

CƠN LỐC CUỘC ĐUA XÂY CHÙA, DỰNG TƯỢNG VÀ ĐẾ CHẾ KINH DOANH TÂM LINH Ở TRUNG QUỐC

Việt Đức

Theo tờ Bưu điện Hoa Nam buổi sáng (SCMP), trong năm 2015, Thiếu Lâm Tự đã thu về hơn 7,3 triệu USD nhờ tiền vé vào cổng chùa và mức phí hơn 14 USD cho mỗi lần dâng hương. Trụ trì chùa được gọi là 'nhà sư CEO'.

Thiếu Lâm Tự, một ngôi chùa quen thuộc với nhiều khán giả qua các bộ phim, được cho là một trong những địa điểm tâm linh bị thương mại hóa nặng nề nhất tại Trung Quốc.

Theo báo cáo của Prism, trong hai thập kỷ qua, chùa Thiếu Lâm đã trở thành một đế chế kinh doanh trải dài trên nhiều lĩnh vực từ võ thuật, biểu diễn đến y học, văn hóa, ẩm thực và du lịch.

Và đây chỉ là một trong những ví dụ điển hình của đế chế kinh doanh tâm linh ở Trung Quốc.



Thiếu Lâm Tự, một ngôi chùa quen thuộc với nhiều khán giả qua các bộ phim, được cho là một trong những địa điểm tâm linh bị thương mại hóa nặng nề nhất tại Trung Quốc. Tôn giáo, tâm linh đang được khai thác trở thành ngành kinh doanh lớn ở Trung Quốc. Ảnh: Bloomberg

Cơ sở tượng Phật

Tốt nghiệp chuyên ngành giáo dục tư tưởng và chính trị tại một đại học danh tiếng ở thành phố Thành Đô năm 2011, Yan Lu ban đầu làm công việc thư ký tại một trường mẫu giáo nhưng không thấy hài lòng. Cô gái 29 tuổi giờ đây là một nữ tu Phật giáo sống trong một ngôi đền nhỏ ở một ngôi làng gần Bắc Kinh.

“Người Trung Quốc giờ đây giàu hơn nhưng họ vẫn cần nhiều thứ hơn trong đời sống tâm linh”, Yan Lu nói với Time cách đây gần 3 năm.

Từng bị hạn chế vào những năm 1980, giờ đây Phật giáo đang phát triển mạnh mẽ ở Trung Quốc. Hơn cả một tôn giáo, Phật giáo trở

thành một ngành kinh doanh lớn tại Trung Quốc khi du lịch bùng nổ.



Tượng Trung Nguyên Đại Phật tọa lạc tại một khu vực yên tĩnh ở vùng nông thôn Trung Quốc. Ảnh: Stacia020/Shutterstock.

Một trong những dấu hiệu của sự bùng nổ với du lịch tâm linh tại Trung Quốc là “cơn sốt xây dựng tượng Phật trong vài thập kỷ qua” theo cách gọi của Zhou Mingqi, nhà sáng lập công ty tư vấn du lịch Jingjian.

Năm 2008, tượng Trung Nguyên Đại Phật tại huyện Lỗ Sơn, tỉnh Hà Nam, Trung Quốc được hoàn thành và giữ kỷ lục bức tượng cao nhất thế giới trong suốt 10 năm trước khi Tượng Thống Nhất tại Ấn Độ khánh thành vào năm ngoái. Tượng Phật này cao 128 m, được mạ 108 kg vàng, mất 11 năm xây dựng và tiêu tốn khoảng 177 triệu USD để hoàn thành.

Theo thống kê của tạp chí The Atlantic đến cuối tháng 10/2018, trong số 15 bức tượng cao nhất thế giới, Trung Quốc có tới 5 và tất

cả đều là tượng Phật. 4 bức tượng trong số này, bao gồm cả tượng Trung Nguyên Đại Phật, được hoàn thành trong hơn 20 năm trở lại đây.

Năm ngoái, theo Chinanews.com, một doanh nhân giàu có sắp hoàn thành công trình tượng Phật ngồi lớn nhất thế giới tại một vùng hẻo lánh ở tỉnh Sơn Tây, Trung Quốc. Dự án này ước tính mất khoảng 57 triệu USD và 8 năm xây dựng.

Cứ sau vài năm, truyền thông Trung Quốc lại đưa tin về những bức tượng khổng lồ tại quốc gia này. Những tượng Phật đồ sộ lấp lánh ánh vàng trở thành biểu tượng của ngành du lịch Trung Quốc, tô điểm vẻ đẹp của các đền chùa, đỉnh núi, hồ nước hay bất cứ ở đâu có vị trí phong thủy thuận lợi.

Theo ông Zhou Mingqi, dù việc xây dựng những bức tượng Phật này có thể nhằm đến đời sống tâm linh của người dân Trung Quốc, mục đích chính của các bức tượng to lớn nói trên lại hướng về mục tiêu kiếm tiền từ khách du lịch trên thế giới nhiều hơn.

Theo ông Zhou Mingqi, dù việc xây dựng những bức tượng Phật này có thể nhằm đến đời sống tâm linh của người dân Trung Quốc, mục đích chính của các bức tượng to lớn nói trên lại hướng về mục tiêu kiếm tiền từ khách du lịch trên thế giới nhiều hơn.

“Nói một cách đơn giản, nếu một khu vực không có sẵn địa danh thiên nhiên hay lịch sử nào đáng chú ý muốn xây dựng thứ gì đó để thu hút du khách thì một bức tượng Phật khổng lồ là lựa chọn hợp lý.

Cách làm này cũng phù hợp với ngành du lịch Trung Quốc vốn đặt trọng tâm vào việc thu tiền bán vé vào cổng.

Khi du khách nhận ra tượng Phật lớn tại khu tham quan cũng không khác mấy so với những nơi khác cũng là lúc những người quản lý ở đó đã thu được toàn bộ số tiền có thể kiếm được từ du khách”, nhà sáng lập công ty du lịch Jingjian nhận định.

Nguồn lợi lớn với chính quyền Trung Quốc Tượng Quan Thế Âm Bồ Tát tại công viên văn hóa Phật giáo Nanshan ở đảo Hải Nam là 1 trong 15 bức tượng cao nhất thế giới.

Theo The Economist, năm 2015, du khách phải bỏ ra gần 9 USD để đi thang máy lên tới chân tượng và cầu nguyện trong chốc lát. Nhưng để làm được việc này, mỗi người đã phải bỏ ra gần 18 USD trước đó để mua vé vào công viên. Các cửa hàng bán đồ lưu niệm hiện diện mọi nơi trong khu vực tham quan, bày bán nhiều thứ từ chuỗi tràng hạt đến tượng Phật. Tờ báo này cũng khẳng định chính quyền địa phương hưởng một phần doanh thu từ dự án.



Tượng Quan Thế Âm Bồ Tát tại công viên văn hóa Phật giáo Nanshan, đảo Hải Nam, Trung Quốc nhìn từ trên cao. Ảnh: TPG/Getty.

Năm 2010, ngôi chùa Nanputuo có từ thời Nhà Đường ở thành phố Hạ Môn, Trung Quốc, ước tính đón khoảng 2 triệu du khách với số tiền bán vé gần 900.000 USD.

Theo giáo sư Li Xiangping của Trung tâm Tôn giáo và Xã hội thuộc Đại học Sư phạm Hoa Đông, một phần trong số này được giữ lại để bảo trì và phát triển chùa nhưng chính quyền địa phương cũng hưởng lợi một phần doanh thu.

NPR gọi ngôi chùa này là một “con bò sữa” hái ra tiền khi đem lại hàng chục nghìn khách hàng cho nhà hàng chay tại đây và tạo ra việc làm cho nhiều người bán nhang và trang sức Phật giáo.

Trở lại trường hợp Thiếu Lâm Tự, theo SCMP, trong năm 2015, Thiếu Lâm Tự đã thu về hơn 7,3 triệu USD nhờ tiền vé vào cổng chùa và mức phí hơn 14 USD cho mỗi lần dâng hương. Trụ trì chùa được gọi là “nhà sư CEO” vì thường xuyên tổ chức các hoạt động nặng tính thương mại tại đây.

Tuy nhiên, giáo sư xã hội học Zhe Ji của khoa Nghiên cứu Trung Quốc thuộc viện nghiên cứu Inalco tại Pháp cho rằng chính quyền địa phương mới là người hưởng lợi chính từ các hoạt động kinh doanh ở Thiếu Lâm Tự.

“Nhà chùa chỉ hưởng ít hơn 1/3 doanh thu. Số còn lại thuộc về chính quyền huyện Đăng Phong (nơi Thiếu Lâm Tự tọa lạc)”, giáo sư Ji nói với SCMP.

Như nhiều địa điểm tâm linh khác, Thiếu Lâm Tự được quản lý bởi một ủy ban gồm phần lớn quan chức địa phương.

“Ngay cả thủ quỹ của chùa Thiếu Lâm cũng được chính quyền chỉ định vì vậy các khoản chi đều phải được phê duyệt. Các vị sư trụ trì không có tiếng nói trong vấn đề tài chính của nhà chùa”, ông Ji cho biết.

“Tôn giáo là để thực hành, không phải để trình diễn”

Nhiều người trong cuộc không ủng hộ mối quan hệ giữa nhà chùa và chính quyền. “Tôi nghĩ khi một tôn giáo quá gần gũi với chính quyền hoặc các doanh nhân quyền lực, nó không thể thật sự phát triển thịnh vượng và sẽ có nhiều hạn chế.”, nữ tu Yan Lu chia sẻ với Time.

Trong khi đó, nhà sáng lập công ty du lịch Jingjian, Zhou Mingqi cũng khẳng định ngoài những lo ngại trước mắt về việc nhiều nơi ở Trung Quốc đang chạy đua xây dựng những tượng Phật khổng lồ tương tự nhau, ông nhận thấy truyền thống tôn giáo của Trung Quốc đang bị biến thành “con bò sữa” để thu lợi nhuận.



Chùa Thiếu Lâm tự trong cơn lốc kinh doanh du lịch tâm linh

Bản gốc: phatgiao.org.vn

Thư Viện Hoa Sen tạo phiên bản nhập lưu PDF