

PHẬT GIÁO VÀ SỰ THÍCH ỨNG VỚI MẠNG XÃ HỘI VÀ THỜI ĐẠI WEB 2.0: MỘT GÓC NHÌN ĐẠO ĐỨC XÃ HỘI

Trương Thị Thu¹

Tóm tắt: Bài viết phân tích khả năng ứng dụng của Phật giáo trong thời đại Web 2.0 - kỷ nguyên của mạng xã hội, tương tác và chia sẻ, đồng thời nhấn mạnh vai trò của đạo đức Phật giáo như sự điều hướng hành vi cá nhân và cộng đồng trên không gian mạng. Thông qua phân tích các khía cạnh lý luận như ngữ nghĩa học, danh tính ảo, khủng hoảng đạo đức thông tin, kết hợp với phương pháp thiền quán, bài viết đề xuất những ứng dụng thiết thực của giáo lý Phật giáo nhằm kiến tạo một văn hoá mạng chính niệm và nhân bản. Đặc biệt, lý thuyết ngũ vị quân thân của Thiền tông Tào Động được vận dụng như một mô hình phân tích để lý giải tính song hành giữa hư và thực, giữa xuất thế và nhập thế trong bối cảnh xã hội hóa.

Từ khóa: Phật giáo, Thời đại Web 2.0, đạo đức xã hội.

Abstract: The article analyzes the applicability of Buddhism in the Web 2.0 era - the era of social networks, interaction and sharing, and emphasizes the role of Buddhist ethics as a guide for individual and community behavior in cyberspace. Through the analysis of theoretical aspects such as semantics, virtual identity, information ethics crisis, combined with meditation methods, the article proposes practical applications of Buddhist teachings to create a mindful and humane cyber culture. In particular, the theory of the five kings and ministers of Cao Dong Zen is used as an analytical model to explain the parallelism between reality and illusion, between the worldly and the worldly in the context of socialization.

Keywords: Buddhism, web 2.0 era, social ethics.

Nhận bài: 21/07/2025 Gửi phản biện: 28/07/2025 Duyệt đăng: 20/08/2025

¹ Cử nhân, Dịch giả, Trung tâm Biên phiên dịch Tư liệu Phật giáo Quốc tế

1. Đặt vấn đề

Sau năm 2001, khái niệm Web 2.0 ra đời, đánh dấu bước chuyển của Internet từ môi trường thông tin tĩnh sang không gian đối thoại và đồng sáng tạo, nơi nội dung do người dùng tạo ra trở thành trung tâm. Sự xuất hiện của các loại hình như Blog, Wiki, Facebook, Twitter và các mạng xã hội, nền tảng khác đã mở rộng chia sẻ và tương tác thông tin mạnh mẽ, không biên giới giữa các cá nhân và các nhóm xã hội. Tuy nhiên, sự gia tăng tương tác và minh bạch trong quy trình đăng tải, chia sẻ, bình luận thông tin cũng đặt ra những vấn đề mới, đặc biệt về đạo đức xã hội trong nội dung thông tin và nhận diện danh tính các cá nhân trong môi trường số.

Trên bình diện triết học, mô hình “*Tam giác ngữ nghĩa*” do Ogden và Richards cho thấy khoảng cách cố hữu giữa ngôn ngữ và thực tại. Trong thời đại Web 2.0, khoảng cách này càng bị khuếch đại khi ngôn ngữ không còn giới hạn là chữ viết mà mở rộng sang hình ảnh, video và thậm chí cả không gian lập thể (3D). Những yếu tố như hòa nhập (Immersion), tương tác (Interaction) và trí tưởng tượng (Imagination) làm mờ ranh giới giữa thực và ảo, giữa riêng tư và công khai, đặt con người vào những tình huống đạo đức ngày càng phức tạp (Ogden, C.K. & Richards, I.A. (1923).

Trong bối cảnh đó, cũng như nhiều tôn giáo khác, Phật giáo đang đứng trước những thách thức và cơ hội mới trong việc truyền bá tư tưởng, giáo lý, nghi thức thực hành tôn giáo, trong đó có các yếu tố đạo đức tích cực cho cộng đồng. Việc thích ứng với môi trường Web 2.0 không đơn thuần là vấn đề ứng dụng kỹ thuật truyền thông, mà còn là một tiến trình pháp hóa, đưa giáo lý đi vào đời sống số, định hướng hành vi cá nhân và

cộng đồng theo cách tỉnh thức và nhân bản như những thứ vốn có trong tư tưởng và văn hóa Phật giáo.

2. Nội dung

2.1. Ngữ nghĩa học và khoảng cách giữa ngôn ngữ - thực tại trong thời đại Web 2.0

Do Web 2.0 mang đến một thế giới xã hội tính chất “*hư thực, ẩn hiện*” đan xen phức tạp, tức là sự giao thoa giữa “*ảo và thực*” (virtual/reality), cũng như giữa “*riêng tư và công khai*” (privacy/exposure), điều này đòi hỏi chúng ta càng cần phải học hỏi và rèn luyện năng lực giao tiếp, nhận diện, xác minh và phán đoán một cách liên tục.

Khi áp dụng lý thuyết “*tam giác ngữ nghĩa*” (semantic triangle) do Ogden và Richards đề xuất trong tác phẩm *The Meaning of Meaning*, chúng ta có thể thấy rõ bản chất không tất yếu của mối quan hệ giữa ký hiệu/ngôn từ như biểu tượng (symbol) và đối tượng/sự vật như vật đối chứng (referent). Mối quan hệ này nằm ở cạnh đáy của tam giác, được thể hiện bằng đường nét đứt, ngụ ý rằng sự kết nối giữa ngôn ngữ và thế giới thực chỉ mang tính quy ước và gián tiếp, thông qua trung gian là tư tưởng hoặc khái niệm dẫn chiếu (thought or reference) (Ogden, C.K. & Richards, I.A., 1923).

Ngôn ngữ vì vậy không phản ánh thực tại một cách trực tiếp, mà chỉ như một tấm bản đồ mang tính biểu trưng. Như tiến sĩ ngôn ngữ học Hayakawa S.I. từng nhận định trong *Ngôn ngữ trong tư tưởng và hành động (Language in Thought and Action)*: “*Tất cả sự phối hợp và hợp tác cần thiết cho sự vận hành của xã hội đều được thực hiện thông qua ngôn ngữ, nếu không thì không thể đạt được*” (Hayakawa, S.I., 1949). Tuy nhiên, ông cũng cảnh báo rằng ngôn ngữ, tức

“*thế giới từ vựng*”, chỉ là một biểu tượng đại diện, tương tự như bản đồ không bao giờ hoàn toàn trùng khớp với địa hình thực. Do đó, người sử dụng ngôn ngữ, đặc biệt trong môi trường mạng xã hội cần phát triển năng lực “*giao tiếp, nhận diện, xác minh và phán đoán liên tục*”, nhằm kiểm tra tính tương thích giữa thế giới ngôn ngữ và thế giới trải nghiệm trực tiếp.

Do đó, khi ngôn ngữ dẫn đến tranh cãi và làm trầm trọng thêm xung đột, người nói, người nghe, hoặc cả hai bên đều phải chịu trách nhiệm. Như Tuệ Sĩ đã nhấn mạnh: “*Ngôn ngữ không chỉ phản ánh sự thật, mà còn là biểu hiện của nghiệp ý và tâm hành*” (Tuệ Sĩ, 2011). Tuy nhiên, sự tiến bộ của công nghệ thông tin đã khiến thế giới ngôn ngữ không chỉ còn là bản đồ ảo bằng chữ viết hoặc hình ảnh mà còn mở rộng thành thế giới ảo 3D với không gian lập thể.

Ví dụ: Người dùng mạng có thể đội mũ hiển thị thực tế ảo, sử dụng chuột 3D hoặc đeo găng tay dữ liệu để tương tác với thế giới ảo. Sự kết hợp này cùng với trí tưởng tượng của con người mang lại cảm giác trải nghiệm gần như thật, khiến người dùng có thể hòa mình vào không gian ảo một cách trọn vẹn. Mặc dù thế giới này là hư cấu, nhưng nhờ các hiệu ứng thị giác: không gian ba chiều với chiều sâu và các lớp hình ảnh sống động; âm thanh vòm: hiệu ứng âm thanh bao quanh chân thực; xúc giác: cảm nhận chất liệu bề mặt và lực phản hồi khi chạm; khứu giác và vị giác: thậm chí có thể tái hiện mùi hương và hương vị chân thực. Nhờ đó, công nghệ mạng ảo với ba yếu tố cốt lõi của thực tế ảo (3I): Immersion (hòa nhập), Interaction (tương tác), Imagination (trí tưởng tượng), đã làm mờ đi ranh giới giữa thế giới “*hư*” và “*thực*”. Điều này không chỉ khiến con người khó phân định giữa danh tính ảo và danh tính

thực, mà còn dễ dẫn đến sự nhầm lẫn hoặc xung đột trong quá trình nhận diện vai trò và bản thân khi tham gia vào các mạng xã hội trực tuyến.

Vì vậy, vấn đề “*danh tính ảo*” (virtual identities) hoặc “*khủng hoảng nhận diện danh tính*” (identity crisis) trên mạng xã hội đã trở thành một vấn đề quan trọng trong thời đại số. Mặc dù dẫn đến không ít thách thức, một số nhà nghiên cứu cho rằng, việc phát triển các “*danh tính trực tuyến đa dạng*” (online personalities) có thể giúp chúng ta trở nên linh hoạt và cởi mở hơn trước những thay đổi không ngừng trong môi trường sống. Từ góc độ này, danh tính không còn là một bản thể cố định, mà trở thành quá trình liên tục được kiến tạo trong mối quan hệ với cộng đồng và không gian số.

2.2. Đạo đức thông tin trong thế giới “*ảo/hiện*” của Web 2.0

Trước khi Web 2.0 xuất hiện, hành vi sử dụng phổ biến trên mạng thường là tra cứu tài liệu, tải xuống tệp tin, âm nhạc và đọc tin tức. Các cổng thông tin điện tử lớn trở thành nguồn tài nguyên chính, cung cấp dữ liệu cập nhật theo thời gian thực, nhưng vai trò của người dùng vẫn còn thụ động và đơn chiều.

Sự ra đời của Web 2.0 ra đời, đã tạo nên một bước ngoặt căn bản trong hành vi trực tuyến, chuyển trọng tâm từ thụ động sang chủ động chia sẻ nội dung. Người dùng không còn giới hạn ở việc tiếp nhận thông tin, mà còn tích cực tạo ra và lan truyền các nội dung như bài viết, hình ảnh, video, nhật ký hành trình, quan điểm cá nhân và tác phẩm sáng tạo. Sự phát triển của các nền tảng như Friendster, MySpace, LinkedIn, Bebo, và đặc biệt là Facebook, đã khai sinh một loại hình mới: “*dịch vụ mạng xã hội*”

(Social Networking Services – SNS) (Boyd, D.M., & Ellison, N.B., 2007).

Đặc điểm nổi bật của Web 2.0 là tính tự chủ, sự tham gia, tính tương tác, và chia sẻ, cho phép mỗi cá nhân phát huy ảnh hưởng của mình, đồng thời đóng góp vào sự phát triển của cộng đồng trực tuyến. Vì thế, tạp chí *Time* đã chọn từ khóa “*bạn*” (You) làm Nhân vật của năm 2006, ghi nhận vai trò của mọi người tham gia trong thế giới mạng Web 2.0 (*Time Magazine*, 2006). Tính chất của Web 2.0 không giống với giao tiếp trực tiếp trong đời thực, mà nổi bật bởi bốn đặc điểm: Ẩn danh (Anonymity), tính ẩn mình (Invisibility), không giới hạn địa lý (No geographical constraints), tính phi đồng bộ về thời gian (Asynchronous communication) (Suler, J., 2004). Những đặc điểm này, dù mang lại nhiều lợi ích thì cũng làm giảm đi khả năng cảnh giác và phán đoán trong việc phân biệt giữa “*riêng tư*” (privacy) và “*công khai*” (exposure), điều này dẫn đến các vấn đề đạo đức cá nhân và xã hội liên quan đến thông tin.

Ví dụ, trong lời mở đầu của cuốn sách bán chạy *The Digital Divide: Arguments for and Against Facebook, Google, Texting, and the Age of Social Networking*, Giáo sư Mark Bauerlein đã cảnh báo: “*Không ai có thể lường trước được điều gì, và chính những “nơi trú ẩn tinh vi” (precise shelter) này đã xóa bỏ rào cản lâu đời chống lại các hành vi sai trái - đó là sự công khai (exposure). Thực tế là hành vi của thanh thiếu niên thường bị chi phối bởi các ràng buộc quy chuẩn xã hội bên ngoài nhiều hơn động cơ thực sự bên trong. Những ánh mắt không đồng tình từ người khác có thể ngăn cản hành động của họ. Nhưng bây giờ điều đó không còn nữa. Trong thế giới ảo, cô ta có thể dưới danh nghĩa ẩn danh thực hiện hành vi bất nạt trực*

tuyến, tấn công, nguyên rủa, nhưng đồng thời khi ở nơi công cộng như quán cà phê, cô ta lại hoàn toàn lịch sự, nhã nhặn và đoan trang. Những trang web mà cô ta yêu thích không có người kiểm soát, và hơn thế nữa, màn hình máy tính đã trở thành rào chắn, khiến người khác không thể giám sát hành vi của cô ta” (Bauerlein, M., 2011).

Ngược lại, trong môi trường Web 2.0, khả năng cảnh giác và phán đoán của người dùng đối với việc bảo vệ quyền riêng tư (privacy), dễ dàng bị mất đi. Những thông tin đáng lẽ cần được giữ kín, một cách bất cẩn trên mạng và ngay lập tức lan truyền khắp nơi chỉ trong chớp mắt. Trên phương diện xã hội, mặc dù thế giới ảo (virtual) mang lại sự tiện lợi trong truyền tải và giao tiếp, nhưng để áp dụng những điều này vào thế giới thực (reality), các mối quan hệ giữa con người và sự vật đều cần có nhân duyên và sự hòa hợp của nhiều yếu tố.

Thực tế trên phương diện đạo đức, quyền riêng tư cần được bảo vệ và tôn trọng, nhưng để ngăn chặn sai phạm và ngăn ngừa điều ác, đôi khi một số thông tin về tư tưởng, lời nói và hành vi của chúng ta cần được công khai một cách hợp lý. Nói một cách khác, mạng xã hội khiến chúng ta thường xuyên đối mặt với những tình huống cần phải ra quyết định nhanh chóng và chính xác: “*Ẩn trong ảo? Ẩn trong thực? Hiện trong ảo? Hiện trong thực?*” Những lựa chọn mang tính đạo đức này đòi hỏi sự phân tích thấu đáo và phán đoán chính xác về việc nên “*ẩn*” hay “*hiện*”.

Đáng chú ý, khả năng thích ứng linh hoạt với các tình huống “*ẩn/hiện*” nói trên có thể được soi chiếu qua triết lý “*Ngũ vị quân thân*” của Thiên tông Tào Động tại Trung Quốc. Đây là một phương pháp giáo

hóa được đề xướng bởi Thiền sư Động Sơn Lương Giới (807–869) và được Thiền sư Tào Sơn Bồn Tịch (840–901) phát triển thành hệ thống (Taigen Dan Leighton, 2003).

Mô hình này sử dụng hình ảnh “vua” (quân) và “quan” (thần) để biểu trưng cho hai phương diện song hành trong thực tại: “chính” (bình đẳng, tánh không) và “lệch” (sai biệt, hiện tượng), từ đó hướng dẫn hành giả nhận diện và xử lý các mối quan hệ giữa thế gian và xuất thế gian một cách tự chủ, mềm dẻo và linh hoạt (tham khảo thêm Thích Tuệ Sỹ, 1998–2003). Năm vị (ngũ vị) bao gồm:

1. Quân vị (Vua - Chính trung lai): Chỉ bản chất tánh không, không có gì cố định hay tồn tại độc lập, đại diện cho khía cạnh “chính”.

2. Thần vị (Quan - Thiên trung chí): Chỉ thế giới hiện tượng với muôn hình vạn trạng, biểu thị sự sai biệt, đây là vị trí “lệch”.

3. Thần hướng quân (Quan hướng về vua - Thiên trung chính): Biểu thị ý nghĩa xả bỏ hiện tượng để quay về bản chất tánh không, đây là sự quay lại với cội nguồn.

4. Quân hướng thần (Vua nhìn về quan - Chính trung thiên): Biểu thị ý nghĩa từ tánh không mà nhận thức được hiện tượng, dựa vào duyên khởi để vận dụng các pháp một cách hài hòa.

5. Quân thần hợp nhất (Vua và quan hòa hợp - Kiêm trung đáo): Chỉ trạng thái hòa hợp tuyệt đối giữa động và tĩnh, giữa tánh không và hiện tượng, không phân biệt “chính” hay “lệch”. Đây là đỉnh cao của sự giác ngộ.

Ứng dụng vào môi trường mạng xã hội, mô hình này gợi mở cách nhìn hai chiều: vừa quán chiếu bản chất “*hư – thực*” của thông

tin, vừa thể hiện tinh thần uyển chuyển trong cách phản ứng và ứng xử. Người hành giả thời đại số vì thế cần học cách “*hòa nhập mà không đánh mất chính mình*”, nhận diện đâu là những điều cần “*ẩn*” và đâu là những gì cần “*hiện*”, nhằm kiến lập một văn hóa số có đạo đức, tinh thức và phù hợp với lý tưởng Bồ Tát Đạo.

2.3. Nhận thức lại về “ái vị, tai hại và thoát ly” trong mạng xã hội

Các trang “*dịch vụ mạng xã hội*” (*Social Networking Services*) đã trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống hiện đại, mang lại nhiều lợi ích thiết thực: duy trì kết nối tức thời và đa phương tiện với bạn bè, mở rộng mạng lưới giao tiếp, dễ dàng tìm lại những người bạn mất liên lạc; đồng thời, cho phép thành lập nhóm người “*đồng chí hướng*” có cùng sở thích hoặc lý tưởng. Trong những năm gần đây, nhờ sự phát triển không ngừng của các thiết bị 3C (*Computer - Máy tính, Communication - Thiết bị truyền thông, Consumer Electronics - Thiết bị điện tử tiêu dùng*), đã biến mạng xã hội trên Internet trở thành một phương thức giao tiếp chủ yếu của con người hiện đại. Chính tính hấp dẫn, dễ tiếp cận và tính tương tác tức thời của mạng xã hội đã khiến nhiều người trở nên say mê khó dứt – một hiện tượng mà Phật giáo gọi là “*ái vị*”, tức vị ngọt, sự lôi cuốn ẩn chứa trong cảm thọ dục lạc.

Tuy nhiên, giống như nhiều công nghệ mới khác, khi con người chìm đắm quá mức vào mạng xã hội, sẽ xuất hiện những hệ lụy tiêu cực. Chẳng hạn, hiện tượng “*nghiện smartphone*” (*Smartphone Addicts*), sự phụ thuộc nặng nề vào các thiết bị thông minh khiến người dùng: Không quan tâm đến sức khỏe thể chất và tinh thần của bản thân; ảnh

hưởng đến công việc và các mối quan hệ xã hội; thường xuyên cúi đầu, liên tục thao tác trên màn hình, trả lời mạng xã hội một cách không ngừng nghỉ. Thậm chí, khi mạng xã hội bị lạm dụng hoặc sử dụng sai mục đích, nó có thể dễ dàng và nhanh chóng dẫn đến các hành vi xã hội tiêu cực hoặc các vấn đề an ninh thông tin, được xem là “tai hại”, tức mặt nguy hiểm, tổn hại kéo theo sau cảm thọ lạc dục (Kuss, D. J., & Griffiths, M. D., 2015).

Tư tưởng Phật giáo về ái vị (assāda), tai hại (ādīnava) và thoát ly (nissaraṇa) có thể được vận dụng như một nguyên tắc đạo đức cốt lõi để tiếp cận hiện tượng mạng xã hội trong thời đại Web 2.0. Các nền tảng kỹ thuật số hiện đại tuy đem lại nhiều lợi ích nhưng cũng tiềm ẩn không ít nguy cơ dẫn đến lạm dụng, lệ thuộc và đánh mất sự quân bình nội tâm. Như trong một đoạn dạy tiêu biểu thuộc *Kinh Tap A Hàm*, đức Phật đã dùng hình ảnh đầy trực quan để minh họa cho sự bị trói buộc bởi ngũ uẩn: “*Này các Tỳ-kheo! Ví như con chó bị buộc vào cây cột; nếu sợi dây kia không bị đứt, nó cứ mãi loanh quanh quanh cột đó. Cũng vậy, chúng sinh mê muội không biết như thật về sắc, sự hình thành của sắc, sự đoạn diệt của sắc, vị ngọt của sắc, sự tai hại của sắc, và sự xuất ly sắc; nên cứ mãi bị xoay vần theo sắc. Cũng vậy đối với thọ, tưởng, hành, và thức: không biết như thật về sự hình thành, đoạn diệt, vị ngọt, tai hại và xuất ly, nên chúng sinh cứ mãi bị xoay vần trong sinh tử*” (Thích Đức Thắng dịch, 2013).

Hình ảnh con chó bị buộc gợi nhắc đến tình trạng lặp đi lặp lại, vô minh và thiếu tự do – tương tự như trạng thái người dùng hiện đại khi bị “trói” vào các nền tảng kỹ thuật số mà không nhận thức rõ những gì mình đang tiêu thụ, chia sẻ hay bị ảnh hưởng. Ở đây,

“*thoát ly*” không có nghĩa là từ bỏ mạng xã hội hoặc các công cụ công nghệ, mà là nhận thức đúng đắn về “ái vị” và “tai hại” của mạng xã hội, duy trì sự cảnh giác, tránh tình trạng *quá đà hoặc thiếu sót*.

Do vậy, việc sử dụng mạng xã hội cần được đặt trong chính niệm, với tinh thần “*tri túc, không phan duyên*” làm nền tảng. Người thực hành Phật pháp có thể thường xuyên quán chiếu lợi – hại của việc hiện diện trên không gian số, từ đó thiết lập hệ giá trị sống đúng đắn, xác lập các giới hạn hợp lý nhằm tránh sự đảo lộn trật tự ưu tiên giữa đời sống thực và thế giới ảo. Đây là con đường thích ứng mà không đánh mất tự thân. Trong tinh thần đó, hội thảo “*Phật giáo và Truyền thông*” do Viện Nghiên cứu Phật học Việt Nam tổ chức cũng đã từng nhấn mạnh rằng Phật giáo cần chủ động hiện diện tích cực trên các nền tảng truyền thông số, như một phương tiện hoằng pháp, góp phần giáo hóa quần sanh và đối trị các biểu hiện lệch chuẩn trong văn hoá mạng (Viện Nghiên cứu Phật học Việt Nam, 2020). Từ đó, người tu học không chỉ giữ được sự an định nội tâm mà còn có thể đóng góp phần xây dựng một môi trường mạng lành mạnh, nhân văn và đầy chất liệu tinh thức.

3. Kết luận

Trong thời đại Web 2.0, mạng xã hội vừa mở rộng khả năng kết nối và sáng tạo, vừa đặt con người trước những thách thức đạo đức về danh tính, riêng tư và hành vi. Phật giáo, với nền tảng chính niệm, duyên khởi và trung đạo, cung cấp một hệ giá trị hữu ích giúp định hướng sử dụng công nghệ một cách tinh thức và có trách nhiệm, mở ra những khả năng phương tiện khéo léo để định hướng hành vi cá nhân và cộng đồng trong môi trường số hóa.

Phật giáo không khước từ công nghệ, mà mời gọi ta quay về với chính mình giữa thế giới đa chiều và biến động. Trong dòng chảy không ngừng của mạng xã hội, thực hành chính niệm không chỉ là tu tập nội tâm, mà còn là sự dẫn dắt một số hành vi đạo đức xã hội, nhằm kiến tạo một không gian số có trí tuệ, nhân bản và hướng thiện. Đó chính là con đường thích ứng mà không đánh mất tự do nội tại.

Tài liệu tham khảo

1. Bauerlein, M. (2011), *The digital divide: Arguments for and against Facebook, Google, texting, and the age of social networking* (pp. ix–xii). New York: Tarcher/Penguin.
2. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007) Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
3. Hayakawa, S. I. (1949), *Language in thought and action*, (Đặng Hải Châu, Bản dịch tiếng Trung, *Ngôn ngữ và đời sống*, 1994). Nxb. Thời báo Văn hóa.
4. Viện Nghiên cứu Phật học Việt Nam (2020), *Hội thảo Phật giáo và Truyền thông*.
5. Thích Đức Thắng (dịch) (2013), *Kinh Tạp A Hàm*, quyển 10, kinh số 262. Nxb. Phương Đông, TP. Hồ Chí Minh.
6. Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2015), Social networking sites and addiction: Ten lessons learned, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 12(3), 1286–1306.
7. Leighton, T. D. (2003), *Cultivating the empty field: The silent illumination of Zen Master Hongzhi*, Tuttle Publishing, Boston.
8. Ogden, C. K., & Richards, I. A. (1923), *The meaning of meaning: A study of the influence of language upon thought and of the science of symbolism*, Routledge & Kegan Paul, London.
9. Suler, J. (2004), The online disinhibition effect, *CyberPsychology & Behavior*, 7(3), 321–326.
10. Thích Tuệ Sỹ (1998-2003), *Triết học Thiền Trung Hoa*, tài liệu giảng dạy tại Phật học viện Vạn Hạnh và các hội thảo chuyên đề về Phật giáo Thiền học (bản ghi chép nội bộ), TP. Hồ Chí Minh.
11. Thích Tuệ Sĩ (2011), *Đạo và đời: Tư tưởng Phật giáo qua cái nhìn hiện đại*, NXB. Văn hoá Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh.
12. Grossman, L. (2006). *You — Yes, You — Are TIME's Person of the Year*. *TIME*. <https://time.com/archive/6596761/you-yes-you-are-times-person-of-the-year/>