

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

Số: ~~4476~~ /BT-TT-VP

Hà Nội, ngày ~~14~~ tháng ~~8~~ năm 2022

V/v trả lời kiến nghị của cử tri tỉnh Long An
gửi tới trước kỳ họp thứ 3, Quốc hội khóa XV

Kính gửi: Đoàn đại biểu Quốc hội tỉnh Long An

Bộ Thông tin và Truyền thông (TT&TT) nhận được kiến nghị của cử tri tỉnh Long An do Ban Dân nguyện chuyển đến theo công văn số 487/BDN ngày 14/6/2022, nội dung kiến nghị như sau:

Câu 1: Cử tri bức xúc trước tình trạng quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng, nhất là các trang mạng xã hội không đúng như chất lượng của sản phẩm (các loại thuốc, thực phẩm chức năng,...). Kiến nghị tăng cường kiểm tra, xử lý nghiêm các thông tin sai sự thật để tạo sự tín nhiệm, lòng tin, bảo vệ sức khỏe của người dân.

Sau khi nghiên cứu, Bộ TT&TT có ý kiến trả lời như sau:

Hoạt động quảng cáo trên trang thông tin điện tử, mạng xã hội cần tuân thủ quy định tại Luật Quảng cáo, Nghị định số 181/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành một số điều của Luật Quảng cáo, Nghị định số 70/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 181/2013/NĐ-CP và các quy định pháp luật chuyên ngành. Quảng cáo của các sản phẩm, hàng hóa đặc biệt, có ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe và tính mạng con người như thuốc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe chỉ thực hiện sau khi được cơ quan nhà nước có thẩm quyền (Bộ Y tế) xác nhận nội dung quảng cáo.

Gần đây, trên môi trường mạng xuất hiện nhiều quảng cáo sản phẩm thực phẩm “thần y”, “thần dược”, thổi phồng công dụng, tính năng sản phẩm, hoặc quảng cáo sản phẩm tiêu dùng thiếu, kém chất lượng... Bộ TT&TT đã nắm bắt được thực trạng này và triển khai nhiều biện pháp chấn chỉnh trong phạm vi nhiệm vụ và quyền hạn của mình:

- Tổ chức họp và chấn chỉnh hoạt động của các doanh nghiệp nước ngoài kinh doanh dịch vụ mạng lưới quảng cáo xuyên biên giới vào Việt Nam, của mạng xã hội nước ngoài như Facebook, Google, yêu cầu họ kiểm duyệt chặt chẽ việc quảng cáo thuốc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe cần có giấy xác nhận nội dung quảng cáo, nội dung quảng cáo phải phù hợp với giấy xác nhận đã được cấp và có giải pháp không để tái diễn tình trạng đăng, phát quảng cáo vi phạm pháp luật trên

mạng lưới quảng cáo, nền tảng của mình. Đối với Facebook và Google, yêu cầu phối hợp xử lý các trường hợp quảng cáo vi phạm như khóa quảng cáo trên kênh vi phạm, ngăn chặn nội dung quảng cáo vi phạm.

- Phối hợp chặt chẽ với các đơn vị chức năng của Bộ Y tế - cơ quan cấp giấy xác nhận nội dung quảng cáo cho thuốc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe - trong việc xác minh sự phù hợp của nội dung quảng cáo thực tế so với nội dung được cơ quan nhà nước cho phép, qua đó có thể nhận diện chính xác hành vi vi phạm trong lĩnh vực này; cung cấp cho Thanh tra Bộ Y tế thông tin về chủ thể thực hiện hành vi vi phạm về quảng cáo thuốc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe để kịp thời xử lý; chuyển đơn vị chuyên môn ngăn chặn, xử lý website quảng cáo thực phẩm, bảo vệ sức khỏe vi phạm.

- Yêu cầu cơ quan báo chí, tổ chức, doanh nghiệp thiết lập mạng xã hội, trang thông tin điện tử tổng hợp, doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ quảng cáo của Việt Nam rà soát toàn bộ hoạt động hợp tác với các mạng lưới quảng cáo xuyên biên giới; không để tái diễn tình trạng quảng cáo vi phạm; triển khai các biện pháp cần thiết để kiểm duyệt chặt chẽ nội dung, vị trí quảng cáo, nhất là đường link quảng cáo đăng phát trên nền tảng của mình; có thỏa thuận với các mạng lưới quảng cáo xuyên biên giới tuân thủ các quy định của pháp luật Việt Nam về quảng cáo; cân nhắc dừng hợp tác với các mạng lưới quảng cáo xuyên biên giới không thực hiện.

- Trong 6 tháng đầu năm 2022, Bộ đã cung cấp thông tin về chủ thể đăng ký của 10 tên miền (website) đăng thông tin quảng cáo thực phẩm bảo vệ sức khỏe vi phạm pháp luật cho Cục An toàn thực phẩm - Bộ Y tế để làm việc và xử lý; Kiểm tra đột xuất 02 doanh nghiệp quảng cáo có dấu hiệu vi phạm quy định quảng cáo thực phẩm bảo vệ sức khỏe; Công thông tin của Bộ TT&TT đã công bố 25 website vi phạm pháp luật không được gắn quảng cáo.

Vi phạm trên mạng internet nói chung và vi phạm trong hoạt động quảng cáo sản phẩm thuốc, thực phẩm bảo vệ sức khỏe có khả năng trị “bách bệnh” nói riêng có diễn biến ngày càng phức tạp do các yếu tố khách quan như sự thay đổi nhanh chóng của phương tiện quảng cáo, thuật toán quảng cáo và tình trạng phụ thuộc vào các mạng lưới quảng cáo, nền tảng mạng xã hội nước ngoài... Nhưng quan trọng hơn là do yếu tố chủ quan khi người quảng cáo cố tình đăng tải nội dung quảng cáo vi phạm trên môi trường mạng mà cơ quan chức năng rất khó có thể xác định chính xác đối tượng quảng cáo. Do đó, cần sự phối hợp chặt chẽ của Bộ TT&TT, Bộ Y tế, cơ quan an ninh điều tra, cơ quan quản lý thị trường tại địa phương để xử lý đồng bộ trong thời gian sớm nhất.

Câu 2: Thời gian qua, các trang mạng xã hội thường xuyên đưa một số nội dung quảng cáo nhạy cảm, chưa phù hợp với thuần phong mỹ tục của người Việt,

gây ảnh hưởng không tốt với người xem, nhất là đối với lứa tuổi học sinh. Cử tri tiếp tục kiến nghị Bộ TT&TT có giải pháp ngăn chặn tình trạng này.

Sau khi nghiên cứu, Bộ TT&TT có ý kiến trả lời như sau:

Để hạn chế tình trạng này Bộ TT&TT đã khẩn trương triển khai các giải pháp như sau:

- Bổ sung quy định pháp luật, chế tài xử lý để siết chặt quản lý hoạt động quảng cáo trên các nền tảng xuyên biên giới:

Bộ TT&TT đã trình Chính phủ ban hành Nghị định 70/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 181/2013/NĐ-CP về quản lý quảng cáo xuyên biên giới, trong đó bổ sung các quy định mới đáng chú ý như: (1) Doanh nghiệp nước ngoài cung cấp dịch vụ quảng cáo xuyên biên giới phải gỡ bỏ quảng cáo vi phạm trong vòng 24 giờ theo yêu cầu của Bộ TT&TT; (2) Các báo điện tử, mạng xã hội, trang tin điện tử, người quảng cáo có quyền yêu cầu người kinh doanh dịch vụ quảng cáo trong và ngoài nước phải cung cấp giải pháp kỹ thuật kiểm tra, loại bỏ quảng cáo vi phạm; (3) Yêu cầu các báo điện tử, mạng xã hội, trang tin điện tử, đại lý quảng cáo trong nước không hợp tác quảng cáo với các trang tin/nền tảng quảng cáo không tuân thủ luật pháp Việt Nam.

- Thường xuyên rà quét, phát hiện và xử lý các quảng cáo vi phạm pháp luật về quảng cáo, đặc biệt là các quảng cáo nhạy cảm, vi phạm thuần phong mỹ tục của người Việt trên 02 nền tảng mạng xã hội lớn có nhiều vi phạm là Facebook và Google. Đối với trường hợp xác định được nhân thân đối tượng vi phạm, thực hiện xử phạt vi phạm hành chính theo quy định.

- Yêu cầu các nền tảng xuyên biên giới ngăn chặn các quảng cáo vi phạm, nhất là các quảng cáo vi phạm pháp luật, không phù hợp với thuần phong mỹ tục của người Việt. Thực hiện phương án kỹ thuật chặn tên miền đối với các nền tảng quảng cáo xuyên biên giới có sai phạm nhưng không hợp tác ngăn chặn theo yêu cầu của Bộ TT&TT.

- Yêu cầu nhà phát hành quảng cáo trong nước (báo điện tử, mạng xã hội, trang thông tin điện tử tổng hợp) và đại lý quảng cáo trong nước rà soát, kiểm soát chặt hoạt động quảng cáo xuyên biên giới; Triển khai các biện pháp để kiểm duyệt chặt chẽ nội dung quảng cáo, dừng hợp tác với các nền tảng quảng cáo có nhiều vi phạm; không hợp tác quảng cáo với các website/nền tảng quảng cáo vi phạm pháp luật đã được công bố trên Cổng thông tin của Bộ TT&TT (hiện nay trên Cổng thông tin của Bộ TT&TT đã công bố 25 website vi phạm pháp luật không được gắn quảng cáo).

- Tiến hành công tác thanh, kiểm tra việc tuân thủ quy định pháp luật trong hoạt động quảng cáo của các doanh nghiệp quảng cáo Việt Nam có hợp tác kinh doanh dịch vụ quảng cáo xuyên giới với các nền tảng nước ngoài Google, Facebook, cụ thể trong 6 tháng đầu năm 2022, Bộ đã kiểm tra đột xuất 02 doanh nghiệp quảng cáo và có kế hoạch tiếp tục kiểm tra 04 doanh nghiệp quảng cáo trong thời gian cuối năm 2022.

- Tổ chức làm việc 10 doanh nghiệp là các nhãn hàng có sản phẩm quảng cáo gắn vào các nội dung vi phạm pháp luật trên YouTube và các doanh nghiệp quảng cáo của các nhãn hàng này. Dựa trên kết quả làm việc, xác minh, thực hiện xử phạt vi phạm hành chính 03 doanh nghiệp quảng cáo với tổng số tiền 45 triệu đồng; nhắc nhở 06 doanh nghiệp.

Trong thời gian tới, Bộ dự kiến tiếp tục đẩy mạnh các công tác sau đây:

- Tăng cường thực thi các quy định của Nghị định 70/2021/NĐ-CP; yêu cầu nền tảng quảng cáo xuyên biên giới cung cấp giải pháp kỹ thuật để nhà phát hành quảng cáo trong nước chủ động gỡ bỏ thông tin vi phạm; phối hợp với các Bộ, ban, ngành và các đơn vị có liên quan đề rà soát và xử lý quảng cáo vi phạm.

- Phối hợp chặt chẽ với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Công an để rà soát, đánh giá, thẩm định các nội dung quảng cáo nhạy cảm, chưa phù hợp với thuần phong mỹ tục của người Việt, gây ảnh hưởng không tốt với người xem, nhất là đối với lứa tuổi học sinh để có biện pháp xác định đối tượng quảng cáo và xử lý theo quy định.

- Nâng cao vai trò của các Sở Thông tin và Truyền thông các địa phương trong việc rà soát, phát hiện và gửi yêu cầu gỡ bỏ các nội dung quảng cáo phản cảm trên môi trường mạng.

Trên đây là nội dung trả lời của Bộ TT&TT đối với kiến nghị của cử tri tỉnh Long An, trân trọng gửi tới Đoàn đại biểu Quốc hội tỉnh Long An để trả lời cử tri./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Ban Dân nguyện - Ủy ban TVQH;
- Ủy ban TWMTTQVN;
- Vụ QHDP (VPCP);
- Vụ Dân nguyện (VPQH);
- Tổng Thư ký Quốc hội;
- Bộ trưởng Nguyễn Mạnh Hùng;
- Thứ trưởng Phạm Anh Tuấn;
- Trung tâm Thông tin (để đăng lên Cổng TTĐT của Bộ);
- Lưu: VT, VP, TKTH.

BỘ TRƯỞNG



Nguyễn Mạnh Hùng