TẠP CHÍ NGHIÊN CỨU
PHẬT HỌC
CƠ QUAN NGÔN LUẬN CỦA TRUNG ƯƠNG GIÁO HỘI PHẬT GIÁO VIỆT NAM
ISSN: 2734-9195

Đề tài Phật giáo và “mồi câu view” trên mạng xã hội

ISSN: 2734-9195 08:05 06/03/2026

Phật giáo là một chủ đề dễ bị lợi dụng vì hội đủ ba yếu tố mà thuật toán ưa thích: có uy tín xã hội, có chiều sâu biểu tượng, có khả năng kích hoạt cảm xúc trái chiều...

Những năm gần đây, khi nhu cầu chăm sóc đời sống tinh thần ngày càng được quan tâm, những nội dung liên quan đến Phật giáo trên **mạng xã hội** cũng xuất hiện nhiều hơn. Đây là một tín hiệu đáng mừng vì cho thấy công chúng, nhất là người trẻ đang có nhu cầu tìm hiểu những giá trị giúp con người sống chậm lại, hiểu mình và sống tử tế hơn.

Tuy nhiên, song hành với nhu cầu tìm hiểu chân chính ấy cũng xuất hiện một dòng nội dung khác: khai thác đề tài Phật giáo như một *“chất liệu”* để tạo tương tác.

Những nội dung này thường không hướng theo mục đích học hỏi, hoằng pháp hay đối thoại lành mạnh, mà chủ yếu hướng đến việc thu hút sự chú ý và giữ người xem ở lại càng lâu càng tốt.

Trong bối cảnh Việt Nam có 76,2 triệu định danh người dùng mạng xã hội hoạt động vào tháng 1/2025, tương đương 75,2% dân số, thì bất kỳ chủ đề nào chạm cảm xúc mạnh đều có thể bị “*khai thác*” như một mỏ tương tác. DataReportal cũng lưu ý đây là “*user identities*” (định danh tài khoản), không đồng nhất hoàn toàn với số cá nhân duy nhất, nhưng con số này vẫn cho thấy quy mô rất lớn của không gian lan truyền. (https://datareportal.com/reports/digital-2025-vietnam)

Phật giáo là một chủ đề dễ bị lợi dụng vì hội đủ ba yếu tố mà thuật toán ưa thích: có uy tín xã hội (ai cũng biết, ai cũng có ý kiến), có chiều sâu biểu tượng (chùa, tăng sĩ, nghi lễ, giáo lý), có khả năng kích hoạt cảm xúc trái chiều (tôn kính, nghi ngờ, sùng mộ,...).

Từ đó xuất hiện một kiểu "***nhà sáng tạo nội dung***" rất quen: không học Phật căn bản nhưng nói như chuyên gia, không hiểu khác biệt giữa các hệ phái nhưng liên tục "*so kèo*"; không có phương pháp kiểm chứng nhưng lại thích kết luận bằng giọng tuyệt đối.

Họ thường sử dụng một số thủ pháp lặp đi lặp lại:

- Thứ nhất, cắt hiện tượng thành bản chất. Chỉ từ một phát ngôn, một hình ảnh, một sự cố cá biệt, họ suy diễn thành kết luận về cả một truyền thống tu học. Đây là lỗi logic cơ bản, nhưng lại rất hiệu quả về mặt câu view vì đánh thẳng vào phản ứng nhanh của đám đông.

- Thứ hai, đề cao người này để hạ thấp người kia. Cách làm này đặc biệt nguy hiểm với chủ đề tôn giáo, vì nó khơi dậy tâm lý phe nhóm. Người xem không còn tập trung vào nội dung đúng–sai, mà chuyển sang bảo vệ "*phe mình*". Khi ấy, người làm nội dung không cần đúng, họ chỉ cần cuộc tranh cãi kéo dài.

- Thứ ba, giật tít bằng ngôn ngữ phán xử: "*vạch trần", "lật mặt", "thầy này nói thẳng", "sư kia bị bóc phốt*"... Những cụm từ này tạo cảm giác người xem sắp được chứng kiến một "*sự thật bị che giấu*", trong khi thực tế nhiều khi chỉ là một đoạn clip ngắn ngủi không thể hiện được hết toàn bộ sự việc, không gian.

- Thứ tư, đánh tráo giữa phản biện và kích động. Một xã hội lành mạnh cần phản biện, kể cả với các hiện tượng trong đời sống tôn giáo. Nhưng phản biện đòi hỏi dữ kiện, đối chiếu nguồn, và thái độ tôn trọng sự thật. Ngược lại, nội dung câu view chỉ cần cảm xúc, định kiến và nhịp cắt/dựng nhanh.



Hình ảnh chỉ mang tính chất minh hoạ sưu tầm).

Điều đáng nói là hậu quả của loại nội dung này không dừng ở vài bình luận gây hỗn loạn cõi mạng. Nó tạo ra một "*môi trường tiếp nhận méo mó*", nơi người chưa từng học Phật lại tiếp cận Phật giáo qua những mảnh cắt giật gân. Từ đó, họ dễ hiểu nhầm rằng Phật giáo chỉ là nơi của tranh cãi, thần bí hóa hoặc scandal hóa. Đây là một thiệt hại lớn cho đời sống tinh thần cộng đồng.

Về phía người học Phật, phản ứng thường thấy là bức xúc. Như vậy, ta rất dễ rơi đúng vào chiếc bẫy mà nội dung câu view dựng sẵn: càng cãi, clip càng được đẩy. Bởi vậy, thái độ cần thiết không phải là tranh cãi hay im lặng thụ động, mà là tỉnh táo chủ động.

Một nguyên tắc đơn giản có thể áp dụng ngay khi xem nội dung về **Phật giáo trên mạng xã hội** là hãy đặt những câu hỏi như:

- Nội dung đó có dẫn nguồn (kinh điển, văn bản, phát ngôn đầy đủ) hay không?

- Người nói đang giải thích hay đang kích động?

- Xem xong, mình thấu hiểu hay chỉ thấy sân lên?

Nếu câu trả lời nghiêng về vế sau, rất có thể đó không phải là nội dung giúp hiểu phật pháp, mà chỉ là sản phẩm của "*thị trường làm thương mại*".

Tinh thần Phật giáo luôn hướng con người đến chuyển hóa tham – sân – si. Trớ trêu thay, không ít clip nhân danh *"bàn về Phật giáo"* lại vận hành đúng bằng ba động lực ấy: kích tham (ham xem, ham theo dõi cái giật gân), nuôi sân (ham tranh cãi, hơn thua), và gia cố si (hiểu sai nhưng tưởng mình đang nắm chân lý). Nhắc đến điều này không phải để cực đoan hóa vấn đề hay phủ nhận mọi tiếng nói trên mạng, mà để tự nhắc nhau rằng: tiếp cận Phật pháp trong thời đại số cũng cần một thái độ tu học đúng đắn: có chính niệm, chính kiến và chính tư duy.

- Trước hết là chính niệm trong tiếp nhận thông tin. Chính niệm ở đây không chỉ là "*giữ tâm bình*", mà còn là khả năng nhận ra ngay phản ứng của chính mình khi xem một nội dung mình đang tò mò để học hỏi hay đang bị cuốn vào cảm xúc bức xúc, phán xét, hả hê? Khi có chính niệm, người xem sẽ biết quán chiếu trước khi tin, trước khi chia sẻ, trước khi bình luận. Chính sự quán xét ấy giúp ta không trở thành người tiếp tay cho nội dung gây nhiễu.

- Thứ hai là chính kiến, thấy và hiểu đúng trên nền tảng dữ kiện, bối cảnh và giáo lý căn bản. Chính kiến giúp người đọc phân biệt giữa hiện tượng cá biệt và bản chất của Phật giá, giữa một ý kiến cá nhân và giáo lý chính thống, giữa phản biện có căn cứ và công kích cảm tính. Không có chính kiến, người ta rất dễ lấy một đoạn clip ngắn thay cho cả một truyền thống tu học lâu đời, hoặc lấy cảm xúc nhất thời thay cho sự thật cần được kiểm chứng.

- Thứ ba là chính tư duy, suy nghĩ đúng hướng, không để tâm trí trượt vào cực đoan, quy chụp hay đối kháng. Trong môi trường mạng xã hội, chính tư duy đặc biệt quan trọng vì thuật toán thường ưu tiên những gì gây sốc, gây giận dữ, gây chia rẽ. Nếu thiếu chính tư duy, người xem rất dễ bị dẫn vào lối nghĩ "*hoặc đúng hết, hoặc sai hết", "hoặc thần tượng tuyệt đối, hoặc phủ định hoàn toàn*". Chính tư duy giúp ta giữ được sự công bằng, bình tĩnh và tinh thần đối thoại khi đứng trước vô vàn thông tin.

Trong không gian số, việc giữ gìn sự trong sáng của Phật giáo không có nghĩa là hạn chế người khác bàn luận về Phật giáo. Ngược lại, một đời sống truyền thông lành mạnh luôn cần sự trao đổi, tìm hiểu và cả những góc nhìn khác nhau, miễn là được đặt trên nền tảng thiện chí, tôn trọng sự thật và tinh thần đối thoại.

Vì vậy, điều quan trọng không phải là "*ngăn người ta nói*", mà là cùng nhau xây dựng thói quen tiếp nhận thông tin thận trọng hơn, biết phân biệt đâu là nội dung hoằng pháp, chia sẻ hiểu biết một cách có trách nhiệm, đâu là nội dung khai thác đề tài tôn giáo chủ yếu để kích thích tranh cãi và thu hút tương tác. Khi người xem, người đọc có thêm điểm tựa để nhận diện, những nội dung câu view, gây nhiễu cũng sẽ dần mất đi sức hấp dẫn vốn có.

Nói cách khác, muốn giảm bớt nhiễu loạn trên mạng xã hội, bên cạnh việc nhắc đến trách nhiệm của người làm nội dung, cũng cần chú trọng bồi dưỡng nâng cao văn hóa tiếp nhận thông tin của cộng đồng. Đó là cách ứng xử bền vững: không cực đoan, không quy chụp, nhưng vẫn đủ rõ ràng và tỉnh táo phù hợp với tinh thần truyền thông phật giáo trong thời đại số.

Tác giả: **Đàm Nguyễn Thành Công**