác.

Điều đáng nói, có những người chưa từng làm điều xấu bằng hành động, nhưng đã gieo vô số khẩu nghiệp mà không hay. Khi ấy, sự nổi tiếng nếu thiếu tỉnh thức, sẽ trở thành cái bẫy tinh vi nhất.

Không phán xét, nên nhắc nhở bằng lòng người

Hằng Du Mục trong tà áo dài giữa thảo nguyên vẫn là hình ảnh đẹp trong lòng nhiều người. Quang Linh bên những em nhỏ Angola vẫn là biểu tượng thiện nguyện trong mắt không ít người mến mộ. Sai lầm không xóa bỏ được tất cả, nhưng cũng không thể không nhắc nhở.

Họ, cũng như bất kỳ ai trong chúng ta, đều là người học trò trên hành trình làm người. Và đôi khi, ngã xuống là để hiểu sâu hơn về sự tỉnh thức. Nếu nhìn từ bi, ta sẽ thấy những con người ấy không đáng trách, mà đáng thương. Không đáng loại trừ, mà đáng nhắc nhở. Bởi nếu hôm nay họ thức tỉnh, bài học ấy sẽ chạm đến hàng triệu người đang dỗi theo họ.

Lời nhắn từ một người làm báo, gửi đến người làm nội dung

Là người làm nghề báo và đang sống trong môi trường chuyển động không ngừng của truyền thông, tôi hiểu rằng áp lực sáng tạo, áp lực thương mại, áp lực duy trì hình ảnh... đôi khi khiến người ta mờ mắt. Nhưng xin hãy nhớ, lòng tin của công chúng là thứ tài sản vô giá nhất: không thể vay mượn, không thể mua bằng quảng cáo.

Người làm nội dung cần giữ tâm như người làm báo giữ bút: cẩn trọng, tỉnh thức và đặt lợi ích cộng đồng lên trên lợi ích cá nhân. Và khi xảy ra sự cố, hãy dũng cảm nhận sai, sửa lỗi, vì đó cũng là con đường dẫn về ánh sáng.

Từ vụ việc của Quang Linh và Hằng Du Mục, chúng ta không chỉ thấy một vài cá nhân vấp ngã, mà thấy một xã hội đang đối diện với vấn đề đạo đức truyền thông. Từ góc nhìn Phật giáo, đây không phải là “hình phạt”, mà là quả báo tự nhiên của một nhân gieo sai lệch. Nhưng cũng từ đó, cánh cửa của sự tỉnh thức được mở ra, không chỉ cho người trong cuộc, mà cho tất cả chúng ta.

Vì thế, thay vì chỉ trích hay dè bêu, hãy nhìn họ bằng ánh mắt bao dung, như cách đức Phật nhìn kẻ tội đồ bằng tình thương vô biên. Và cũng chính từ lòng từ bi đó, mỗi chúng ta, dù là người làm báo, làm YouTube, hay đơn giản là người chia sẻ nội dung, đều có thể học cho mình một bài học: nói lời chân thật, giữ tâm sáng và hành xử có trách nhiệm trong thế giới đầy biến động này.

Tác giả: **Thường Nguyên**

Ghi chú: Bài viết thể hiện góc nhìn riêng của tác giả.