

Thẩm sát các "hiện tượng tâm linh trên mạng xã hội" từ Khoa học nhận thức và Phật học

ISSN: 2734-9195 16:04 23/10/2026

Kinh Kalama gợi ra thái độ thẩm sát niềm tin và xem xét hệ quả đạo đức. Duyên khởi hướng sự chú ý đến các điều kiện cùng tham gia vào sự hình thành hiện tượng. Vô thường cung cấp cơ sở để quan sát sự biến đổi của cảm xúc và trạng thái tâm.

Tóm tắt

Các nội dung về bói toán, ngoại cảm, cầu cơ, điềm báo và dịch vụ nghi lễ trên mạng xã hội đặt ra yêu cầu phân biệt trải nghiệm cá nhân, niềm tin tôn giáo và tuyên bố có thể kiểm chứng. Bài viết sử dụng cách tiếp cận liên ngành, kết hợp phân tích 151 tư liệu số trên YouTube, TikTok và Facebook, khảo sát ghi nhận 78 phản hồi và phỏng vấn 14 người.

Khung phân tích gồm các cơ chế nhận thức, **tâm lý** và sinh lý được đề cập trong tài liệu nghiên cứu, cùng ba nguyên tắc Phật học là thẩm sát niềm tin trong Kinh Kalama, tính điều kiện của Duyên khởi và Vô thường. Trong mẫu nội dung, một số nhóm tâm linh có khả năng kiểm tra nguồn độc lập thấp hơn các nhóm khoa học và Phật giáo được chọn đối chiếu; ở một bộ phận mẫu, thông điệp gây bất an hoặc hứa hẹn tài lộc đi kèm lời mời mua sản phẩm, sử dụng dịch vụ.

Khảo sát cho thấy 40/78 người trả lời (51,3%) cho biết thường xuyên hoặc luôn kiểm chứng thông tin trước khi tin; đây là dữ liệu tự báo cáo, chưa xác lập chất lượng kiểm chứng. Các kết quả được diễn giải trong phạm vi mẫu.

Bài viết đề xuất khung đánh giá năm phương diện và thực hành chính niệm số; hiệu quả của các đề xuất còn cần được kiểm định.

Từ khóa: hiện tượng tâm linh, mạng xã hội, khoa học nhận thức, thẩm sát niềm tin, chính niệm số.

Đặt vấn đề

Bối cảnh nghiên cứu

Facebook, YouTube và TikTok tạo điều kiện để những câu chuyện về hiện tượng kỳ lạ, bói toán, tử vi, ngoại cảm, bùa chú và nghi lễ được phổ biến rộng rãi. Nhiều nội dung xuất hiện dưới dạng video ngắn, lời kể cá nhân hoặc thông điệp về “*năng lượng*”, “*tần số*” và “*luật hấp dẫn*”. Cách trình bày giàu cảm xúc có thể khiến người xem chú ý trước khi kịp xem xét nguồn gốc và căn cứ của thông tin.

Vấn đề cần làm rõ là tính chất của từng tuyên bố. Một thực hành **tín ngưỡng**, một trải nghiệm chủ quan và một khẳng định về khả năng chữa bệnh hay dự báo sự kiện đòi hỏi những cách đánh giá khác nhau. Đồng nhất toàn bộ đời sống tâm linh với mê tín sẽ làm mất đi sự phân biệt này. Ngược lại, xem lời kể chân thành hoặc số lượt tương tác như bằng chứng xác thực cũng có thể dẫn đến kết luận vượt quá dữ liệu.

Nghiên cứu về sự lan truyền tin đúng và tin sai trực tuyến là một nguồn tham chiếu cho việc tìm hiểu môi trường truyền thông số (Vosoughi et al., 2018). Tuy nhiên, khi khảo sát nội dung tâm linh, cần đánh giá riêng nguồn, bằng chứng và hoàn cảnh tiếp nhận. Số lượt xem hoặc mức độ phổ biến chưa đủ để xác định tính đúng đắn của một nội dung, cũng chưa đủ để kết luận về tác động của thuật toán.

Ở bình diện Phật học, Kinh Kalama gợi ra thái độ thẩm sát niềm tin và xem xét hệ quả đạo đức. Duyên khởi hướng sự chú ý đến các điều kiện cùng tham gia vào sự hình thành hiện tượng. Vô thường cung cấp cơ sở để quan sát sự biến đổi của cảm xúc và trạng thái tâm.

Bài viết sử dụng những nguyên tắc này như nguồn tham chiếu cho việc tiếp nhận thông tin, đồng thời giữ sự phân biệt giữa giáo lý Phật học và phương pháp khoa học.

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu kết hợp phân tích nội dung số, khảo sát người dùng, phỏng vấn bán cấu trúc và nghiên cứu tài liệu thứ cấp liên ngành.

Ba nguồn dữ liệu thu thập được bổ sung góc nhìn cho nhau, còn tài liệu thứ cấp cung cấp cơ sở lý thuyết để diễn giải. Thiết kế này chưa cho phép xác lập quan hệ nhân quả giữa nội dung, niềm tin và hành vi.

Mẫu phân tích gồm 151 đơn vị nội dung. Trên YouTube, 49 video được chia thành bốn nhóm: hiện tượng tâm linh dân gian, 11 video; khoa học và tâm lý

học phản biện, 16 video; Phật giáo đối chiếu, 13 video; hiện tượng tâm linh trong bối cảnh mạng xã hội, 9 video. Trên TikTok, 30 video được chia thành sáu nhóm, mỗi nhóm 5 video, gồm hiện tượng tâm linh có mức độ lan truyền cao, người sáng tạo nội dung tâm linh, phản biện khoa học, Phật giáo và chính niệm, kể chuyện trải nghiệm cá nhân, nội dung có yếu tố thương mại hóa. Trên Facebook, 72 đơn vị nội dung gồm 8 nội dung tâm linh hoặc trường hợp có yếu tố pháp lý, 22 nội dung về cộng đồng đức tin số, 21 nội dung Phật giáo và 21 nội dung khoa học, tâm lý, kiểm chứng.

Mẫu được chọn theo mục tiêu nghiên cứu. Các tiêu chí mã hóa gồm khả năng kiểm tra nguồn, loại bằng chứng, mức độ sử dụng lời kể cá nhân, dấu hiệu thương mại, cảm xúc mà nội dung hướng tới, khả năng đối chiếu với cơ chế khoa học và mức độ phù hợp với nguyên tắc thẩm sát được xây dựng từ Kalama. Những nhận xét như “*gây sợ hãi*” hay “*hướng đến bình an*” phản ánh cách mã hóa nội dung, không phải phép đo trực tiếp cảm xúc của người xem.

Khảo sát ghi nhận 78 phản hồi, với số câu trả lời khác nhau giữa các mục. Câu giới tính có 77 câu trả lời, gồm 51 nữ (66,2%) và 26 nam (33,8%); câu học vấn ghi nhận 70/78 người có trình độ đại học (89,7%). Câu tuổi có 77 câu trả lời, với khoảng tuổi hiển thị từ 18 đến 51; tuổi trung bình cần được xác nhận từ dữ liệu gốc trước khi công bố. Mẫu tập trung nhiều ở người trẻ và người có trình độ đại học, không đại diện cho toàn bộ người dùng mạng xã hội Việt Nam. Tổng số phản hồi không được đồng nhất với số phiếu hợp lệ khi chưa có hồ sơ sàng lọc.

Tỷ lệ được tính theo số câu trả lời của từng mục; những câu nhiều lựa chọn được tính theo số người trả lời, nên tổng tỷ lệ có thể vượt 100%. Điểm trung bình của từng phát biểu được tính từ tần số ở các mã 1-5, làm tròn hai chữ số thập phân. Nhấn đầy đủ của các mức điểm cần được đối chiếu với biểu mẫu gốc. Các mục được phân tích riêng, chưa gộp thành thang đo niềm tin, tư duy phản biện hoặc chính niệm đã được kiểm định. Riêng câu về tần suất kiểm chứng trước khi tin có các lựa chọn từ không bao giờ đến luôn luôn.

Phỏng vấn được thực hiện với 14 người, mã hóa từ P01 đến P14. Người tham gia thuộc các nhóm tu sĩ, người có đào tạo Phật học, Phật tử thực hành, người có đào tạo Tôn giáo học, người thuộc tôn giáo khác, người không theo tôn giáo và người quan tâm đến các trào lưu tâm linh đương đại. Phát biểu phỏng vấn được sử dụng để phân tích quan điểm và cách diễn giải; các ước lượng của cá nhân không được xem là số liệu thống kê khách quan. Thông tin nhân thân cần được giới hạn để tránh nhận diện người tham gia.

Câu hỏi nghiên cứu

Bài viết tập trung vào ba câu hỏi:

Các nội dung về hiện tượng tâm linh trong mẫu nghiên cứu được trình bày với mức độ kiểm chứng như thế nào?

Những cơ chế tâm lý, sinh lý và truyền thông nào có thể góp phần giải thích cách người dùng tiếp nhận và chia sẻ các nội dung này?

Tư tưởng kinh Kalama, Duyên khởi và Vô thường có thể đóng góp gì cho thái độ tiếp nhận thông tin thận trọng, đồng thời tôn trọng sự khác biệt giữa niềm tin tôn giáo và tuyên bố có thể kiểm chứng?

I. Nội dung

1. Cơ sở Phật học của việc thẩm sát niềm tin

1.1 Kinh Kalama và tiêu chuẩn xem xét niềm tin

Kinh Kalama thuộc Tăng Chi Bộ, AN 3.65, đề cập sự thận trọng trước lời truyền tụng, truyền thống, văn bản, thẩm quyền và những suy luận chưa được xem xét đầy đủ (Thích Minh Châu, dịch, 1996). Bản kinh cũng không xem suy luận là căn cứ tự đủ để chấp nhận một quan điểm. Vì thế, diễn giải Kalama thành lời khuyên chỉ tin điều có vẻ hợp lý sẽ thu hẹp ý nghĩa của văn bản.

Tiêu chuẩn trong bản kinh gắn với việc nhận biết tính thiện hoặc bất thiện, sự đánh giá của người trí và hệ quả khi thực hành. Một quan điểm dẫn đến tổn hại, khổ đau cần được từ bỏ; những điều thiện, đem lại lợi ích và an lạc có thể được thực hành. Đây là cách thẩm sát có chiều kích đạo đức, không tương đương với quy trình thực nghiệm hiện đại.

Trong môi trường số, cách tiếp cận này gợi ra việc xem xét vì sao một thông tin được tin, có thể kiểm tra độc lập hay không và việc làm theo thông tin ấy ảnh hưởng thế nào đến người tiếp nhận. Uy tín của người nói, sự đồng tình của số đông hoặc sự phù hợp với mong muốn cá nhân đều cần được xem xét cùng bằng chứng. Thái độ thận trọng cũng cần hướng đến giảm tổn hại, tránh trở thành sự hoài nghi mọi quan điểm bất kể căn cứ.

Theo đáp lời phỏng vấn của Sư Ni ở Tiền Giang: (P06), (T. N. T.N): Cần áp dụng tinh thần “*đừng vội tin*” (Kinh Kalama) để quan sát xem nội dung đó có kích hoạt lòng tham, sân, si hay sự sợ hãi không. Nếu thông tin chỉ khiến tâm bất an hoặc mong cầu trị bệnh bằng phép thuật thì nên lướt qua.

1.2 Duyên khởi và cách xem xét nhiều điều kiện

Duyên khởi, Paṭiccasamuppāda, nhấn mạnh sự sinh khởi và chấm dứt của hiện tượng tùy thuộc các điều kiện. Trong kinh điển Nikāya, giáo lý này gắn với sự sinh khởi và đoạn diệt của khổ (Thích Minh Châu, dịch, 1993). Việc vận dụng vào nghiên cứu truyền thông chỉ được đặt ở bình diện phương pháp luận, không đồng nhất Duyên khởi với khoa học thần kinh, lý thuyết hệ thống hoặc vật lý hiện đại.

Một người tin và chia sẻ nội dung có thể chịu ảnh hưởng đồng thời của kinh nghiệm, kiến thức nền, cảm xúc, cộng đồng, cách diễn đạt và sự lặp lại của thông tin.

Tương tự, trải nghiệm được gọi là *“linh tính”* hoặc *“điềm báo”* cần được đặt trong hoàn cảnh cụ thể, có xét đến giấc ngủ, căng thẳng, kỳ vọng, ký ức và tác động xã hội.

Việc xác định nguyên nhân đòi hỏi dữ liệu riêng cho từng trường hợp.

Trong Kinh Thể nhập thuộc Tăng chi bộ, chương Sáu pháp (AN 6.63) và Kinh Sīvaka thuộc Tương ưng bộ, Tương ưng Thọ (SN 36.21): *“Đức Phật xác định nghiệp gắn với chủ ý hành động và được thực hiện qua thân, lời và ý.”* (Thích Minh Châu, dịch, 1996), (Thích Minh Châu, dịch, 1993). *“Nghiệp cũng cần được hiểu trong mối liên hệ với hành động có tác ý và hệ quả đạo đức. Quy mọi bệnh tật, may rủi hay biến cố về nghiệp của cá nhân sẽ bỏ qua những điều kiện khác.”* Với nội dung trên mạng, cách giải thích đơn nguyên nhân cần được thẩm sát, dù nguyên nhân ấy được gọi là *“vong”*, *“năng lượng xấu”* hay được quy giản thành *“do não”*.

1.3 Vô thường và việc quan sát phản ứng tâm lý

Vô thường, Anicca, chỉ tính biến đổi của các pháp hữu vi, liên hệ đến thân, cảm thọ và trạng thái tâm (Thích Minh Châu, dịch, 1992). Trong phạm vi bài viết, giáo lý này được vận dụng để xem xét khả năng quan sát cảm xúc trước khi hành động.

Một video gây sợ hãi có thể khiến người xem cảm thấy nguy cơ rất gần. Cảm giác ấy có thể thay đổi, nên không thể được dùng thay cho bằng chứng về mối đe dọa. Tương tự, sự chắc chắn khi nhớ lại một trải nghiệm chưa đủ bảo đảm mọi chi tiết trong ký ức đều chính xác.

Sự chú ý dành cho nội dung số cũng biến đổi theo thời gian. Đây là nhận xét về truyền thông, cần phân biệt với ý nghĩa giáo lý của Vô thường. Điểm vận dụng ở đây là khả năng dừng lại, nhận biết cảm xúc đang xuất hiện và xem xét thông tin trước khi bình luận hoặc chia sẻ. Hiệu quả của thực hành này còn cần được

kiểm định.

Theo đáp lời phỏng vấn của Đại Đức ở Lâm Đồng: (P09), (T. B. T): “Nên tuyên truyền, phổ biến các bài giảng về vô thường, nhân quả, nhân duyên và kinh Pháp Cú. Khuyến mọi người sống đúng chính pháp, giữ tâm ý trong sạch thông qua các buổi livestream pháp thoại trực quan.”



Hình ảnh chỉ mang tính chất minh họa. Ảnh sưu tầm.

2. Những cơ chế nhận thức và sinh lý cần cân nhắc

Raymond S. Nickerson (1998): Thiên kiến xác nhận là khuynh hướng ưu tiên thông tin phù hợp với niềm tin sẵn có và xem nhẹ dữ kiện trái chiều (Nickerson, 1998).

Trong việc tiếp nhận bói toán, một người có thể nhớ những dự đoán trùng hợp nhưng ít chú ý đến các dự đoán không xảy ra. Đây là giả thuyết giải thích cần được kiểm tra ở từng trường hợp, không phải kết luận mặc định về mọi người tin bói toán.

Bertram R. Forer (1949): Hiệu ứng Barnum/Forer liên quan đến việc người đọc cảm thấy những mô tả chung chung đặc biệt đúng với bản thân (Forer, 1949). Những nhận xét có phạm vi áp dụng rộng trong tử vi hoặc “đọc năng lượng” vì thế có thể tạo ấn tượng được thấu hiểu. Kỹ thuật đọc nguội, cold reading, sử dụng phỏng đoán, phản hồi và điều chỉnh phát ngôn trong tương tác, cũng là một hướng giải thích đối với một số tình huống được diễn giải là “đọc tâm trí” (Dutton, 1988).

Brian A. Sharpless và Jacques P. Barber (2011): tổng quan hệ thống tập trung vào tỷ lệ từng trải qua liệt khi ngủ trong các nhóm được nghiên cứu. Liệt khi ngủ được mô tả là tình trạng ức chế vận động chủ ý khi bắt đầu ngủ hoặc thức dậy. Công trình của Sharpless và Karl Doghramji (2015) xem xét hiện tượng từ các phương diện lịch sử, tâm lý và y học. Những nguồn này hỗ trợ nhận diện một hướng đối chiếu cho lời kể về bóng đè, không đủ để chẩn đoán người tham gia.

Philip D. Shenefelt (2011): tổng quan lịch sử về tín hiệu vận động ý tưởng bàn đến mối liên hệ giữa ý nghĩ và chuyển động được diễn giải thành thông điệp. Khái niệm này gợi ý cần phân biệt quan sát vật chuyển động với xác định tác nhân tạo chuyển động. Hồ sơ không có thí nghiệm về con lắc hoặc bàn cầu cơ, nên bài chưa áp dụng cơ chế ấy như lời giải đã xác lập cho một trường hợp.

3. Kết quả phân tích nội dung và tiếp nhận của người dùng

3.1 Khả năng kiểm tra nguồn và dấu hiệu thương mại hóa

Theo kết quả mã hóa được trình bày trong tư liệu của tác giả, nhóm nội dung tâm linh dân gian và nhóm có mức độ lan truyền cao nhìn chung có khả năng kiểm tra nguồn độc lập thấp hơn các nhóm khoa học và Phật giáo được chọn đối chiếu. Một số nội dung dựa vào lời kể cá nhân, video khó truy nguyên, hình ảnh cắt ghép hoặc tuyên bố thiếu tài liệu kiểm chứng.

Ở một bộ phận mẫu, thông điệp về vận hạn, nguy cơ vô hình và tài lộc xuất hiện cùng lời mời mua sản phẩm, sử dụng dịch vụ hoặc chuyển tiền. Đây là dấu hiệu về cách tổ chức nội dung và hoạt động thương mại. Dữ liệu chưa đủ để xác định động cơ chủ quan của tất cả người đăng hoặc quy mọi hoạt động nghi lễ có cúng dường thành trục lợi.

Các so sánh về khả năng kiểm tra nguồn và dấu hiệu thương mại hóa chưa có bảng tần số mã hóa đầy đủ hoặc kiểm định thống kê. Vì vậy, nhận xét về sự khác biệt được giữ ở mức mô tả mẫu, chưa xác lập khác biệt có ý nghĩa thống kê.

3.2 Đặc điểm của nhóm Phật giáo đối chiếu

Trong 13 video YouTube thuộc nhóm Phật giáo đối chiếu, nội dung thường viện dẫn kinh điển, giáo lý và trách nhiệm đạo đức. Các chủ đề được ghi nhận gồm nhân quả, phản biện mê tín, quan sát tâm, Duyên khởi, Vô thường và sự thận trọng trước tuyên bố về thần thông. Theo tiêu chí mã hóa của nghiên cứu, nhóm

này không ghi nhận việc trực tiếp chào bán bùa chú hoặc dịch vụ thay đổi vận mệnh.

Kết quả chỉ phản ánh các video đã được chọn, vốn có định hướng giáo dục hoặc phản biện. Việc đánh giá mức độ phù hợp với Kalama cũng phụ thuộc cách xây dựng tiêu chí. Từ mẫu này không thể kết luận về toàn bộ nội dung Phật giáo trên YouTube hoặc các nền tảng khác.

3.3 Thuật ngữ khoa học trong nội dung tâm linh

Một dạng nội dung trong mẫu sử dụng các từ “*năng lượng*”, “*tần số*”, “*rung động*”, “*lượng tử*” hoặc “*trường*” nhưng không làm rõ định nghĩa, cách đo hay tài liệu nghiên cứu. Cách diễn đạt ấy có thể tạo cảm giác có cơ sở khoa học trong khi người xem chưa có điều kiện kiểm tra tuyên bố.

Đánh giá những nội dung này cần dựa vào khái niệm, phương pháp và bằng chứng được trình bày. Sự tương đồng về từ ngữ giữa khoa học và Phật học không xác lập sự tương đương của hai hệ thống lý thuyết. Trong phạm vi dữ liệu của bài, vật lý lượng tử không được dùng để chứng minh ngoại cảm, thần thông, nghiệp hoặc Duyên khởi.

3.4 Kết quả khảo sát người dùng

Điểm trung bình ở mục tin rằng điểm báo có thật là 3,43/5 (77 câu trả lời), mục tin vào sự tồn tại của tiền kiếp là 3,22/5 (78 câu trả lời), và mục tin vào việc giao tiếp với người đã khuất là 3,06/5 (77 câu trả lời). Trong bảy tuyên bố về niềm tin được đối chiếu, mục về năng lực chữa bệnh của các thầy tâm linh có điểm trung bình thấp nhất, 1,77/5 (78 câu trả lời). Câu hỏi này không đề cập việc chữa bệnh hoàn toàn bằng tâm linh; kết quả chưa cho phép kết luận về khả năng đánh giá khoa học của người trả lời.

Các mục về phong thủy ảnh hưởng đến vận mệnh, tử vi dự đoán chính xác tương lai và bùa chú lần lượt có điểm trung bình 2,92/5 (78 câu trả lời), 2,47/5 (78 câu trả lời) và 2,56/5 (77 câu trả lời). Đây là điểm trung bình của mã trả lời theo từng mục; chưa có kiểm định về độ lớn hoặc ý nghĩa thống kê của các chênh lệch. Dữ liệu cũng chưa xác định vì sao người trả lời tin vào một số tuyên bố nhiều hơn những tuyên bố khác.

Về kiểm chứng trước khi tin, 40/78 người trả lời (51,3%) cho biết thường xuyên hoặc luôn thực hiện; 23/78 người (29,5%) cho biết thỉnh thoảng; 15/78 người (19,2%) cho biết hiếm khi hoặc không bao giờ. Tỷ lệ nhóm được tính từ số lượng gốc rồi làm tròn, không cộng các tỷ lệ thành phần đã làm tròn. Kết quả mô tả tần suất tự báo cáo, chưa đủ để kết luận người tham gia có năng lực tư duy

phản biện tốt.

Phát biểu kiểm tra nguồn gốc thông tin trước khi chia sẻ có điểm trung bình 3,95/5 (77 câu trả lời), còn phát biểu phân tích logic trước khi tin có điểm trung bình 3,74/5 (78 câu trả lời). Phát biểu cảm thấy thoải mái khi ngừng sử dụng mạng xã hội nếu nội dung quá tiêu cực có điểm trung bình 4,17/5 (78 câu trả lời). Mục cuối phản ánh cảm nhận, chưa đo trực tiếp tần suất hay hành vi chủ động ngừng sử dụng. Những kết quả này chưa chứng minh hiệu quả của chính niệm số.

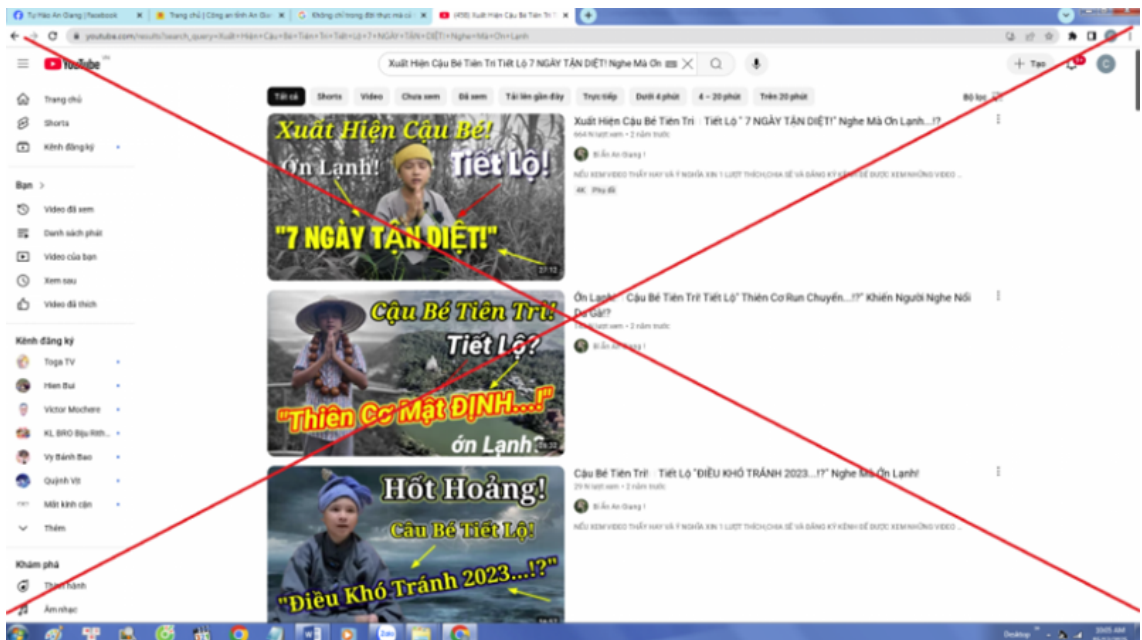
Ở câu hỏi về phương án giảm thông tin tâm linh chưa kiểm chứng, cho phép chọn tối đa ba lựa chọn, phương án về người dùng tự nâng cao tư duy được 60/78 người chọn (76,9%); phương án về giáo dục được 54/78 người chọn (69,2%); phương án về không lan truyền nội dung được 48/78 người chọn (61,5%). Kiểm duyệt nội dung của nền tảng được 41/78 người chọn (52,6%), quy định pháp luật rõ ràng được 27/78 người chọn (34,6%). Lướt chọn phản ánh ý kiến về giải pháp, không phải cam kết hành động hay bằng chứng về hiệu quả. Một số nhãn phương án bị rút gọn trong biểu đồ, nên cần đối chiếu biểu mẫu gốc trước khi công bố nguyên văn.

Một số người kể rằng từng có "*linh tính đúng*". Khảo sát chưa xác định được nguyên nhân của các trải nghiệm này. Ký ức chọn lọc, nhận diện mẫu, kinh nghiệm tích lũy và thiên kiến xác nhận là những giả thuyết có thể tiếp tục khảo sát, không phải nguyên nhân đã được xác lập.

3.5 Kết quả phỏng vấn bán cấu trúc

Trong phỏng vấn, các tu sĩ và người thực hành Phật giáo nhấn mạnh trách nhiệm cá nhân, nghiệp có tác ý và sự thận trọng trước việc biến tôn giáo thành giao dịch cầu lợi. Người có đào tạo Tôn giáo học chú ý đến kiểm chứng nguồn và thẩm quyền chuyên môn. Một số người không theo tôn giáo đề cập nỗi sợ, sự tò mò và cách nội dung lan truyền.

Người quan tâm đến "*manifest*" hoặc "*luật hấp dẫn*" mô tả việc tiếp xúc lặp lại có thể làm thông tin trở nên quen thuộc và có vẻ đáng tin. Những phát biểu này phản ánh cách nhìn của người tham gia, chưa chứng minh cơ chế gây ra niềm tin.



Ảnh sưu tầm.

4. Thẩm quyền tôn giáo và trách nhiệm truyền thông

Kinh Kevaṭṭa, DN 11, đặt sự giáo hóa bằng chỉ dạy cao hơn việc gây tin phục qua biểu diễn năng lực kỳ lạ. Kinh Sa-môn Quả, DN 2, liệt kê một số hình thức bói toán, xem điềm và dự đoán trong nhóm nghề nghiệp không phù hợp với đời sống xuất gia (Thích Minh Châu, dịch, 1991). Những nguồn này cho phép xem xét việc sử dụng quyền uy siêu nhiên trong hoạt động tôn giáo ở bình diện đạo đức.

Thích Thiện Siêu (1996) đề cập giới Ba-la-di thứ tư đối với việc tỳ-kheo cố ý tuyên bố gian dối về pháp thượng nhân mình chưa chứng đắc, khi đủ các yếu tố cấu thành giới. Cần phân biệt trường hợp này với việc nhắc đến thần thông nói chung; động cơ tài chính không phải điều kiện duy nhất quyết định sự phạm giới.

Việc xem xét một hành vi đòi hỏi căn cứ cụ thể về nội dung tuyên bố, tính minh bạch và hệ quả. Với người xuất gia, cần xác định giới điều và văn cảnh liên quan. Với cư sĩ hoặc chủ thể thương mại, chuẩn mực tôn giáo phải được phân biệt với tiêu chuẩn pháp lý và đạo đức xã hội. Có yếu tố cúng dường hay thu phí chưa đủ để kết luận về hành vi lừa dối.

5. Khung đánh giá năm phương diện

Từ khung lý thuyết và những quan sát trong mẫu, bài viết đề xuất năm phương diện để người dùng xem xét nội dung. Đây là công cụ định hướng, chưa phải

thang đo đã được kiểm định.

Thứ nhất là nguồn gốc. Người xem cần xác định ai tạo nội dung, bản gốc ở đâu, video có bị cắt khối ngữ cảnh hay không và có nguồn độc lập để đối chiếu không. Uy tín người nói cần được xem xét cùng khả năng truy nguyên thông tin.

Thứ hai là bằng chứng. Cần phân biệt lời kể với dữ liệu, xác định cách kiểm tra và cân nhắc các giả thuyết thay thế. Một trải nghiệm có thể có ý nghĩa đối với người kể nhưng chưa đủ để xác lập nguyên nhân khách quan.

Thứ ba là động cơ và lợi ích. Những lời mời mua sản phẩm, sử dụng dịch vụ, chuyển tiền hoặc hứa hẹn đổi vận cần được xem xét trong quan hệ với thông điệp tạo bất an. Dấu hiệu thương mại là căn cứ để đặt câu hỏi, không phải bằng chứng tự đủ về động cơ của người đăng.

Thứ tư là ảnh hưởng. Người tiếp nhận cần cân nhắc việc tin và hành động theo nội dung có thể gây tổn hại sức khỏe, tài chính hoặc quan hệ xã hội hay không. Tinh thần Kalama gợi ra việc đánh giá hệ quả của thực hành; Chính ngữ hỗ trợ cho sự quan tâm đến tính chân thật, hữu ích và đúng thời của lời nói.

Thứ năm là điều kiện phát sinh. Cần xem xét những yếu tố tâm lý, sinh lý, văn hóa, xã hội và công nghệ có thể liên quan. Nguyên tắc điều kiện tính giúp tránh vội quy một hiện tượng phức tạp về nguyên nhân duy nhất, còn Vô thường gợi nhắc sự biến đổi của trạng thái tâm trong quá trình tiếp nhận.

6. Chính niệm số và các kiến nghị

Bài viết đề xuất thực hành chính niệm số theo ba bước. Trước hết, người dùng dừng lại và nhận diện cảm xúc đang xuất hiện, như sợ hãi, ham muốn, tức giận hoặc tò mò. Việc này nhằm quan sát phản ứng và sự biến đổi của nó, không nhằm đè nén cảm xúc.

Tiếp đó, người dùng xem xét những điều kiện có thể ảnh hưởng đến cách hiểu: kỳ vọng sẵn có, trạng thái tâm lý, việc tiếp xúc lặp lại và khả năng video đã qua biên tập. Những câu hỏi này giúp mở rộng việc xem xét trước khi chấp nhận một cách giải thích duy nhất.

Cuối cùng, trước khi tương tác, cần kiểm tra nguồn, bằng chứng và hệ quả của việc chia sẻ. Khi chưa đủ thông tin, người dùng có thể chờ thêm dữ liệu. Ba bước được đề xuất từ khung lý thuyết của bài viết; nghiên cứu chưa đo lường hiệu quả của chúng như một biện pháp can thiệp tâm lý.

Đối với truyền thông Phật giáo, cần trình bày giáo lý trong văn cảnh kinh điển. Kalama cần được giải thích cùng tiêu chuẩn đạo đức và thực hành; Duyên khởi cần giữ quan hệ với tính điều kiện; Vô thường cần gắn với trải nghiệm thân tâm và sự chấp thủ. Việc dùng thuật ngữ khoa học để chứng minh giáo lý đòi hỏi bằng chứng tương ứng, tránh dựa vào sự giống nhau về cách gọi.

Đối với nền tảng và cơ quan quản lý, bài viết kiến nghị chú ý những nội dung sử dụng thông tin sai lệch hoặc đe dọa tâm linh để chiếm đoạt tài sản; đồng thời nghiên cứu cảnh báo đối với tuyên bố có nguy cơ gây thiệt hại về sức khỏe và tài chính. Đây là kiến nghị của tác giả, không phải kết quả đánh giá một chính sách hiện hành.

Nghiên cứu tiếp theo cần mở rộng mẫu, công khai cách lựa chọn tư liệu, định nghĩa rõ các tiêu chí và sử dụng ít nhất hai người mã hóa độc lập để kiểm tra độ tin cậy. Tác động của thuật toán cần có thiết kế khảo sát riêng, thay vì suy ra từ số lượt tương tác. Việc phân biệt nội dung tôn giáo, nội dung thương mại và tuyên bố khoa học cần được duy trì trong toàn bộ quá trình phân tích.

7. Giới hạn nghiên cứu

Mẫu 151 nội dung được chọn có chủ đích, nên kết quả không đại diện cho toàn bộ Facebook, YouTube hoặc TikTok. Các nhóm khoa học và Phật giáo đối chiếu cũng chịu ảnh hưởng của tiêu chí lựa chọn. Khảo sát ghi nhận 78 phản hồi nhưng số câu trả lời thay đổi theo mục; mẫu có tỷ lệ người trình độ đại học cao và tập trung nhiều ở người trẻ. Phỏng vấn 14 người phản ánh những quan điểm được thu thập trong phạm vi nghiên cứu. Các kết quả không được suy rộng cho toàn bộ người dùng mạng xã hội.

Những đánh giá về sợ hãi, bình an hoặc mức độ phù hợp với Kalama phụ thuộc cách mã hóa. Hồ sơ nghiên cứu chưa trình bày đầy đủ thời gian thu thập dữ liệu, quy trình tuyển người và sàng lọc phiếu, nhãn thang trả lời, sổ tay mã hóa hoặc kết quả kiểm tra độ tin cậy giữa người mã hóa. Các điểm trung bình khảo sát được tính từ tần số tổng hợp; chưa có dữ liệu từng người để kiểm tra quan hệ giữa các mục hay xác nhận thang đo tổng hợp. Vì vậy, khả năng kiểm tra độc lập và diễn giải các chênh lệch còn hạn chế.

Nghiên cứu khảo sát cách trình bày và tiếp nhận nội dung, không tiến hành thí nghiệm xác nhận hoặc phủ nhận mọi hiện tượng siêu nhiên. Các cơ chế nhận thức được viện dẫn là nguồn lý thuyết để xây dựng giả thuyết giải thích. Khung năm phương diện và thực hành chính niệm số là đề xuất chưa được kiểm nghiệm về hiệu quả.

8. Kết luận

Trong phạm vi mẫu nghiên cứu, một số nội dung về hiện tượng tâm linh thiếu khả năng kiểm tra nguồn độc lập; ở một bộ phận mẫu, thông điệp liên quan bất an và tài lộc đi kèm lời mời sử dụng sản phẩm hoặc dịch vụ. Khảo sát ghi nhận điểm trả lời khác nhau giữa các tuyên bố niềm tin và 40/78 người (51,3%) tự báo cáo thường xuyên hoặc luôn kiểm chứng trước khi tin. Phỏng vấn bổ sung những cách hiểu về trải nghiệm, thẩm quyền và trách nhiệm khi tiếp nhận thông tin. Những kết quả này được giữ trong giới hạn của mẫu, chưa xác lập chất lượng kiểm chứng hoặc nguyên nhân hình thành niềm tin.

Khoa học nhận thức cung cấp các giả thuyết để xem xét việc hình thành niềm tin, còn Kalama, Duyên khởi và Vô thường đóng góp nguyên tắc thẩm sát, nhận diện điều kiện và quan sát phản ứng tâm lý. Việc kết hợp hai hướng tiếp cận có giá trị khi giữ rõ phạm vi của từng nguồn, tránh dùng giáo lý thay thế bằng chứng thực nghiệm hoặc dùng một cơ chế khoa học giải thích mọi trải nghiệm.

Khung đánh giá năm phương diện và thực hành chính niệm số hướng đến khả năng phân biệt lời kể cá nhân với bằng chứng khách quan, nhận diện lợi ích thương mại và cân nhắc hệ quả trước khi chia sẻ. Để đánh giá giá trị thực hành của các đề xuất, cần tiếp tục công bố dữ liệu, hoàn thiện quy trình mã hóa và thực hiện những nghiên cứu kiểm định phù hợp.

Tác giả: **Phạm Quang Sắc**

Tài liệu tham khảo:

1. Benedetti, F. (2008). Mechanisms of placebo and placebo-related effects across diseases and treatments. *Annual Review of Pharmacology and Toxicology*, 48, 33-60.
<https://doi.org/10.1146/annurev.pharmtox.48.113006.094711>
2. Benedetti, F., Carlino, E., & Pollo, A. (2011). How placebos change the patient's brain. *Neuropsychopharmacology*, 36(2), 339-354.
<https://doi.org/10.1038/npp.2010.81>
3. Dutton, D. L. (1988). The cold reading technique. *Experientia*, 44(4), 326-332.
<https://doi.org/10.1007/BF01961271>
4. Forer, B. R. (1949). The fallacy of personal validation: A classroom demonstration of gullibility. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 44(1),

118-123.

<https://doi.org/10.1037/h0059240>

5. Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of General Psychology*, 2(2), 175-220.

<https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175>

6. Sharpless, B. A., & Barber, J. P. (2011). Lifetime prevalence rates of sleep paralysis: A systematic review. *Sleep Medicine Reviews*, 15(5), 311-320.

<https://doi.org/10.1016/j.smr.2011.01.007>

7. Sharpless, B. A., & Doghramji, K. (2015). *Sleep paralysis: Historical, psychological, and medical perspectives*. Oxford University Press.

<https://doi.org/10.1093/med/9780199313808.001.0001>

8. Shenefelt, P. D. (2011). Ideomotor signaling: From divining spiritual messages to discerning subconscious answers during hypnosis and hypnoanalysis, a historical perspective. *American Journal of Clinical Hypnosis*, 53(3), 157-167.

<https://doi.org/10.1080/00029157.2011.10401754>

9. Thích Minh Châu (dịch). (1991). *Kinh Trường bộ (Dīgha Nikāya)*. Nhà xuất bản Tôn giáo

10. Thích Minh Châu (Dịch). (1992). *Kinh Trung bộ (Tập 1)*. Viện Nghiên cứu Phật học Việt Nam.

11. Thích Minh Châu (Dịch). (1993). *Kinh Tương ưng bộ (Tập 2, Thiên Nhân duyên)*. Viện Nghiên cứu Phật học Việt Nam.

12. Thích Minh Châu (Dịch). (1993). *Kinh Tương Ưng Bộ (Tập IV)*. Viện Nghiên cứu Phật học Việt Nam.

13. Thích Minh Châu (dịch). (1996). *Kinh Tăng chi bộ (Aṅguttara Nikāya)*. Nhà xuất bản tôn giáo

14. Thích Minh Châu (Dịch). (1996). *Kinh Tăng Chi Bộ (Tập II)*. Viện Nghiên cứu Phật học Việt Nam.

15. Thích Thiện Siêu. (1996). *Cương yếu giới luật*. Viện Nghiên cứu Phật học Việt Nam.

16. Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.

<https://doi.org/10.1126/science.aap9559>