

LUẬN ÁN TIẾN SĨ TÔN GIÁO HỌC

NGUYỄN THÚY HÀ. *Truyền thông tôn giáo từ năm 1990 đến nay (qua khảo sát trường hợp Phật giáo và Công giáo)*

*Chuyên ngành: Tôn giáo học*

*Mã số: 62 22 90 01*

Việt Nam là quốc gia đa tôn giáo. Công tác truyền thông tôn giáo đã được Đảng, Nhà nước quan tâm, thể hiện ở nhiều phương diện, từ việc thành lập các tờ báo viết, báo nói, báo hình, tạp chí và phát triển phương tiện truyền thông, cho đến đa dạng hóa nội dung truyền thông tôn giáo. Nhờ vậy, đời sống tôn giáo Việt Nam đã đóng góp không nhỏ cho sự phát triển đất nước thời kỳ Đổi mới. Tuy nhiên, trong công tác truyền thông tôn giáo cũng còn nhiều vấn đề đặt ra, cần được quan tâm giải quyết trước mắt cũng như lâu dài, trước tiên cần phải được đổi mới cả về nội dung và phương thức, sao cho phù hợp với sự phát triển của trình độ công nghệ thông tin hiện đại và phù hợp với sự biến đổi mau lẹ của đời sống tôn giáo trong bối cảnh toàn cầu hóa.

Với những lý do đó, đề tài luận án “*Truyền thông tôn giáo từ năm 1990 đến nay (qua nghiên cứu trường hợp Phật giáo và Công giáo)*” của NCS. Nguyễn Thúy Hà có ý nghĩa thực tiễn sâu sắc.

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và chương 1 tổng quan tình hình nghiên cứu, nội dung chính của luận án được trình bày trong ba chương chính (chương 2 - chương 4).

*Chương 2: Tôn giáo, chính sách tôn giáo ở Việt Nam và truyền thông tôn giáo*

Truyền thông tôn giáo được hiểu là hoạt động giao tiếp có ý thức của con người, với việc một chủ thể (một người, một nhóm người, một tổ chức) truyền thông tin về những vấn đề liên quan đến tôn giáo sang một đối tượng (một người, một nhóm người, một tổ chức) qua một hệ thống ký hiệu quy ước, nhằm tạo ra những thay đổi trong nhận thức, thái độ và hành vi. Theo đó, mục tiêu của truyền thông tôn giáo là giao tiếp, qua đó thay đổi thái độ và hành vi của đối tượng; nội dung của nó là vấn đề tôn giáo hoặc liên quan đến tôn giáo, với hình thức phong phú và đa dạng.

Theo số liệu của Ban tôn giáo Chính phủ, năm 2012, Việt Nam có gần 24 triệu tín đồ các tôn giáo, chiếm 27% dân số cả nước; số lượng chức sắc khoảng trên 80 ngàn người; có khoảng 20 ngàn cơ sở thờ tự của 13 tôn giáo; 37 tổ chức tôn giáo được Nhà nước cấp đăng ký và công nhận (trong đó có 33 tổ chức tôn giáo được công nhận, 3 tổ chức tôn giáo được đăng ký, 1 pháp môn tu hành). Tôn trọng và bảo đảm quyền tự do tín ngưỡng, tôn giáo của nhân dân, Đảng và Nhà nước ta đã cụ thể bằng các quan điểm, chính sách, pháp luật đối với tôn giáo, khẳng định đồng bào các tôn giáo là một bộ phận quan trọng của khối đại đoàn kết dân tộc. Công tác truyền thông tôn giáo đóng vai trò quan trọng trong các chính sách đối với tôn giáo của Đảng và Nhà nước.

*Chương 3: Thực trạng truyền thông tôn giáo của Đảng và Nhà nước ta qua khảo sát thực tế Phật giáo và Công giáo*

Nghiên cứu thực tế của tác giả về thực trạng truyền thông tôn giáo của Đảng và Nhà nước ta từ năm 1990 đến nay, qua hai trường hợp là Phật giáo và Công giáo, cho thấy, *công tác truyền thông tôn giáo ở nước ta đã đạt những kết quả quan trọng.*

*- Từ phương diện chủ thể là cơ quan truyền thông của Đảng và Nhà nước:*

Trước hết, truyền thông tôn giáo đã góp phần nâng cao nhận thức cho cán bộ và chức sắc, tín đồ các tôn giáo thực hiện tốt quan điểm, chính sách, pháp luật về tôn giáo của Đảng và Nhà nước. Trên các phương tiện truyền thông, nhất là các tạp chí, đã có không ít những bài viết chuyên sâu về các vấn đề tôn giáo, trong đó đề cập sâu sắc đến chính sách tôn giáo của Nhà nước Việt Nam. Ở những nơi đồng bào tôn giáo sinh sống tập trung, nhiều báo đài thường xuyên có bài về các địa bàn trọng điểm, làm cho tín đồ, chức sắc tôn giáo có hiểu biết đúng đắn và tin tưởng vào sự lãnh đạo của Đảng, quản lý của Nhà nước, hoạt động tôn giáo phù hợp với pháp luật, gắn bó với dân tộc.

*Thứ hai*, truyền thông tôn giáo đã góp phần tuyên truyền về công tác tôn giáo, về bảo đảm quyền tự do tín ngưỡng, tôn giáo của công dân. Khi có các vụ việc phức tạp về tôn giáo xảy ra, nhiều báo, tạp chí đã kịp thời cử phóng viên đến nghiên cứu, viết tin bài với những phân tích khách quan giúp người dân hiểu đúng bản chất của sự việc, góp phần ổn định an ninh trật tự. Hàng năm, Thông tấn xã Việt Nam có khoảng gần 100 tin, bài, ảnh về tôn giáo và công tác tôn giáo, Tạp chí *Xây dựng Đảng* có gần chục bài viết tuyên truyền về công

tác xây dựng đảng ở vùng đồng bào tôn giáo... Thông tin từ các đài phát thanh - truyền hình cũng đã lý giải nhiều vấn đề nóng đặt ra từ thực tiễn cơ sở về tôn giáo, góp phần làm giảm các vụ việc khiêu nại, tố cáo liên quan đến tôn giáo và các vùng đồng bào tôn giáo...

*Thứ ba*, truyền thông tôn giáo đã tích cực cổ vũ đồng bào các tôn giáo đóng góp sức người sức của xây dựng quê hương đất nước, xây dựng đời sống văn hóa ở khu dân cư, làm tốt công tác từ thiện - xã hội. Ví dụ, mỗi năm Đài truyền hình Tp. Hồ Chí Minh có khoảng trên dưới 40 tin, bài cổ vũ phong trào thi đua yêu nước của đồng bào các tôn giáo, khoảng trên 20 bài về các tấm gương điển hình tiên tiến... và nhiều tin bài tuyên truyền, cổ vũ trong các dịp lễ lớn như Lễ Phật đản, Lễ Giáng sinh...

*Thứ tư*, truyền thông tôn giáo là vũ khí sắc bén phản bác những luận điệu xuyên tạc về tình hình tôn giáo ở Việt Nam của các thế lực thù địch. Nhiều tin bài đã giúp các chức sắc, tín đồ hiểu rõ âm mưu thâm độc của kẻ xấu lợi dụng vấn đề tôn giáo, dân tộc, nhân quyền để phá hoại khối đại đoàn kết dân tộc, chống phá cách mạng, trên cơ sở đó cảnh giác với những luận điệu tuyên truyền sai trái của chúng; vận động đồng bào tham gia phòng ngừa, tố giác kẻ xấu, nhất là ở các địa bàn phức tạp như Tây Nguyên, Tây Bắc, Tây Nam Bộ, vùng biên giới...

*- Từ phương diện đối tượng là tín đồ, chức sắc Phật giáo, Công giáo ở Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh:*

Luận án đã tiến hành khảo sát các tín đồ, chức sắc Phật giáo và Công giáo chủ yếu ở Hà Nội và Tp. Hồ Chí Minh với tổng số 826 phiếu. Kết quả cho thấy, trên các kênh truyền hình, thu hút sự quan tâm của những người được hỏi

nhiều hơn cả là những thông tin về đường lối, chính sách tôn giáo (32%), tiếp đó là kiến thức về tôn giáo (29%) và hoạt động của giáo hội (23%). Các sự kiện tôn giáo trong và ngoài nước chỉ thu hút 18% người được hỏi quan tâm, còn các hoạt động tôn giáo không hợp pháp là 19%. Khi được hỏi về đánh giá đối với các thông tin về tôn giáo trên truyền hình, tỷ lệ cho rằng ở mức độ phù hợp là 32%, cập nhật là 31%, bàn về vấn đề được công chúng quan tâm là 29%. Một số tiêu chí không được đánh giá cao là: thông tin chưa hấp dẫn (14%), phản ánh ý kiến của công chúng (7%)...

Riêng đối với người Công giáo, các sự kiện tôn giáo trong và ngoài nước được mọi người quan tâm nhiều nhất với 40% số người được hỏi, tiếp đó là các chủ chương, chính sách tôn giáo với 30%, các kiến thức về tôn giáo với 25%, và chỉ 4% quan tâm đến các hoạt động tôn giáo bất hợp pháp. Ở kênh báo in, tỷ lệ đánh giá thông tin đã đáp ứng nhu cầu tin ở mức phù hợp là 38%, hấp dẫn là 36%, dễ hiểu là 15%. Trong khi đó, tín đồ Phật giáo ít quan tâm tới chính sách tôn giáo (chỉ 25% người được hỏi). Một số tờ báo được đánh giá cao trong truyền thông về tôn giáo, như: Báo *Giác ngộ*, *Đại đoàn kết* (48% đánh giá phù hợp, 32% cho rằng đã bàn về những vấn đề công chúng quan tâm); Báo *Đạo Phật ngày nay*, *Văn hóa Phật giáo* (các con số tương ứng là 59% và 34%); Báo *Công giáo và Dân tộc*, *Người Công giáo* (tương ứng là 38% và 30%).

Đánh giá về việc đáp ứng nhu cầu thông tin về tôn giáo nói chung trên báo và tạp chí phát hành tại địa phương, kết quả khảo sát cho thấy: 24,4% người được hỏi cho rằng chủ trương, chính sách tôn giáo đã được thông tin tốt, đáp ứng kịp thời; 41% cho rằng thông tin tốt nhưng

chưa nhanh; 34,8% cho rằng thông tin nhanh nhưng sơ sài, thiếu thực tế; 8,5% cho rằng thông tin sai, thiếu thực tế...

Qua thực tế khảo sát, tác giả nhận định, bên cạnh những kết quả đạt được, *công tác truyền thông tôn giáo của Đảng và Nhà nước ta hiện nay còn những khó khăn, tồn tại nhất định*. Khi có những vụ việc phức tạp về tôn giáo xảy ra, không ít tờ báo, tạp chí, đài phát thanh-truyền hình còn thụ động trong đưa tin, viết bài; sự chủ động phối, kết hợp giữa các cơ quan chức năng trong việc lấy thông tin chưa chặt chẽ; vì vậy chất lượng bài viết về tôn giáo và công tác tôn giáo trên một số báo đài còn thấp (đặc biệt là báo điện tử). Bên cạnh đó, các phóng viên chủ yếu viết tin hoặc bài về gương người tốt việc tốt, ít bài viết có tính phản biện sắc sảo, thuyết phục. Hầu hết các báo, tạp chí, đài phát thanh - truyền hình không có chuyên mục cũng như không có phóng viên chuyên trách về lĩnh vực tôn giáo và công tác tôn giáo. Quỹ nhuận bút, nhất là quỹ nhuận bút ở báo điện tử, báo ở địa phương, rất thấp nên ít khuyến khích được người viết về lĩnh vực nhạy cảm này. Ở một số nơi xảy ra các điểm nóng về tôn giáo, không ít tờ báo còn chưa có bài viết chuyên sâu, chưa chỉ rõ được nguyên nhân cơ bản của vụ việc cũng như các biện pháp khắc phục, khiến bài viết thiếu tính thuyết phục. Đặc biệt, tình trạng thông tin sơ sài, thiếu thực tế khá nghiêm trọng.

*Chương 4: Những vấn đề đặt ra và khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông tôn giáo ở nước ta hiện nay*

Tác giả cho rằng, truyền thông tôn giáo của hệ thống chính trị đòi hỏi sự phối hợp thống nhất, chặt chẽ giữa các bộ ngành, tổ chức, nhưng sự phối hợp đó hiện nay còn lỏng lẻo, chồng chéo và lúng túng.

(xem tiếp trang 10)