

VÀI TRÒ CỦA NGƯỜI LÀM TRUYỀN THÔNG PHẬT GIÁO TRONG THỜI ĐẠI CÔNG NGHỆ SỐ



ĐD.Thích Tâm Thành

Chánh Thư Ký - Trưởng BTTTT GHPGVN tỉnh Nghệ An
Tham luận tại Đại hội Đại biểu Phật giáo toàn quốc lần thứ IX

Nam mô Bốn Sư Thích Ca Mâu Ni Phật.
Kính bạch Chư Tôn đức!
Kính thưa Quý vị đại biểu!
Kính thưa Đại hội!

Thế kỷ XXI - kỷ nguyên công nghệ số đã cho phép con người có thể giao tiếp, tương tác với nhau thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng hoặc truyền thông xã hội. Trong điều kiện khoa học kỹ thuật phát triển như hiện nay, sự giao tiếp của công chúng dường như không còn khoảng cách. Với xu thế toàn cầu hóa, hiệu quả tác động của báo chí truyền thông đã và đang được toàn thế giới quan tâm, bởi nó ảnh hưởng đến các mặt đời sống xã hội, đến lợi ích của từng quốc gia và mỗi công dân. Trước tình hình phát triển chung ấy, Phật giáo Việt Nam cũng không ngoại lệ, hòa mình trong dòng chảy và sự vận hành của xã hội hiện đại hội nhập và phát triển, Phật giáo cũng nhận biết được tầm quan trọng của phương tiện truyền thông trong thời hiện đại là điều tối ưu và cần thiết.. và đã, đang sử dụng những thành tựu công nghệ tiên tiến của nhân loại, nhằm đưa Phật pháp vào đời để chuyển hóa nhân gian, hướng chúng sinh đến sự an lạc. Đó cũng là một bước tiến thuận lợi cho chúng ta trong việc hoằng pháp truyền bá chính pháp. Tuy nhiên bên cạnh những thuận lợi đó thì còn tồn đọng rất nhiều thử thách và khó khăn. Đối diện với vấn đề này thì người làm truyền thông Phật giáo cần có trách nhiệm như thế nào để tối ưu những mặt tích cực và hạn chế phần tiêu cực ấy.

Kính thưa đại hội!

Truyền thông, 2 từ mà chúng ta thường xuyên nghe và nhắc tới. Vậy truyền thông là gì?

“Truyền là truyền đạt, Thông là 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”. 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.

Từ khái niệm về “truyền thông” nêu trên, “truyền thông Phật giáo” cũng không nằm ngoài mục đích truyền đạt và lan tỏa những thông tin đến với các cá nhân, cộng đồng. Truyền thông Phật giáo chính là truyền đạt và chia sẻ thông tin đến cá nhân hoặc cộng đồng, 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”. Đó là quá trình truyền tải, thông tin về nhiều mặt đời sống Phật giáo và Tăng đoàn đến xã hội. 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.



Với khái niệm trên thì truyền thông Phật giáo đã có mặt từ hàng nghìn năm qua, Kinh Tương Ưng, Thiên Đại Phẩm Đức Phật dạy: “Hãy ra đi, này các Tỳ kheo, đem sự tốt đẹp lại cho nhiều người, đem hạnh phúc đến nhiều người. Vì lòng từ bi, hãy đem sự tốt đẹp, lợi ích và hạnh phúc lại cho chư Thiên và nhân loại. Mỗi người hãy đi một ngả. Này hỡi các Tỳ kheo, hãy hoằng dương giáo pháp, toàn hảo ở đoạn đầu, toàn hảo ở đoạn giữa, toàn hảo ở đoạn cuối cùng, toàn hảo trong cả hai, tinh thần và văn tự. Hãy công bố đời sống thiêng liêng cao thượng, vừa toàn thiện, vừa trong sạch”.

Đức Phật đã cùng các thánh đệ tử của mình đi truyền bá giáo lý, vì lòng từ bi, vì trí tuệ phổ tế chúng sanh. Không có một nơi ở nhất định, một mình và không tiền của, những nhà truyền giáo đầu tiên ấy đi đây đi đó để truyền dạy giáo pháp. Tăng đoàn là đại diện của Đức Phật tồn tại ở thế gian. Đó là giáo đoàn gồm những vị xuất gia truyền thừa qua nhiều thế hệ, sống theo tinh thần giới luật của Phật chế định.

Sự tồn tại của truyền thông Phật giáo lúc bấy giờ truyền thông Phật giáo đã tồn tại không bằng vũ khí, phương tiện và công nghệ, không dựa vào một nguồn tài lực kinh tế dồi dào, mà đơn thuần chỉ bằng sức mạnh của trí tuệ, lòng từ bi và đức hạnh, bởi vì Tăng đoàn tượng trưng cho Tam Bảo, đã thừa hành sứ mạng, mang chính pháp truyền thừa mạng mạch. Tăng cũng chính là hiện thân của những vị Thánh giả, những người đã giác ngộ chân lý tối thượng siêu xuất thế gian. Truyền thông Phật giáo chủ yếu bằng lời nói, hình ảnh Tăng đoàn trang nghiêm thánh thiện, những cử chỉ nhẹ nhàng dễ mến và bằng tất cả tâm lực để truyền tải giáo pháp đến cho mọi người. Từ đó, kênh truyền thông Phật giáo truyền thống tiếp tục có những đóng góp quan trọng và cần thiết cho nhân loại. Hơn 2.500 năm qua, Tăng đoàn đã duy trì và phát triển giáo

pháp của Đức Phật, khiến cho gia tài chính pháp của Ngài không bị mai một mà ngày càng thêm đa dạng và phong phú hơn. Để có kết quả này phụ thuộc vào chính những người làm truyền thông Phật giáo và các thế hệ tiếp nối.

Người làm công tác truyền thông Phật giáo cũng chính là những người đang làm công tác hoằng truyền giáo pháp. Vai trò của người hoằng pháp hay người làm truyền thông Phật giáo rất quan trọng. Mang trọng trách sứ giả của Như Lai đưa đạo vào đời góp phần làm cho cho xã hội an bình nhân dân an lạc. Truyền thông khiến quá trình hoằng pháp trở nên đa dạng và sáng tạo hơn.

Đức Phật đã nói từ lâu rằng con người là kẻ thừa tự những gì do chính họ tạo ra. Chiêm nghiệm lời Phật dạy và nhìn vào thực tế chúng ta thấy con người tạo ra máy điện toán, điện thoại cầm tay, trang mạng toàn cầu, truyền hình, báo chí, v.v... Rồi cũng chính con người ở một bình diện nào đó là nạn nhân của những sản phẩm kia. Mọi thứ luôn tồn tại 2 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 tích cực và tiêu cực. Thời gian gần đây, Phật giáo cũng bị ảnh hưởng nhiều. Các vấn nạn sư giả danh, những thông tin hình ảnh xấu, những phát ngôn sai sự thật với mục đích câu view câu like... nhằm hạ bệ hình ảnh của Phật giáo của Giáo hội tràn lan.

Kính thưa đại hội!

Đối diện với những vấn nạn tiêu cực đó, thì trách nhiệm của những người làm công tác truyền thông là gì và làm cách nào để hạn chế những điều đó?

Đối với Phật giáo tất cả những người con Phật dù là Tăng Ni hay Phật tử đều là những người làm công tác truyền thông. Người làm truyền thông việc tiếp nhận thông tin và đưa thông tin cần đảm bảo tính chính xác tuyệt đối. Để có thể nhận định được những điều đó là đúng hay sai thì người làm công tác truyền thông phải trau dồi cho mình thật chắc về kiến thức Phật giáo. Có kiến thức Phật pháp sẽ giúp cho công việc viết, biên tập chính xác, đúng chính pháp, không lạc đường.

Lợi dụng vào sự phát triển của truyền thông tạo ra các trang thông tin điện tử chính thống, cập nhật và lưu trữ những tài liệu, kinh điển Phật giáo. Để tất cả mọi người đều có thể nắm bắt thông tin nhiều nhất và chính xác nhất. Hiện nay nhìn chung thì Phần lớn các trang thông tin điện tử Phật giáo do các tự viện, tu sĩ và cư sĩ thiết lập đều muốn truyền bá ánh sáng Phật pháp đến muôn nơi. Tuy nhiên với truyền thông số, không chỉ với lòng nhiệt huyết là được, cần phải có kỹ năng và nghiệp vụ và cần có tính thống nhất. Vì thế đội ngũ truyền thông này cần phải được đào tạo, bồi dưỡng một cách bài bản.

Mục đích của truyền thông là làm thế nào để khiến cho người khác nghe, thấy, hiểu và biết được vấn đề, những giá trị mà Phật giáo đang muốn hướng tới, để rồi từ đó đưa họ đến với đời sống tốt đẹp và toàn thiện hơn.

Khi đăng tải thông tin trên các trang cá nhân, chúng ta cần có Chính kiến và Chính tư duy, đặc

biệt là các trang mạng có sức ảnh hưởng lớn như facebook, youtube, tiktok, twitter... Một số tu sĩ sử dụng facebook một cách nghiêm túc bằng cách dùng tên chùa hay pháp danh của mình để đăng tải những bài nghiên cứu Phật pháp và hoạt động phật sự...điều này rất đáng trân trọng.

Tuy nhiên lại có một số vị cho rằng mạng là thế giới ảo, sử dụng mạng xã hội với tính tự phát và thiếu khách quan thường xuyên đăng tải các hình ảnh phản cảm không đúng với oai nghi của một người xuất gia gây nên những cái nhìn sai lệch về Phật giáo. Trong xã hội hiện nay, không phải ai khi tiếp cận với truyền thông đều có mục đích tốt. Có những người, họ lập các tài khoản mạng xã hội với mục đích để kiếm tiền nên sẵn sàng lao vào săn tin bất chấp đúng sai. 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. Vì thế, là Tăng Ni mà khi sử dụng mạng xã hội một cách lạm dụng, thiếu cẩn trọng, cập nhật những điều không cần thiết như đăng tải những hình ảnh bê tha, ca múa... làm xấu đi hình ảnh của một người xuất gia và uy tín của Phật giáo, điều đó chỉ gây phản cảm trong mắt cộng đồng và tệ hơn làm cho Phật tử dần mất tín tâm vào Tăng Ni và dần xa rời đạo pháp. Và hơn nữa sẽ bị các đối tượng xấu 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, tất cả những thông tin hình ảnh đưa lên mạng xã hội cần có sự chọn lọc một cách tinh tế, nên chọn và truyền tải những hình ảnh làm tăng giá trị của Phật giáo và vẻ đẹp của Tăng đoàn khéo léo đưa giáo lý Phật dạy để những người thân bạn bè đồng nghiệp có thể dần dần thấm nhuần tư tưởng Phật giáo.

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 mỗi người cần chuẩn bị cho mình đầy đủ những trang bị khi gia nhập mạng xã hội. Đó chính là giới hạnh, đạo đức 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. 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. Chính vì vậy, người làm công tác truyền thông Phật giáo phải có tâm, trách nhiệm, phải chẩn chu, truyền tải được những thông điệp tốt đẹp. Không nên vì lợi ích cá nhân mà làm những điều phi đạo đức, ảnh hưởng đến Giáo hội.

Kính thưa đại hội!

Tóm lại, truyền thông Phật giáo gánh vác một sứ mệnh khó khăn, nhất là trong thời đại công nghệ thông tin phát triển như vũ bão hiện nay với tình trạng ngày càng phức tạp của thế giới ảo. Sứ mệnh khó khăn đó là vừa chu toàn chức năng truyền thông hiện đại với việc bắt kịp những tiến bộ và đổi thay nhanh chóng từng ngày, vừa giữ gìn được truyền thống phẩm chất giải thoát và giác ngộ của Phật giáo. 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.

Qua đó chúng ta nhận thấy trách nhiệm truyền thông Phật giáo không còn là của một cá nhân hay tập thể nào đó mà tất cả đại chúng đều phải có trách nhiệm không vô cảm thờ ơ. Mỗi chúng ta hãy là một hồng pháp viên thông minh hoằng dương chính pháp để Phật giáo mãi trường tồn bất diệt./.

ĐĐ.Thích Tâm Thành

Chánh Thư Ký - Trưởng BTTTT GHPGVN tỉnh Nghệ An

Tham luận tại Đại hội Đại biểu Phật giáo toàn quốc lần thứ IX