

HOÀNG PHÁP VỚI PHƯƠNG TIỆN TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI

Thích An Tấn*

1. DẪN ĐỀ:

Xét về tính chất và hiệu dụng truyền thông xã hội đó là sự lan tỏa một cách nhanh chóng về hình ảnh và âm thanh, hay nói một cách khác là làm cho thế giới trở thành “ thế giới phẳng” thì đức Phật là bậc thầy trong vấn đề này. Vì sao như vậy, vì chúng ta nhớ lại một đoạn kinh trong bài kinh Du Hành ““Này các Tỳ kheo, hãy du hành, vì hạnh phúc cho quần chúng, vì an lạc cho quần chúng, vì lòng thương tưởng cho đời, vì lợi ích, vì hạnh phúc, vì an lạc cho chư Thiên và loài Người (Tương Ứng Bộ Kinh I, 128)”. Qua đoạn kinh đó, chúng ta thấy, **Đức Phật cách chúng ta trên 25 thế kỷ nhưng đã thấu triệt tác dụng sức mạnh sự tác động của hình ảnh và âm thanh.** Chư Tăng du hành có nghĩa là làm hình ảnh Tăng đoàn Phật giáo được lan tỏa trong quần chúng. Khi thuyết pháp đó là sức mạnh của âm thanh được phổ biến. Và đó cũng là một ý nghĩa rất quan trọng của hạnh khát thực. Giống như quảng cáo hay PR làm cho khách hàng quen thuộc với hình ảnh thương hiệu sản phẩm, làm cho họ không quên khi sản phẩm đó được lập đi lập lại. Đầu tiên ta tìm hiểu khái niệm.

2. KHÁI NIỆM “TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI” VÀ SỨC MẠNH TRUYỀN THÔNG

2.1 Khái niệm Truyền Thông Xã hội:

Theo từ điển wikipedia, “truyền thông xã hội (tiếng Anh: Social

* Đại đức (Phó thường trực BTTT.PGLA)

Media) là một thuật ngữ để chỉ một cách thức truyền thông kiểu mới, trên nền tảng là các dịch vụ trực tuyến, do đó các tin tức có thể chia sẻ, và lưu truyền nhanh chóng và có tính cách đối thoại vì có thể cho ý kiến hoặc thảo luận với nhau. Những thể hiện của Social Media có thể là dưới hình thức của các mạng giao lưu chia sẻ thông tin cá nhân (MySpace, Facebook, Yahoo 360) hay các mạng chia sẻ những tài nguyên cụ thể (tài liệu – Scribd, ảnh – Flickr, video – YouTube), Ví dụ: MySpace và YouTube trong cuộc tranh cử tổng thống Mỹ 2008”. Qua khái niệm ta có thể cách đơn giản: truyền thông xã hội là cách truyền đạt thông tin nhanh chóng qua các dịch vụ mạng xã hội và có tính tương tác, thời sự cao. Vì người đọc tin có thể phản hồi ý kiến trực tiếp và thông tin ngay khi sự kiện đang diễn ra.

2.2 Nhận thức rõ sức mạnh của Truyền thông:

Một ví dụ hiện thực, chúng ta đặt câu hỏi, tại sao quý Tôn đức trưởng thượng có nhiều bài giảng hay, lỗi lạc về Phật học nhưng ít người biết đến, quý tu sĩ trẻ lại nhiều người biết, có nhiều nguyên nhân nhưng chắc ở đây là vấn đề truyền thông của các Tăng sĩ trẻ tốt hơn quý Tôn đức. Chính vì truyền thông có sức mạnh như vậy, nên các nhà nghiên cứu truyền thông đã nhận định, truyền thông là quyền lực thứ tư của nhân loại, đứng sau Lập pháp, Hành pháp và Tư pháp. Truyền thông thêu dệt ra mạng lưới dư luận xã hội, định hướng suy nghĩ và nhận thức. Đó là lý do tại sao Donald Trump dành được phiếu bầu cử, vì rằng ông có chiến lược truyền thông qua mạng xã hội rất tốt, là một trong những nguyên nhân lớn giúp ông chiến thắng trước các đối thủ khác. Nhận thức tầm quan trọng và sức mạnh Báo chí Truyền thông như vậy, để ý thức rằng nó là phương pháp hiệu quả để Phật pháp được phổ biến hay nói cách khác hoàng pháp có hiệu quả. Vì rằng, chúng ta không phải lấy thước đo thời gian, hay miệt mài lao động mà hiệu quả nằm ở phương pháp làm việc chứ không phải các yếu tố nêu trên. Chúng ta không tìm ra phương pháp làm việc thì giống như cố công lấy cát nấu thành cơm.

3. NGƯỜI NGƯỜI LÀM BÁO – NGƯỜI NGƯỜI HOÀNG PHÁP

Nếu trước đây, công nghệ chưa phát triển, mạng xã hội chưa phát triển thì chỉ có những người được đào tạo về Truyền thông mới có năng lực làm Truyền thông. Nhưng hiện nay, ngoài xã hội cũng như

trong tự viện, trên thực tế đa phần đều đang làm truyền thông nhưng mang tính thụ động, chính vì thụ động nên phát sinh ra nhiều vấn đề tiêu cực. Gọi là thụ động vì họ đang tham gia Truyền thông hằng ngày nhưng họ không ý thức được là mình đang làm Truyền thông mà chỉ đơn giản là sự tham gia, không nhận thức được nội hàm của Truyền thông. Gọi là người người làm truyền thông vì đa phần mọi người đều sử dụng Smartphone và đa phần có tham gia các mạng xã hội như Facebook, zalo, wechat, intagram v.v...

Như vậy, có chấp nhận hay không chấp nhận thì thực tế là đại đa số đang tham gia Truyền thông. Nó như một dòng nước chảy từ trên cao xuống, chúng ta không thể cấm dòng thác đó, việc cần làm là chúng ta định hình cho dòng nước đó chảy về đâu. Vì vậy, Tăng Ni trẻ hiện nay cũng giống như ngoài xã hội, họ đã tham gia Truyền thông một cách thụ động, chưa ý thức hết được hai mặt của Truyền thông. Nếu các cấp lãnh đạo Giáo dục Phật giáo, các học đường Phật học, các tự viện không giảng dạy, không hướng dẫn về kiến thức Truyền thông cho quý Tăng Ni “trẻ” thì Phật giáo nhận được mặt hại của Truyền thông nhiều hơn mặt lợi. Và chúng ta đã biết, truyền thông có sức mạnh, tương tác rất cao trong thiết chế xã hội hiện tại; nó định hướng dư luận, điều tiết xã hội, giáo dục xã hội v.v... không đơn giản. Chính vì vậy, nếu quý Tăng Ni được giáo dục bài bản về Truyền thông thì đây là lực lượng hoàng pháp hùng hậu, và công cụ hoàng pháp hiệu quả nhất trong bối cảnh hiện nay

4. LỢI ÍCH CỦA TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI QUA GÓC NHÌN HOÀNG PHÁP:

“Hoàng pháp vi gia vụ; Lợi sanh vi bản hoài”, câu thành ngữ này, người đệ tử Phật ai cũng biết đến. Vậy từ ý nghĩa của nó, mặt nhiên một điều, hoàng pháp là bổn phận thiêng liêng của người đệ tử Phật. Và đã gọi là thiêng liêng, có nghĩa là không có một lý sự gì về hoàng pháp hay không hoàng pháp, cố nhiên đệ tử Phật phải truyền bá Chánh pháp, đó là bản nguyện của người tu. Và câu thành ngữ đó, còn nói lên một ý nghĩa rất quan trọng, đó là làm sao Phật pháp được phổ cập. Vậy, vấn đề đặt ra ở đây là, phương pháp nào để Phật pháp được lan toả và khi có phương pháp rồi thì định hướng hoạt động của nó ra sao. Như Trung ương Giáo hội Phật giáo Việt Nam đã nêu ra những trọng tâm hoạt động “*Đẩy mạnh truyền thông Phật giáo như một kênh hoàng pháp*” và tạng từ của Hoà thượng Chủ tịch

“ **Tâm trong, trí sáng, ngòi bút thép**” cho lớp tập huấn Truyền thông – Công tác hành chánh văn phòng, được tổ chức tại huyện đảo Phú Quốc (từ ngày 19 – 22/4/2018, đã nói lên sự nhìn nhận và quan điểm của Phật giáo về Truyền thông. Vậy chúng ta nhìn về Truyền thông và các mạng xã hội có giúp gì được hay có những ưu thế gì cho việc hoằng pháp là phải xem xét thật nghiêm túc và thấu đáo.

4.1 Phổ cập hình ảnh đạo Phật:

Như chúng tôi đã nói ở phần dẫn đề, hình ảnh và âm thanh có sức tương tác cao nhất trong giao tiếp mà Đức Phật chúng ta đã sử dụng qua hình ảnh khắc sī và du hành hoằng pháp. Giờ đây, để làm hình ảnh Tăng đoàn, **hình ảnh Phật giáo được lan tỏa rộng rãi và quen thuộc đối với quần chúng**, chúng ta không vất vả đi trực tiếp trên mọi nẻo đường nữa mà sử dụng các trang mạng xã hội đó là một ưu thế rất quan trọng.

4.2 Thời sự và tương tác:

Với công nghệ hiện nay, chúng ta truyền đạt tin tức ngay khi sự việc **đang diễn ra**, vì vậy nó mang tính thời sự. Nếu trước đây, một buổi thuyết giảng của vị giảng sư, một sự kiện Phật giáo diễn ra thì chỉ có những người tham dự trực tiếp mới tiếp nhận được nội dung nhưng bây giờ, ngoài những người tham dự trực tiếp, những người do điều kiện cuộc sống, bận việc vẫn có thể ở nhà hay bất cứ đâu vẫn biết được những diễn biến đang diễn ra. Và hiện nay, quý tôn đức như thầy Nhật Từ, thầy Minh Nhân là một trong những tấm gương sử dụng ưu thế này của mạng xã hội để hoằng pháp. Từ tính thời sự như vậy, kéo theo hệ quả là tính tương tác. Khi người nhận được tin, họ có ý kiến, có phản hồi trực tiếp từ tin chúng ta truyền đạt. Và khi có tin tương tác như vậy thì tạo lập nên tính dân chủ, và kiểm soát được hiệu ứng tin của chúng ta đăng. Ví dụ chúng ta biết được bao nhiêu người đã xem tin chúng ta đăng, họ có quan điểm nhìn nhận về tin này như thế nào và ta có thể học hỏi nhiều kiến thức từ sự phản hồi của họ. vv.... Một ví dụ trực tiếp khác, như thầy Minh Nhân kể, thầy muốn xây ngôi nhà cho một người nghèo nhưng kinh phí chưa đủ, sau khi thầy làm clip trực tiếp để đăng tin thì ngay lúc đang diễn ra đã được mọi người hưởng ứng từ tính tương tác và lập tức có đủ số tiền để xây ngôi nhà tình thương đó và

còn dư ra sáu căn nữa.

4.3 Tính kinh tế và lan toả:

Trước đây để một bài pháp phổ biến rộng rãi, chúng ta phải tốn rất nhiều chi phí như: tiền thuê quay phim, tiền dựng phim, tiền mua máy chép đĩa và tiền vận chuyển đến các nơi mà ta muốn bài giảng đó đến với quần chúng và số lượng cũng hạn chế. Hôm nay, chúng ta không còn mất những khoản chi phí nặng nề đó nữa mà tất cả các tin chúng ta đưa hoàn toàn free (miễn phí). Và từ mạng xã hội cho nên không gian không còn giới hạn một đất nước nào mà xuyên quốc gia nên gọi là thế giới phẳng, chúng ta cũng tránh được giấy phép xét duyệt này nọ v.v....

4.4 Lưu trữ dữ liệu:

Đi bất cứ nơi đâu, thời gian nào, chỉ cần người hoàng pháp có điện thoại thông minh và có mạng, chúng ta sẽ làm được tất cả việc. Vì ưu thế mạng xã hội, hay kho dữ liệu đám mây, sẽ giúp chúng ta có nguồn dữ liệu do chính ta tạo hoặc tìm kiếm. Vì vậy, một lời thỉnh cầu bất ngờ, ta có thể lên kho dữ liệu đám mây, trang cá nhân của chúng ta để lấy tài liệu giảng dạy cho lời thỉnh cầu bất ngờ đó mà không bị lúng túng.

4.5 Tính chia sẻ thông tin:

Chia sẻ là một lối sống hiện đại và rất phù hợp với lời Phật dạy “kiến hoà đồng giải”. Khi chúng ta sử dụng truyền thông xã hội, chúng ta có thể chia sẻ mọi thứ với nhau. Ví dụ hôm nay chúng ta không tham dự lớp học, không tham dự buổi hội thảo, nhưng huynh đệ chúng ta có tham dự, chúng ta muốn đăng thông tin chúng ta chỉ việc chia sẻ thông tin từ người bạn có tham dự trừ thông tin của họ đăng. Hoặc chúng ta có thể chia sẻ các thông tin, tài liệu khác qua chức năng mà mạng xã hội đã có. Điều này rất hữu ích. Ví dụ có một thông tin không hay về Phật giáo, chúng ta có vị nào đó viết bài tốt phản hồi lại thông tin đó. Và chúng ta cùng nhau lấy bài viết phản hồi tốt đó share (chia sẻ) đồng loạt thì chúng có sức mạnh liên kết thông tin, định hướng lại thông tin xấu.

5. NHỮNG MẶT TRÁI CỦA TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI:

5.1 Nhiều thông tin:

Nghĩa là có một sự kiện, nhiều người đưa tin về sự kiện đó nhưng đã đưa bằng chủ quan và mục đích riêng, làm người tiếp nhận thông tin đó không biết đâu là thông tin có thể tin cậy. Và thông tin có thể đi sai sự thật, tạo mâu thuẫn cho tổ chức, tôn giáo, chính trị v.v...

5.2 Khó kiểm soát:

Do vì ai cũng làm “báo” nên khó có thể kiểm soát, ngay cả Nhà nước hiện nay, có nhiều thông tin phản động nhưng kiểm soát rất khó vì mạng xã hội mang tính quốc tế, các máy chủ đặt ở nước ngoài nên chúng ta khó can thiệp v.v... Phật giáo chúng ta, ngay cả tu sĩ thiếu sự tu học đã đăng lên những lối sống, quan điểm, tư tưởng trái lời Phật dạy, tạo nên nỗi đau chung của Phật giáo.

5.3 Mất thời gian xử lý thông tin:

Lượng thông tin trên mạng xã hội phong phú và đa dạng. Chính vì vậy chúng ta phải mất rất nhiều thời gian để chọn lọc tin và định hướng.....

6. XÂY DỰNG KHUNG SỬ DỤNG TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI:

Chính vì các mặt trái của truyền thông xã hội. Nhằm giúp bảo hộ Tăng đoàn, đứng từ góc độ Hoằng pháp và người có kiến thức chuyên môn, chúng tôi trân trọng và mong muốn quý cấp lãnh đạo Phật giáo sớm xây dựng được nội quy hay khung lý thuyết sử dụng mạng xã hội. Đặc biệt là ban Tăng sự của huyện, tỉnh, TW cần quan tâm và có định hướng để trang nghiêm Phật giáo.

Theo chúng tôi, có những gợi ý:

Quy định Nội dung đăng tin đối với quý tu sĩ

Thời gian hoạt động. Ví dụ tránh các giờ chỉ tịnh của thiền môn vì khi đăng lên mạng xã hội sẽ báo thời gian người ta sẽ hỏi sao giờ này quý thầy còn như thế này thế kia.

Quy định về đối tượng kết bạn. Có những tu sĩ vào mục kết bạn của họ là những đối tượng có đời sống trái ngược Phật dạy v.v....

Đó là những gợi ý rất mong có nhiều đóng góp ý kiến để sớm kiến nghị TW. Vì mạng truyền thông xã hội là một thực tế đang diễn ra chúng ta không thể lẩn trốn mà cần định hướng sử dụng để không ngoài mục đích hoằng pháp và bảo hộ Phật giáo qua các loại phương tiện này.