

Truyền thông Phật giáo thời hiện đại

ISSN: 2734-9195 12:29 28/04/2022

Tác giả: **Đại đức Thích Hữu Đạt Chùa Bửu Sơn, 24 Xóm Vôi, Phường 14, Quận 5, Tp.HCM**

A. DẪN NHẬP

Theo Giáo lí của đức Phật Thích Ca, thế giới này là tự thân nó tồn tại, không phải do ai và cũng không phải Đấng sáng tạo nào tạo ra. Thế giới là Vô thường, vạn vật đều luôn vận động và phát triển. Số phận con người cần phải do chính bản thân mình chịu trách nhiệm và tự định đoạt. Phật giáo với những giáo trị phổ quát về lòng từ bi, tu tâm, hành thiện, luôn hướng con người đến với những giá trị nhân văn cao quý.

Xuôi theo cùng dòng chảy của thời đại, một trong những phát minh vĩ đại có giá trị thực tiễn góp phần rút ngắn khoảng cách địa lý giữa người với người đó là sự ra đời của mạng lưới internet. Trong thời đại công nghệ hóa, toàn cầu hóa như hiện nay, việc quan hệ hợp tác, giao lưu, trao đổi văn hóa giữa các quốc gia là một xu hướng tất yếu. Trong sự phát triển đó, truyền thông đóng một vai trò quan trọng bởi nó tác động lên mọi lĩnh vực của đời sống kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội, tôn giáo.

Với mong muốn lan tỏa những giá trị cao quý và lòng từ bi của đức Phật đến với tất cả mọi người, Phật Giáo nhận biết được tầm quan trọng của phương tiện truyền thông trong thời hiện đại là điều tối ưu và cần thiết nhất. Chính vì thế, tại Đại hội Đại biểu Phật giáo toàn quốc nhiệm kỳ VII (2012-2017), GHPGVN đã thành lập Ban Thông tin Truyền thông để có tiếng nói chính thức của GHPGVN trong thông tin quản lý điều hành Phật sự và truyền bá chính pháp. Kể từ đó, Phật giáo đã sử dụng truyền thông như một phương tiện tối ưu để đưa Đạo vào đời, đã góp phần to lớn vào sự nghiệp hoằng dương chính pháp, mang đạo vào đời thể hiện tính nhập thế của Phật giáo rất hiệu quả.

Nhận thức được tầm quan trọng của truyền thông đối với Phật giáo cũng như để hiểu rõ hơn về vấn đề này, người viết đã chọn đề tài: “Truyền thông Phật giáo

thời hiện đại” để thực hiện nghiên cứu. Trong khuôn khổ bài viết này, người viết bằng phương pháp văn bản học sẽ tập trung đến hai vấn đề chính, đó là “Khái quát về truyền thông Phật giáo” và “truyền thông Phật giáo trong thời đại mới”.

B. NỘI DUNG

Chương 1: Khái quát về truyền thông Phật giáo

1.1. Truyền thông là gì

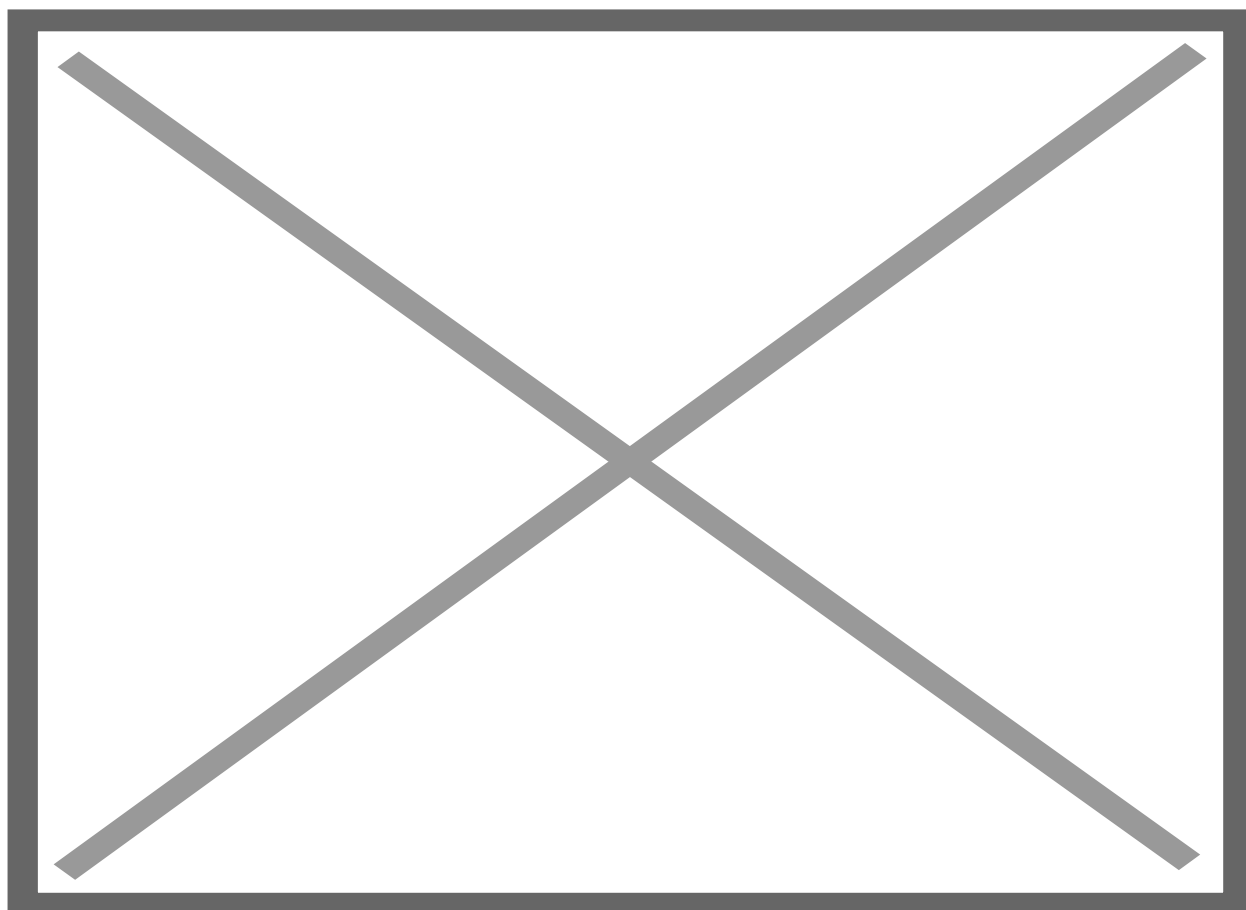
Khái niệm “truyền thông” là một trong những thuật ngữ được sử dụng phổ biến trong các hoạt động truyền bá, quảng cáo. Đặc biệt, trong thời đại công nghệ bùng nổ thông tin 4.0 như hiện nay thì truyền thông nắm một vai trò hết sức quan trọng. Một trong những nhu cầu đó là trao đổi thông tin sự ra đời của nhu cầu này đã tạo ra sự phát triển của truyền thông. Vậy “truyền thông” là gì? Hiểu một cách nôm na thì “truyền” là truyền đạt và “thông” là thông tin, trong tiếng Anh từ “truyền thông” là “Communication” nó có nghĩa là sự truyền đạt, thông tin, thông báo, giao tiếp, trao đổi, liên lạc, giao thông..., vậy “truyền thông” chính là những hoạt động truyền đạt hay lan tỏa thông tin đến với đối tượng nhận thông tin.

Theo các nhà khoa học thì “truyền thông” là sự liên kết giữa các thông tin trong hành vi và nhận thức của con người. Giữa nhận thức và hành vi của con người lúc nào cũng có khoảng cách. Và “truyền thông” là nhằm mục đích tạo nên sự đồng nhất hoặc ít ra cũng rút ngắn khoảng cách ấy. Khái niệm “truyền thông” đã được Frank Dance đề cập vào những năm 1970, Ông cho rằng: “Truyền thông là hoạt động truyền phát và trao đổi thông tin giữa người với người, nhằm đạt được sự hiểu biết và tạo ra sự giao tiếp, liên kết xã hội.”[1] . Từ đó về sau tùy vào các ngành nghề khác nhau trong xã hội mà có những định nghĩa tương xứng với từng lĩnh vực đó. Chúng ta có thể dễ dàng tìm thấy trên các trang mạng xã hội về hàng loạt những về “truyền thông” khác nhau, ví dụ như: “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.. hay “truyền thông” là quá trình truyền thông tin có nghĩa giữa các cá nhân với nhau. Là quá trình trong đó một cá nhân (người truyền tin) truyền những thông điệp với tư cách là những tác nhân kích thích (thường là những ký hiệu ngôn ngữ) để sửa đổi hành vi của những cá nhân khác (người nhận tin); “truyền thông” (communication) là quá trình trao đổi thông điệp giữa các thành viên hay các nhóm người trong xã hội nhằm đạt sự hiểu biết lẫn nhau,...[2] Tuy nhiên, dù định nghĩa thế nào thì “truyền thông” vẫn không nằm ngoài bản chất của nó là sợi giây gắn kết giữa nhận thức và hành vi, chính vì thế mà Vũ Tiến Thành đã đúc kết về “truyền

thông” với một khái niệm chung nhất, đó là “Truyền thông là một quá trình liên tục trao đổi hoặc chia sẻ thông tin, tình cảm, kĩ năng nhằm tạo sự liên kết lẫn nhau để dẫn tới sự thay đổi trong hành vi và nhận thức.”[3]

Có thể thấy “truyền thông” là hoạt động không thể tách rời trong cuộc sống giữa các mối quan hệ con người với nhau trong xã hội. Từ chính những việc làm như đốt lửa để thông báo cho nhau về việc săn bắt, cũng như thông báo về các mối nguy hiểm có thể xảy ra của các bộ lạc thời tiền sử hay những việc làm thông tin liên lạc với nhau bằng các phương tiện hiện đại ngày nay đều là điều kiện để tạo nên những mối quan hệ xã hội giữa người với người với nhau có sự gắn kết, đó chính là tính chất của “truyền thông”. Nếu như không có “truyền thông” thì thật khó để cho chúng ta thông cảm cho nhau và hiểu nhau nhiều hơn.

[caption id="attachment_13274" align="aligncenter" width="700"]



Ban Thông tin Truyền thông T.Ư GHPGVN và BTS GHPGVN tỉnh TT.Huế tổ chức Khóa Bồi dưỡng nghiệp vụ “Thông tin Truyền thông Phật giáo thời đại 4.0” tại chùa Từ Đàm, TT.Huế[/caption]

1.2. Định nghĩa về truyền thông Phật giáo

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, nhưng chỉ khác là thông tin truyền tải đó là những thông điệp của Phật giáo mang các giá trị đạo đức cao đẹp hướng con người đến một lối sống Chân, thiện, mỹ.

Xét về khái niệm “truyền thông Phật giáo” đã có nhiều công trình nghiên cứu khác nhau của các nhà nghiên cứu, tuy nhiên để nhận thấy một khái niệm phù hợp với Phật Giáo hiện nay, đó 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 đó là quá trình truyền tải các thông điệp giá trị của Phật giáo như: tư tưởng, giáo lý, đạo đức, giới luật, phương pháp tu tập, các hoạt động phật sự khác,..... đến với các đối tượng tăng, ni, tín đồ phật tử và các tín đồ không phải theo đạo Phật. Với mục đích trao đổi thông tin qua lại với nhau khiến cho Giáo Pháp của đức Phật ngày càng được thấm sâu hơn vào đời sống tinh thần của mọi người, để rồi giúp thay đổi nhận thức và điều chỉnh hành vi của từng cá nhân 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.

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. Bởi vì 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.

Có thể thấy Phật Giáo là một thành tố quan trọng và không thể tách rời ra khỏi đời sống xã hội. Và “Truyền thông Phật giáo” cũng 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. Chính vì thế, Phật giáo đã từng bước tiếp cận và sử dụng những thành tựu công nghệ tiên tiến của nhân loại, nhằm đưa Phật Pháp vào đời, với phương châm “tốt đời, đẹp Đạo” để chuyển hóa nỗi khổ niềm đau của tha nhân, dẫn dắt họ hướng đến chân trời an vui, hạnh phúc và giải thoát khổ đau.

Chương 2: Truyền thông Phật giáo trong thời đại mới

2.1. Truyền thông Phật Giáo thời Đức Phật

Khi nói về “truyền thông Phật giáo”, không phải cho đến hôm nay khi công nghệ 4.0 phát triển, “truyền thông Phật giáo” mới có mặt, mà ngay từ những ngày đầu Đạo Phật xuất hiện, “truyền thông Phật giáo” đã được thiết lập. Từ khi đức Phật chuyển pháp luân lần đầu tiên tại vườn Lộc uyển, bánh xe pháp được vận hành đồng nghĩa với việc kênh truyền thông của đạo Giác ngộ đã bắt đầu phát tín hiệu để sẵn sàng kết nối với thế giới. 45 năm trên các nẻo đường hoàng hoá của mình, đức Phật đã đi khắp nơi trong xứ Ấn, tùy duyên, tùy trình độ tiếp nhận mà phương tiện thuyết pháp phù hợp để hóa độ chúng sinh.

Bước ngoặt đánh dấu cho sự ra đời “truyền thông Phật giáo” trong thời đức Phật một cách rõ ràng nhất đó là sự kiện khi đức Thế Tôn bảo với các hàng đệ tử rằng: “Này các Tỳ kheo!... hãy lên đường vì lợi lạc của nhiều người, vì hạnh phúc của số đông, vì lòng lân mẫn đối với thế gian, vì lợi lạc, vì hạnh phúc của trời và người. Các ông hãy đi, nhưng đừng đi hai người cùng một hướng, hãy đi mỗi người một ngã, hãy truyền bá chính pháp... Hãy phát lên ngọn cờ của bậc thiện trí, hãy truyền dạy giáo pháp cao siêu, hãy mang lại sự tốt đẹp cho người khác; được vậy, là các ông đã hoàn tất nhiệm vụ.”[5]. Với sứ mệnh truyền trao và lan tỏa những giá trị đạo đức cao đẹp mà đức Phật đã chỉ dạy cho từng vị đệ tử, đến với tất cả mọi người, mọi tầng lớp khác nhau trong xã hội đều được tiếp nhận nhằm mang lại hạnh phúc, an vui. Mặc dù, thời kỳ đó chưa có một định nghĩa khái quát về truyền thông như thế nào?, nhưng những việc làm mà đức Phật đã khuyến khích và hướng dẫn các vị đệ tử thực hiện cũng thể hiện được bản chất của truyền thông. Vì vậy, “truyền thông Phật giáo” chắc chắn đã xuất hiện từ thời đức Phật, khi Ngài còn tại thế và việc làm thể hiện rõ nét nhất đó chính là công việc hoằng pháp.

Yếu tố đầu tiên và cũng là quan trọng nhất trong công việc sự hoằng pháp độ sinh nói chung và “truyền thông Phật giáo” nói riêng vào thời kỳ đức Phật đó chính là ngôn ngữ. Khác với thời hiện đại ngày nay, việc trao đổi liên lạc thông tin với nhau hay giảng dạy những giáo lý chỉ cần thông qua những ứng dụng mạng xã hội như: Facebook, Twitter, blog, Friendster, hi5, Tagged, Flixster, Classmates, Bebo, Orkut, Netlog, Google+, LinkedIn, Tumblr,..., cho dù là có khác biệt về mặt ngôn ngữ, thì vẫn có thể khiến cho đối tượng được nghe hiểu rõ được. Thế nhưng, trong thời kỳ đức Phật sự liên lạc và giảng dạy với nhau rất cần vấn đề về ngôn ngữ, và nó được xem là vấn đề trở ngại rất lớn cho “truyền thông Phật giáo”. Chính vì thế, đức Phật trong công cuộc truyền trao giáo pháp đến với mọi người, Ngài không chỉ sử dụng thông thạo một loại ngôn ngữ bản xứ nơi mình sinh sống mà Ngài còn rất am tường những loại ngôn ngữ khác nhau, như “Với tín đồ Vương Xá Ngài nói tiếng nước Ma Kiệt Đà. Với tín đồ Xá Vệ Ngài nói tiếng nước Kiều Tát La. Với tín đồ Ba La Nại Ngài nói tiếng Ca Thi...”[6].

Qua đó chúng ta thấy, sự tồn tại của “truyền thông Phật giáo” thời điểm bấy giờ được thể hiện trực tiếp qua hình ảnh của đức Phật và các hàng đệ tử của Ngài. Bằng việc sử dụng ngôn ngữ, với tất cả tâm lực từ bi, hạnh nguyện vị tha và oai nghi khả kính, đức Phật và các vị Thánh chúng đã đi du hành khát thực khắp nơi và thuyết pháp cho mọi người chính từ kim khẩu của mình. Sự ra đời chữ viết được xem là một sự sáng tạo tiến bộ vượt bậc của con người và nó tồn tại cho đến ngày nay như là một phương tiện lưu trữ truyền thông rất hữu hiệu trong cuộc sống.

Cho đến ngày nay, hơn 25 thế kỷ đã trôi qua, Tăng đoàn Phật giáo đã phát triển không còn giới hạn trong phạm vi lãnh thổ Ấn Độ mà Phật giáo đã có mặt khắp nơi và trở thành biểu tượng của một tôn giáo hòa bình trên thế giới. Tuy đức Phật đã nhập diệt nhưng Tăng đoàn là đại diện của đức Phật tồn tại ở thế gian, với sứ mệnh lan tỏa niềm an vui, hạnh phúc đến với tất cả mọi người. Hình ảnh chư tăng là hiện thân của những vị Thánh giả, những người đã giác ngộ chân lý tối thượng siêu xuất thế gian và cũng là những người đem ánh sáng đạo Phật vào nhân gian.

2.2. Phật giáo với truyền thông ngày nay

Sự ra đời và phát triển của mạng lưới Internet được xem là một trong những thành tựu lớn lao của nhân loại, nó giúp rút ngắn thời gian và khoảng cách giữa người với người với nhau, giữa quốc gia này với quốc gia khác, giữa nền văn hóa này với nền văn hóa khác. Nếu như trước đây để hiểu rõ về nền văn hóa hay ngôn ngữ của một quốc gia nào khác, thì phải đến tận nơi đó để sinh sống và làm việc thì mới có thể quen thuộc được, nhưng ngày nay những công việc khó khăn ấy chỉ cần ở một nơi thông qua một chiếc máy tính, hay một chiếc điện thoại là có thể nắm vững khái quát được. Như trong Phật giáo chúng ta có câu “Nhất niệm thông tam giới” nghĩa là chỉ cần một niệm móng tâm sinh khởi thì làn sóng tâm niệm này có thể ảnh hưởng đến với tất cả ba cõi: Dục giới, Sắc giới, Vô sắc giới. Điều đó cũng gần như tương tự thời đại ngày nay, chỉ trong chớp mắt, trong một cái nhấp tay hay cái bấm tay trên máy điện thoại cầm tay thì một bản tin, một sự kiện, một hình ảnh có thể đi khắp thế giới và ảnh hưởng đến rất nhiều người.

Phật Giáo đến với truyền thông ngày nay có thể nói vừa là cơ hội và cũng là thách thức; cơ hội là có thể truyền tải thông điệp Phật giáo một cách nhanh chóng, kịp thời và rộng rãi đến với mọi người trong xã hội, còn thách thức ở đây là những thông tin trước khi đưa ra cộng đồng cần cân nhắc và chọn lọc kỹ lưỡng, và hơn hết đó là tôn trọng tính sự thật của thông tin. Như trước đây, khi A Nan từng hỏi đức Phật phải làm thế nào để chứng minh cho những lời dạy của

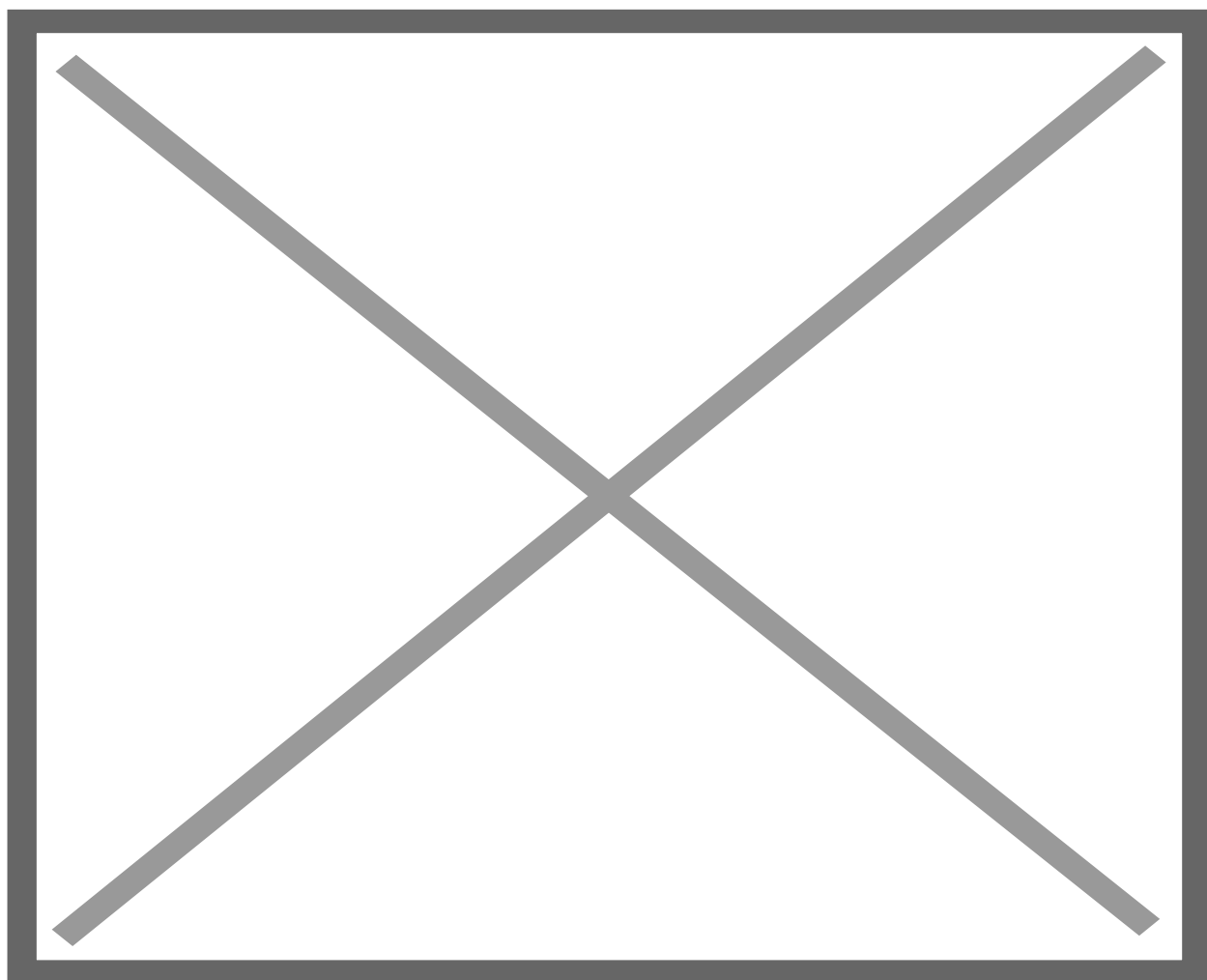
Ngài được ghi chép lại là hoàn toàn là chân thật, thì Ngài đã chỉ dạy khúc đầu câu mỗi bài Kinh với câu “Như thị ngã văn”, nghĩa là “như thật tôi nghe” – là ghi lại chân thật những gì tôi nghe từ lời đức Phật, không thêm, không bớt. Thì ngày nay, việc đưa ra những thông tin Phật giáo đến với cộng đồng cần có sự nhìn nhận, xử lý và đánh giá khách quan, trung thực với thông tin, sự kiện, để làm cho người tiếp nhận thông tin không ngộ nhận hoặc hiểu sai lệch thông điệp mà Phật giáo muốn gửi đến. Vì vậy, để đảm nhận những trọng trách này không ai khác đó chính là người truyền tin, mà ở đây chính là tăng, ni và phật tử.

Như đã nêu trên, đối với người làm công tác “truyền thông Phật giáo” thì hàng Tu sĩ xuất gia và cư sĩ tại gia đóng vai trò rất quan trọng, ngoài việc cần có một đời sống đạo đức, tu tập làm mô phạm cho cộng đồng thì còn phải có tâm với công việc truyền thông này. Chữ tâm ở đây không chỉ hiểu về khía cạnh tận tụy hết mình với nghề mà còn là sự thiện lành trong công việc tiếp cận và xử lý thông tin. Tức là tâm thiện lành biết nghĩ cho người khác trước khi đăng một bản tin, một bài viết hay một hình ảnh lên các phương tiện thông tin truyền thông đại chúng. Việc nghĩ cho người khác còn thể hiện tinh thần vị tha của nhà Phật, sự biết cảm thông, biết thấu hiểu cũng như biết điều mình sắp làm sẽ tác động như thế đối với cá nhân, tập thể và mọi người trong xã hội. Pháp luật cho phép quyền tự do ngôn luận, thế nhưng không có nghĩa chúng ta tùy tiện muốn nói hay viết bất cứ điều gì trên phương tiện thông tin truyền thông, đặc biệt đó lại là những người đại diện cho một triết lý với những giá trị đạo đức cao đẹp như Phật giáo thì điều đó lại càng cần nhắc kỹ lưỡng.

Với sự phát triển của mạng lưới internet như hiện nay, đã làm cho “truyền thông Phật giáo” đến với đại đa số quần chúng một cách dễ dàng và chủ động hơn. Thông thường việc truyền tải những giáo lý hay các tin tức Phật sự của 2-3 thập kỷ trước chủ yếu chỉ thông qua các ấn phẩm in, kinh sách được in giấy, các bài giảng được thu vào băng cát sét, đĩa DVD, CD để truyền nhau nghe, đọc. Nhờ vào sự tiến bộ vượt bậc của khoa học công nghệ hiện đại, Phật giáo đã có thể tiếp cận đến với từng cá nhân, từng gia đình chỉ cần thông qua các phương tiện truyền thông như điện thoại, máy tính,... đã có thể nắm bắt được giáo lý và những thông tin Phật sự ở khắp nơi, từ trong nước cho đến nước ngoài, chính vì vậy mà “việc tuyên truyền chính pháp trên các kênh truyền hình Phật giáo cũng như trên các trang web, các trang mạng xã hội đã giúp cho các tầng lớp trong xã hội tiếp cận Phật giáo một cách chính thống, và tìm hiểu đạo Phật một cách rõ ràng, cụ thể, để từ đó có chính kiến, cái nhìn chính pháp áp dụng trong đời sống hàng ngày”. [7]

Bên cạnh, việc đăng tải các video, bài pháp thoại của các vị thầy đức hạnh, tu chân chính có khả năng diễn giải một cách dễ hiểu giáo lý của đức Phật trên

mạng xã hội hay đơn giản chỉ là những bài chia sẻ kinh nghiệm tu tập của các vị tôn túc trên kênh Youtube, website... Khi đăng tải như vậy sẽ có hàng trăm ngàn, thậm chí là hàng triệu lượt xem với mỗi video và như thế số người được xem, được tiếp cận, được mở rộng một cách đáng kể. Hoặc khi diễn ra buổi pháp thoại có những người vì bận công việc, vì gia duyên, vì khoảng cách địa lí... nhưng chỉ bằng một click chuột thì họ vẫn có thể xem, học tập những gì mà vị thầy đã truyền dạy.



Đặc biệt, trong thời gian diễn ra dịch bệnh Covid-19 như thời gian qua, ... chính ngay thời điểm này, khi mọi người thực hiện giãn cách xã hội. Ban Thông tin Truyền thông Phật giáo đã có những hoạt động thông tin tuyên truyền tích cực đến tăng ni, phật tử để thực hiện nghiêm túc các chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ, Bộ Y tế, các văn bản hướng dẫn của Bộ Nội vụ, Ban Tôn giáo Chính phủ, các cơ quan chức năng của địa phương, tham gia phòng chống dịch bệnh có hiệu quả tốt. kịp thời cung cấp, truyền tải những thông tin, hình ảnh và mở ra các cổng thông tin hỗ trợ nhân dân rất thiết thực: hỗ trợ túi thuốc an sinh, bình oxy, lương thực thực phẩm... chỉ cần thực hiện theo mẫu để đăng ký hoặc liên hệ đến cổng tin theo hướng dẫn sẽ nhận được sự hỗ trợ kịp thời. đồng thời đối với vai trò hướng dẫn chăm sóc đời sống tâm linh, vai trò của truyền thông Phật

giáo đã phát huy vai trò vị trí của mình trong việc “hộ quốc an dân” bằng việc thực hiện các buổi lễ cầu nguyện, thuyết giảng, khóa tu, quy y online... để bất cứ trong hoàn cảnh nào mọi người cũng đều có thể tiếp cận với Phật giáo trên mọi phương diện, các phật tử được học giáo pháp, nương tựa tam bảo để có đời sống nội tâm vững chãi giữa biến động bên ngoài.

Có thể thấy, nhờ vào sự phát triển vượt bậc của công nghệ hiện đại và sự lan tỏa nhanh mạnh của truyền thông ngày nay, mà Phật giáo đã có nhiều cách để đưa Phật Pháp đến gần gũi với nhân gian hơn, để hình ảnh của đạo Phật đi vào cuộc đời không còn bị hạn chế ở một vài phương pháp truyền thống như trước đây. Chính vì thế, trách nhiệm và sự cần mẫn của những người xử lý và truyền đạt thông tin đến với quần chúng là rất quan trọng. Tăng, ni, phật tử ngày nay đứng trước sự phát triển của thời đại công nghệ, để thích ứng phù hợp hay không, để có thể đưa Giáo Pháp vào cuộc đời được hay không, công việc này được xem là thử thách lớn không phải chỉ riêng ai.

2.3. Những khó khăn của truyền thông Phật giáo trong thời hiện đại

Trước tiên cần hiểu rõ nguyên nhân dẫn đến những khó khăn mà “truyền thông Phật Giáo” thời hiện nay đang vướng phải, đó là sự khủng hoảng của thông tin truyền thông, đây được xem là vấn nạn chung của truyền thông ngày nay; “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.”[8] Nhìn nhận từng những thực trạng trên các trang mạng xã hội như Youtube, Facebook, Tik tok,... hiện nay dễ dàng nhận thấy những video hay bài viết có số lượng lượt xem cao đa phần đều có chứa những nội dung không được lành mạnh, còn những video và bài viết có những nội dung giáo dục đạo đức con người, nghiên cứu khoa học,... thì lượt truy cập lại rất ít. Có thể thấy với mong muốn có những nội dung gây sốc, độc, lạ thôi thúc tính tò mò của người xem mà các tác giả của những nội dung này đã sẵn sàng bất chấp, biến tấu nội dung khác với sự thật về một cá nhân, tổ chức hay hình ảnh xuyên tạc để thu hút nhiều người xem nhằm thu lại lợi nhuận cao cho bản thân. Chính vì thế, đã tạo nên sự nhiễu loạn về mặt thông tin trên các trang mạng xã hội ngày nay, làm cho người tiếp nhận thông tin không biết đâu là vấn đề đúng đắn, tạo nên tâm lý đồng thuận chạy theo sự đánh giá chung của đám đông và không còn có cái nhìn nhận khách quan, điều đó ảnh hưởng rất tiêu cực đối với các cá nhân và tổ chức bị khai thác thông tin.

“Truyền thông Phật giáo” đã chịu tác động không ít từ vấn nạn truyền thông này. Như chúng ta đã biết, mạng xã hội không dành riêng cho ai, ai cũng có quyền đăng tải và xem bất cứ cái gì trên đó khi được để chế độ công khai vì thế

mà có một số kẻ xấu đã lợi dụng để trà trộn vào, lồng ghép vào những giáo điều sai trái, truyền bá tư tưởng bất thiện làm sai lệch đi ý nghĩa thánh thiện giải thoát của kinh điển. Hay sự đăng tải các bài giảng của một số tăng, ni vì trải nghiệm chưa đủ, còn thuyết giảng với tư tưởng, suy nghĩ, quan điểm của cá nhân và cho rằng đó là ý của Phật vì thế làm sai lệch, mất đi giá trị bài pháp thoại theo đúng nghĩa của nó. Từ đó khiến những người mới tìm hiểu về giáo lý giác ngộ của đức Phật bị mơ hồ, nghi hoặc, chao đảo thậm chí làm thối lui tâm Bồ Đề ban đầu của họ bởi thật giả lẫn lộn hay dẫn đến những tư tưởng lệch lạc cho rất nhiều người vì họ chưa đủ sức để phân biệt đâu là chính pháp đâu là tà và tất cả những video đó tràn lan không có sự quản lý chuyên nhất.

Thứ đến sự khó khăn mà “truyền thông Phật giáo” ngày nay đang phải đối diện đó là nguồn nhân lực, như đã đề cập bên trên nguồn nhân lực ở đây chính là sự thể hiện của bóng dáng của người Tu sĩ và cư sĩ Phật giáo làm truyền thông. Trong khi hàng tu sĩ rất e ngại trong việc tham gia tác nghiệp làm “truyền thông Phật giáo”, đa phần vì tính chuyên môn còn quá ít, chỉ mang tính chất tự phát, thiếu tính chuyên nghiệp, chưa được trang bị kỹ thuật và kỹ năng của nghề. Còn các cư sĩ Phật tử tuy có kinh nghiệm chuyên môn về truyền thông thế nhưng lại rất hạn chế về kiến thức Phật học khiến cho những bài viết và cách tiếp cận thông tin còn nhiều bất cập.

Về mặt nội dung của thông tin cũng là vấn đề mà “truyền thông Phật giáo” đang phải đối diện, cho đến hiện tại vẫn chưa thông nhất với nhau về quy chế, quy định, điều luật cụ thể cũng như việc quản lý và lãnh đạo nên các hoạt động thông tin truyền thông. Những nội dung mang tính cá nhân, tính tự phát truyền thông không có chủ đích và tập trung, thậm chí đôi khi đăng tải nhiều nội dung không đúng với tư tưởng giáo lý nhà Phật mang tính chủ quan và suy diễn của cá nhân, thì những trường hợp này cần phải được xem xét xử lý, đúng với tinh thần giới luật của đức Phật.

Đối với hoạt động Phật sự, hoàng pháp thông qua truyền thông hiện đại còn là một khái niệm xa lạ với Chư tôn đức niên cao lap trưởng. Phần lớn Chư tôn đức lớn tuổi không thích giới thiệu, thậm chí không muốn viết về những thành tựu Phật sự của các Ngài đã đạt được. Một số vị rất ngại rằng người viết sẽ trích dẫn sai ý kiến hoặc diễn đạt theo xu hướng câu chuyện, có thể làm ảnh hưởng đến uy tín và đạo hạnh của các Ngài. Tâm lý này đã gây ra không ít khó khăn cho những người làm “truyền thông Phật giáo”. Tăng, ni trẻ làm truyền thông chuyên nghiệp thì chưa được khích lệ và tạo điều kiện thuận lợi trong việc học tập, để nâng cao kiến thức thế học, kiến thức liên quan đến lĩnh vực truyền thông chuyên môn.

Sự khó khăn cuối cùng đó là về trang thiết bị kỹ thuật truyền thông chưa có sự đầu tư và đồng bộ thống nhất. Chưa thu hút được nguồn kinh phí từ các tín đồ Phật tử quan tâm hỗ trợ cúng dường nhằm đảm bảo đủ trang thiết bị hoạt động phục vụ cho công tác truyền thông. Việc ghi hình, quay video, đăng tải bài thuyết pháp lên trang mạng gần như các tăng, ni và Phật tử chưa tự làm được do thiếu phương tiện máy móc hoặc thiếu kỹ năng sử dụng máy tính, sử dụng phần mềm chuyên dụng cần phải thuê mướn nên tốn kinh phí nhiều vì thế mà không phải bài tất cả những giáo lý và thông tin Phật sự nào cũng đủ nhân duyên để được xuất hiện trên mạng xã hội.

Đối diện với những thách thức và khó khăn này, đặc biệt đối với người làm “truyền thông Phật giáo” cần nhận thức được tầm quan trọng của truyền thông Phật giáo trong thời đại ngày nay, với sự tiến bộ nhanh chóng của khoa học hiện đại và tận dụng sức lan tỏa mạnh mẽ của lĩnh vực này để truyền tải thông điệp Phật giáo đến gần gũi với mọi người hơn. Bên cạnh đó, ý thức được trách nhiệm của mình trong công tác hoằng truyền giáo pháp nên cần cân nhắc kỹ lưỡng trước khi đăng tải một bài viết, một bản tin hay một hình ảnh của một cá nhân, tập thể tác động tốt hay xấu đối với họ. Đồng thời, người làm công tác truyền thông còn phải tự phát triển bản thân mình: trau dồi và tích lũy kinh nghiệm, kỹ năng chuyên môn; kiến thức Phật học chuyên sâu; giữ gìn đạo đức, giới hạnh; ý thức được vai trò và trách nhiệm của người làm truyền thông.

Ở một khía cạnh khác, đức Phật từng chỉ dạy con người chịu trách nhiệm cho những hành động, lời nói và ý nghĩ của mình tạo ra. Suy ngẫm về những lời dạy đó của Ngài, chiếu theo những thực trạng vấn đề thường thấy hiện nay “chúng ta thấy con người tạo ra máy điện toán, điện thoại cầm tay, trang mạng toàn cầu, truyền hình, báo chí,... Rồi cũng chính con người ở một bình diện nào đó là nạn nhân của những sản phẩm kia.”[9] Những năm trước đây, cần phải đợi thật lâu mới nhận được tin tức hay phản hồi của một đối tác, ngày nay dù ở bên kia đại dương cũng vẫn có thể xuất hiện ngay trước mắt mình, điều đó càng dẫn tới con người ngày càng có sự thay đổi về mặt cảm xúc rất nhanh, dĩ nhiên trong đó có cảm xúc tiêu cực. Những sự mâu thuẫn dẫn đến xung đột thấy thấy ở giới trẻ ngày nay đa phần cũng từ chính thế giới ảo này do con người tạo ra

Sự phát triển của truyền thông hiện đại đã đóng góp rất nhiều cho sự lan tỏa giáo pháp của đức Phật trong đời sống hiện nay, thế nhưng bên cạnh đó vẫn còn những khó khăn, hạn chế và thách thức cần được nhìn nhận và đánh giá khách quan để hiểu rõ khắc phục những mặt hạn chế này. Vì vậy, sự vận dụng đúng mức vai trò và chức năng của truyền thông cho công cuộc hoằng pháp mang lại hiệu quả rộng lớn không những trong giới Phật Giáo mà còn đối với quần chúng xã hội bên ngoài.

C. KẾT LUẬN

Truyền thông có vai trò rất quan trọng trong sự phát triển xã hội ngày nay. Truyền thông là một quá trình liên tục trao đổi hoặc chia sẻ thông tin, tình cảm, kỹ năng nhằm tạo sự liên kết lẫn nhau để dẫn tới sự thay đổi trong hành vi và nhận thức. “Truyền thông Phật giáo” với sứ mệnh đưa những giá trị đạo đức cao đẹp của đức Phật vào cuộc đời, và là cầu nối giữa tăng, ni, phật tử và các tầng lớp khác trong xã hội, để hiểu rõ hơn về bản chất và con đường mà Phật Giáo đang muốn hướng tới.

Với sự phát triển của công nghệ như hiện nay, các phương tiện truyền thông đại chúng khác nhau, phổ biến nhất là Phát thanh, Truyền hình, Báo chí và Internet, trong thời đại bùng nổ công nghệ thông tin này, thì truyền thông đại chúng có vai trò càng quan trọng hơn đối với đời sống xã hội, có thể nói đây là thời điểm thuận lợi để hình thành cầu nối giữa Phật giáo đến với mọi một cách nhanh chóng và tiện lợi nhất.

Bên cạnh những tiện ích mà truyền thông hiện đại mang lại, “truyền thông Phật Giáo” còn phải gặp nhiều khó khăn, nhất là trong thời đại tin học bùng nổ hiện nay với tình trạng ngày càng phức tạp nhiều loạn của thế giới thông tin truyền thông, không chỉ vừa chu toàn chức năng truyền thông hiện đại với việc bắt kịp những tiến bộ và đổi thay nhanh chóng từng ngày, mà còn phải giữ gìn được truyền thống phẩm chất giải thoát và giác ngộ của Phật giáo.

Tóm lại, “truyền thông Phật giáo” trong thời hiện đại với đầy đủ các phương tiện truyền thông để truyền tải giáo pháp đức Phật, truyền tải những gương hạnh cao quý của Tăng đoàn, truyền tải những công tác phật sự quan trọng của Phật giáo đến với cộng đồng xã hội trong cũng như ngoài nước. Mục đích cuối cùng của truyền thông Phật giáo là công tác hoằng truyền giáo pháp, chuyển hóa khổ đau, đem đến sự bình an hạnh phúc và thịnh vượng cho người đọc người nghe. Đồng thời chấn chỉnh kịp thời những thông tin sai lệch gây ảnh hưởng đến hình ảnh Tăng đoàn, đem lại chính kiến cho những người con Phật. Bên cạnh đó là sự định hướng về tư tưởng, về sự phát triển của tổ chức Phật giáo Việt Nam nói riêng và cộng đồng Phật giáo trên toàn thế giới nói chung.

Tác giả: **Đại đức Thích Hữu Đạt Chùa Bửu Sơn, 24 Xóm Vôi, Phường 14, Quận 5, Tp.HCM**

*** CHÚ THÍCH: [1] <http://timtailieu.vn/tai-lieu/bao-chi-va-thong-tin-doi-ngoai-47170/> (Ngày truy cập: 05/11/2021). [2] Vũ Tiến Thành, *Giáo trình Cơ sở lý luận & các loại hình báo chí truyền thông*, Học viện Công nghệ bưu chính viễn thông, Hà Nội, 2015, Tr.6. [3] nt, Tr.8. [4] “Truyền thông Phật giáo qua cái nhìn Bát

Chánh Đạo”, www.vuonhoaphatgiao.com. (Ngày truy cập: 05/11/2021). [5] Mahāvagga – Đại Phẩm, Luật tạng, chương Trọng yếu, tụng phẩm thứ 2, đoạn 32. Xem bản dịch của Indacanda Nguyệt Thiên, <http://www.budsas.org/uni/u-luat-daipham/dp-00.htm>. (Ngày truy cập: 09/11/2021). [6] Cao Hữu Đính, Văn Học Sử Phật Giáo, Nhà xuất bản Minh Đức, 1971, Tr.35-36. [7] <https://www.phattuvietnam.net/phat-huy-vai-tro-thong-tin-truyen-thong-phat-giao-thoi-dai-4-0/> (Ngày truy cập: 07/11/2021). [8] <http://phatgiaonamdinh.vn/tin-tuc/tin-xa-hoi/ha-noi-hoi-thao-nu-gioi-phat-giao-voi-linh-vuc-bao-chi-.html> (Ngày truy cập: 07/11/2021). [9] Huỳnh Kim Quang, Từ mảnh đất tâm, United Buddhist Foundation, 2017, Tr.146.

TÀI LIỆU THAM KHẢO 1. <http://timtailieu.vn/tai-lieu/bao-chi-va-thong-tin-doi-ngoai-47170/> (Ngày truy cập: 05/11/2021). 2. Vũ Tiến Thành, Giáo trình Cơ sở lý luận & các loại hình báo chí truyền thông, Học viện Công nghệ bưu chính viễn thông, Hà Nội, 2015. 3. “Truyền thông Phật giáo qua cái nhìn Bát Chánh Đạo”, www.vuonhoaphatgiao.com. (Ngày truy cập: 05/11/2021). 4. Mahāvagga – Đại Phẩm, Luật tạng, chương Trọng yếu, tụng phẩm thứ 2, đoạn 32. Xem bản dịch của Indacanda Nguyệt Thiên, <http://www.budsas.org/uni/u-luat-daipham/dp-00.htm>. (Ngày truy cập: 09/11/2021). 5. Cao Hữu Đính, Văn Học Sử Phật Giáo, Nhà xuất bản Minh Đức, 1971. 6. <https://www.phattuvietnam.net/phat-huy-vai-tro-thong-tin-truyen-thong-phat-giao-thoi-dai-4-0/> (Ngày truy cập: 07/11/2021). 7. <http://phatgiaonamdinh.vn/tin-tuc/tin-xa-hoi/ha-noi-hoi-thao-nu-gioi-phat-giao-voi-linh-vuc-bao-chi-.html> (Ngày truy cập: 07/11/2021). 8. Huỳnh Kim Quang, Từ mảnh đất tâm, United Buddhist Foundation, 2017. <https://tapchinghiencuuphathoc.vn/hoang-phap-va-truyen-thong-trong-ky-nguyen-4-0.html> <https://tapchinghiencuuphathoc.vn/phat-giao-va-truyen-thong.html> <https://tapchinghiencuuphathoc.vn/ung-dung-phuong-tien-truyen-thong.html>