



Quang Linh Vlogs, Hoa hậu Thùy Tiên và trách nhiệm "khẩu ngữ" của người nổi tiếng

ISSN: 2734-9195

09:05 17/03/2025

Sự việc của Quang Linh Vlogs và Hoa hậu Thùy Tiên có thể xem như một bài học. Những người nổi tiếng có thể nhận được lợi ích lớn từ việc quảng cáo, nhưng nếu không cẩn trọng, họ cũng có thể nhận lại những điều bất thiện khi mất đi lòng tin của công chúng hoặc đối mặt với những hệ lụy pháp lý.

Trong thời đại số hóa, nơi mà mạng xã hội và truyền thông trực tuyến có sức ảnh hưởng mạnh mẽ, lời nói và hành động của những người nổi tiếng không chỉ định hình xu hướng mà còn tác động trực tiếp đến nhận thức và hành vi của công chúng.

Gần đây, sự việc Quang Linh Vlogs và Hoa hậu Thùy Tiên tham gia quảng bá sản phẩm kẹo rau củ với thông tin chưa chính xác đã dấy lên nhiều tranh luận.

Cụ thể, trong các buổi livestream, họ đã giới thiệu sản phẩm này với thông tin không chính xác, gây hiểu lầm về chất lượng sản phẩm. Trước tình hình này, Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử đã mời cả ba người lên làm việc để xác định mức độ vi phạm. Kết quả cho thấy, Quang Linh Vlogs (Phạm Quang Linh) và Hằng Du Mục (Nguyễn Thị Thái Hằng) là những người chủ trì các buổi livestream bán sản phẩm kẹo rau củ, trong khi Hoa hậu Thùy Tiên đóng vai trò khách mời. Cả ba đã thừa nhận và nhận lỗi vì cung cấp thông tin không đúng sự thật về sản phẩm.

Dựa trên mức độ vi phạm, Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử đã lập biên bản xử phạt vi phạm hành chính đối với Phạm Quang Linh và Nguyễn Thị Thái Hằng vì hành vi quảng cáo không đúng, gây nhầm lẫn về chất lượng sản phẩm. Riêng Hoa hậu Thùy Tiên bị nhắc nhở chú ý hơn trong việc tuân thủ các quy định pháp luật về quảng cáo và cung cấp thông tin trên mạng.

Sau sự việc, Hoa hậu Thùy Tiên đã lặng lẽ xóa các bài đăng quảng cáo liên quan đến sản phẩm kẹo rau củ trên trang cá nhân.

Sự kiện này không chỉ là một bài học về trách nhiệm cá nhân và đạo đức trong truyền thông mà còn gợi mở những nguyên tắc quan trọng trong giáo lý nhà

Phật về **Chính ngữ, Chính nghiệp và Chính mạng**. Bằng cách nhìn nhận sự việc qua lăng kính Phật giáo, chúng ta có thể rút ra những bài học sâu sắc về trách nhiệm lời nói và sự cẩn trọng trong hành động.



Thùy Tiên (trái) trong một lần bán sản phẩm online cùng Hằng Du Mực, Quang Linh Vlogs (phải). Ảnh: Chụp màn hình livestream

1. Chính Ngữ - Lời nói chân thật và trách nhiệm

Chính ngữ là một trong tám yếu tố của Bát Chính Đạo, được đức Phật dạy như sau: *"Này các Tỷ-kheo, thế nào là chính ngữ? Ở đây, này các Tỷ-kheo, vị Thánh đệ tử từ bỏ nói dối, từ bỏ nói hai lưỡi, từ bỏ nói lời thô ác, từ bỏ nói lời phù phiếm. Như vậy, này các Tỷ-kheo, gọi là chính ngữ."* (Tương Ưng Bộ Kinh - Samyutta Nikaya 45.8)

Lời nói có sức mạnh rất lớn, có thể mang lại lợi ích hoặc gây ra tổn hại. Khi một người nổi tiếng quảng cáo sản phẩm không đúng sự thật, điều đó có thể làm người tiêu dùng hiểu nhầm, gây ảnh hưởng đến sức khỏe và tài chính của họ.

Trong trường hợp này, vọng ngữ (nói dối) và ỷ ngữ (nói lời phù phiếm, không có giá trị chân thật) có thể đã xảy ra, dù là vô tình hay hữu ý. Khi một thông tin không chính xác được truyền bá rộng rãi, hậu quả không chỉ giới hạn ở một cá nhân mà có thể ảnh hưởng đến hàng ngàn, thậm chí hàng triệu người.

Theo Kinh Tăng Chi Bộ (Anguttara Nikāya 5.198), đức Phật dạy rằng có năm yếu tố của lời nói chân chính:

+ Nói đúng sự thật (*sacca*)

+ Nói có lợi ích (*atthasamphita*)

+ *Nói dối dằng, không làm tổn thương (saṇha)*

+ *Nói hợp thời (kālavādī)*

+ *Nói xuất phát từ tâm từ bi (mettacitta)*

Nếu những yếu tố này được áp dụng trong lĩnh vực quảng cáo, thì những sai sót đáng tiếc sẽ không xảy ra. Người nổi tiếng cần hiểu rằng lời nói của họ có sức ảnh hưởng mạnh mẽ, và khi không kiểm chứng kỹ thông tin trước khi phát ngôn, họ có thể vô tình tạo nghiệp không tốt.

2. Chính Nghiệp - Hành động đúng đắn, không gây hại

Trong Bát Chính Đạo, Chính nghiệp là việc thực hành những hành động đúng đắn, tránh xa những hành động bất thiện. Đức Phật dạy: *“Thế nào là chính nghiệp? Ở đây, một vị từ bỏ sát sinh, từ bỏ lấy của không cho, từ bỏ tà hạnh trong các dục. Như vậy gọi là chính nghiệp.”* (Tương Ưng Bộ Kinh – Samyutta Nikaya 45.8)

Trong trường hợp này, nếu việc quảng cáo sai sự thật dẫn đến tổn hại cho người tiêu dùng, đó có thể xem là tà nghiệp – tức hành động bất thiện, dù là do vô tình hay hữu ý. Một hành động sai lầm, dù không xuất phát từ ác ý, nhưng nếu gây ra hậu quả tiêu cực, vẫn có thể dẫn đến nghiệp xấu theo luật nhân quả.

Bởi vậy, khi tham gia vào các hoạt động thương mại, đặc biệt là những hoạt động có ảnh hưởng đến cộng đồng lớn, người thực hiện cần phải có ý thức trách nhiệm, tránh các hành động có thể gây tổn hại đến sức khỏe, tài chính, hoặc niềm tin của công chúng.

3. Chính Mạng - Nghề nghiệp chân chính và đạo đức

Chính mạng là việc chọn nghề nghiệp chân chính, không gây tổn hại đến bản thân và người khác. Đức Phật dạy rằng một người phật tử cần tránh những nghề nghiệp gây hại, được gọi là tà mạng, bao gồm:

+ *Buôn bán vũ khí*

+ *Buôn bán con người*

+ *Buôn bán thịt (giết mổ động vật)*

+ *Buôn bán rượu và chất gây nghiện*

+ *Buôn bán độc dược* (Tăng Chi Bộ Kinh 5.177)

Dù ngành quảng cáo không nằm trong danh sách này, nhưng nếu một người tham gia vào quảng bá các sản phẩm không trung thực hoặc có thể gây hại, thì có thể vi phạm nguyên tắc Chính mạng.

Một người nổi tiếng, dù không trực tiếp sản xuất hay bán sản phẩm, nhưng khi sử dụng danh tiếng của mình để khuyến khích người khác mua hàng, họ cũng gián tiếp tham gia vào chuỗi nhân quả của sản phẩm đó. Nếu sản phẩm tốt và thực sự mang lại lợi ích, đó là chính nghiệp, chính mạng. Nhưng nếu sản phẩm có vấn đề và gây ảnh hưởng xấu đến người tiêu dùng, thì họ cũng có phần trách nhiệm trong nghiệp báo của sự việc.

Bài học

Phật giáo dạy rằng mọi hành động đều có nhân quả tương ứng. Khi một người nói lời không đúng sự thật, hành động sai lầm hoặc kiếm sống bằng cách không chân chính, họ sẽ phải gánh chịu hậu quả tương xứng.

Sự việc của Quang Linh Vlogs và Hoa hậu Thùy Tiên có thể xem như một bài học. Những người nổi tiếng có thể nhận được lợi ích lớn từ việc quảng cáo, nhưng nếu không cẩn trọng, họ cũng có thể nhận lại những điều bất thiện khi mất đi lòng tin của công chúng hoặc đối mặt với những hệ lụy pháp lý.

Đối với người tiêu dùng, đây cũng là một lời nhắc nhở về trí tuệ và sự tỉnh thức trong mua sắm. Thay vì tin tưởng hoàn toàn vào quảng cáo, chúng ta cần biết cách kiểm chứng thông tin, lựa chọn sản phẩm dựa trên tiêu chí khoa học và thực tế, tránh rơi vào những chiêu trò tiếp thị không trung thực.

Kết luận

Sự việc lần này không chỉ là lời cảnh tỉnh đối với những người nổi tiếng khi tham gia quảng bá sản phẩm, mà còn là bài học cho tất cả chúng ta về sự tỉnh thức trong lời nói, hành động và nghề nghiệp. Trong thời đại mà thông tin lan truyền nhanh chóng, **Chính ngữ - lời nói chân thật, Chính nghiệp - hành động đúng đắn, và Chính mạng - nghề nghiệp chân chính** trở thành kim chỉ nam giúp mỗi người xây dựng uy tín bền vững và tránh những hệ quả không mong muốn.

Đối với những người có tầm ảnh hưởng, trách nhiệm không chỉ dừng lại ở nội dung họ truyền tải mà còn ở hậu quả mà nó có thể gây ra cho xã hội. Đối với người tiêu dùng, sự tỉnh táo và khả năng chọn lọc thông tin là điều quan trọng để tránh bị cuốn theo những luồng thông tin sai lệch.

Trong dòng chảy của nhân quả, mỗi lời nói và hành động đều để lại dấu ấn. Sống chân thật, có trách nhiệm và tỉnh thức chính là cách giúp chúng ta xây dựng một xã hội minh bạch, trung thực và bền vững hơn. Như lời đức Phật dạy trong Kinh Pháp Cú (Dhammapada 24.305): "*Người chân thật, ngay thẳng, sống đời chính mạng, sẽ được kính trọng và có cuộc sống an lành.*"

Hy vọng rằng từ bài học này, mỗi chúng ta có thể thực hành **Chính ngữ, Chính nghiệp, Chính mạng** trong cuộc sống, góp phần mang lại lợi ích cho bản thân và cộng đồng.

Tác giả: **Hoàng An Khánh**