

Số: /BVHTTDL-VP
V/v trả lời kiến nghị của cử tri gửi tới
trước Kỳ họp thứ 9, Quốc hội khóa XV

Hà Nội, ngày tháng 8 năm 2025

Kính gửi:

- Đoàn Đại biểu Quốc hội Thành phố Hà Nội;
- Đoàn Đại biểu Quốc hội tỉnh Bình Phước (nay là tỉnh Đồng Nai);
- Đoàn Đại biểu Quốc hội tỉnh Kiên Giang (nay là tỉnh An Giang).

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch nhận được kiến nghị của cử tri các tỉnh, thành phố: Hà Nội, Bình Phước (nay tỉnh Đồng Nai), Kiên Giang (nay là tỉnh An Giang) gửi tới trước Kỳ họp thứ 9, Quốc hội khóa XV do Văn phòng Chính phủ chuyển đến theo Công văn số 4814/VPCP-QHĐP ngày 31/5/2025 với nội dung như sau:

Cử tri phản ánh vừa qua, một số nghệ sĩ có uy tín tham gia quảng cáo sản phẩm trên mạng xã hội là hàng không được kiểm định chất lượng, gây hiểu lầm về công dụng thật của sản phẩm và ảnh hưởng sức khỏe cho khách hàng khi sử dụng khiến người dân lo lắng. Đề nghị Chính phủ chỉ đạo ngành chức năng xử lý nghiêm các hành vi vi phạm; có cơ chế xử phạt nặng những người tham gia quảng cáo sản phẩm, cơ quan truyền thông (gồm các đài truyền hình, đài tiếng nói) khi quảng cáo nói quá về công dụng, gây nhầm lẫn đối với người nghe (đặc biệt tại các chương trình chăm sóc sức khỏe và an toàn thực phẩm với sự tham gia tư vấn của các nhà khoa học nhưng thực chất là các chương trình quảng cáo thực phẩm chức năng); kiểm tra, rà soát chất lượng các sản phẩm, nhất là các thực phẩm chức năng được quảng cáo trên truyền thông, mạng xã hội để người dân yên tâm.

Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch xin trả lời như sau:

Trong thời gian qua, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch tập trung triển khai nhiều giải pháp, tăng cường kiểm tra, giám sát và kịp thời xử lý các trường hợp lợi dụng mạng xã hội để quảng cáo không đúng sự thật, cụ thể:

(1) Tham mưu Chính phủ trình Quốc hội thông qua Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo năm 2025 (có hiệu lực kể ngày 01/01/2026). Theo đó, bổ sung Điều 15a vào sau Điều 15 Luật Quảng cáo năm 2012 về Quyền và nghĩa vụ của người chuyển tải sản phẩm quảng cáo, theo đó người chuyển tải sản phẩm quảng cáo: (1) Tuân thủ các quy định của pháp luật về bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các quy định khác của pháp luật có liên quan về việc cung cấp thông tin liên quan đến tính năng, chất lượng sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ khi thực hiện quảng cáo; (2) Xác minh về độ tin cậy của người quảng cáo; kiểm tra tài liệu liên quan đến sản phẩm, hàng hoá, dịch vụ quảng cáo; trường hợp chưa sử dụng hoặc chưa hiểu rõ về hàng hoá, sản phẩm, dịch vụ thì không được giới thiệu về hàng hoá, sản phẩm, dịch vụ; (3) Chịu trách nhiệm trước pháp luật trong

trường hợp nội dung quảng cáo không bảo đảm các yêu cầu; (4) Minh bạch trong hoạt động quảng cáo: công khai thông báo về việc thực hiện quảng cáo, phân biệt rõ ràng thông tin quảng cáo với thông tin đăng tải, chia sẻ thông thường trên mạng xã hội. Đồng thời, sửa đổi, bổ sung Điều 23 Luật Quảng cáo 2012 về Quảng cáo trên mạng. Theo đó, hoạt động quảng cáo trên không gian mạng đã được quy định cụ thể, có quy định về dấu hiệu nhận biết hoạt động quảng cáo trên mạng; trách nhiệm của các chủ thể tham gia hoạt động quảng cáo trên mạng; yêu cầu giải pháp kiểm tra, giám sát nội dung quảng cáo; quy định cụ thể quyền và trách nhiệm của người chuyên tải sản phẩm quảng cáo. Bổ sung 01 Điều về yêu cầu đối với nội dung quảng cáo: nội dung quảng cáo phải trung thực, chính xác, rõ ràng; không gây hiểu nhầm về tính năng, chất lượng, công dụng, tác dụng của sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ. Trường hợp quảng cáo có yêu cầu phải ghi chú, khuyến cáo, cảnh báo thì phải thể hiện rõ ràng, đầy đủ, dễ tiếp cận.

(2) Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã ban hành các công văn gửi Đài Truyền hình Việt Nam (VTV), Đài Tiếng nói Việt Nam (VOV), Đài phát thanh, truyền hình, Báo và Đài Phát thanh, truyền hình tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, các đơn vị hoạt động truyền hình, mạng xã hội trong nước và nước ngoài, trang thông tin điện tử tổng hợp, đại lý quảng cáo, nhãn hàng để triển khai chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ tại công điện số 40/CĐ-TTg ngày 17/4/2025 và 55/CĐ-TTg ngày 02/5/2025, yêu cầu nghiêm túc tuân thủ các quy định pháp luật trong hoạt động quảng cáo và tăng cường quản lý, giám sát, chấn chỉnh hoạt động quảng cáo thuốc, sữa, thực phẩm bảo vệ sức khỏe. Đồng thời, tại các buổi giao ban báo chí hàng tuần, Bộ cũng đã thường xuyên, chủ động định hướng, nhắc nhở, phổ biến tới các cơ quan báo chí, yêu cầu tuân thủ các quy định của pháp luật liên quan đến hoạt động quảng cáo nói chung và đặc biệt là quảng cáo thực phẩm, thực phẩm chức năng; yêu cầu các cơ quan báo chí phải chấn chỉnh, quản lý, giám sát chặt chẽ hoạt động của các phóng viên, biên tập viên, cán bộ, viên chức, người lao động trong việc tham gia quảng cáo các sản phẩm, thực phẩm liên quan đến sức khỏe người dân, cộng đồng. Cùng đó, chỉ đạo các cơ quan báo chí tăng cường truyền thông nhằm nâng cao nhận thức cho người dân, trang bị khả năng tự nhận diện quảng cáo sai sự thật, “thổi phồng công dụng” sản phẩm, chủ động kiểm tra thông tin về nguồn gốc, xuất xứ, công dụng, tính năng của thực phẩm trước khi sử dụng.

(3) Tăng cường kiểm tra, xử lý các đối tượng vi phạm. Các sản phẩm quảng cáo đa dạng, theo nhiều ngành, lĩnh vực khác nhau. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phối hợp chặt chẽ với các Bộ, ngành liên quan theo nguyên tắc quảng cáo vi phạm liên quan đến ngành nào, ngành đó chịu trách nhiệm đánh giá, xác minh vi phạm và chủ động xử lý theo thẩm quyền đã được Chính phủ phân công tại Nghị định số 181/2013/NĐ-CP ngày 14/11/2013 hướng dẫn thi hành Luật Quảng cáo. Trong thời gian qua, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã tích cực phối hợp chặt chẽ với Bộ Y tế, Bộ Công Thương và các Bộ, ngành có liên quan để triển khai cơ chế phối hợp liên ngành tập trung rà soát, xử lý các trường hợp người nổi tiếng, các nghệ sĩ, người có ảnh hưởng trên mạng quảng cáo, tham gia

quảng cáo các sản phẩm không đúng với chất lượng sản phẩm¹, gây ảnh hưởng đến niềm tin và sức khỏe của người dân .

Trong quá trình xây dựng Nghị định sửa đổi, bổ sung một số điều Nghị định số 38/2021/NĐ-CP ngày 29/3/2021 của Chính phủ quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa và quảng cáo tới đây, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch sẽ phối hợp với các Bộ, ngành liên quan nghiên cứu, bổ sung các quy định, chế tài xử lý vi phạm đảm bảo tính răn đe, nghiêm minh của pháp luật đối với các trường hợp người chuyển tải sản phẩm quảng cáo vi phạm pháp luật.

Đối với các quảng cáo trên mạng, đặc biệt trên các nền tảng quảng cáo xuyên biên giới, khó xác định được danh tính người quảng cáo, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch yêu cầu các nền tảng xuyên biên giới chủ động rà quét AI để ngăn chặn nội dung và tài khoản quảng cáo vi phạm.

(4) Tăng cường triển khai đào tạo, tập huấn phổ biến pháp luật cho nghệ sĩ, KOL, nhất là các quy định pháp luật về cung cấp nội dung trên mạng, quảng cáo, nộp thuế; kết nối chặt chẽ với các công ty quảng cáo, truyền thông để phối hợp quản lý hoạt động quảng cáo của nghệ sĩ, KOL.

(5) Triển khai các chiến dịch tuyên truyền, nâng cao nhận thức, khả năng “tự đề kháng” cho người dân để nhận diện cảnh giác với quảng cáo có dấu hiệu vi phạm và thông báo cho cơ quan có thẩm quyền để xử lý.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch trân trọng gửi tới Đoàn Đại biểu Quốc hội các tỉnh, thành phố: Hà Nội, Bình Phước (nay tỉnh Đồng Nai), Kiên Giang (nay là tỉnh An Giang) để trả lời cử tri./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Thủ tướng Chính phủ (*để báo cáo*);
- Phó Thủ tướng Chính phủ (*để báo cáo*);
- Đoàn Chủ tịch UBTTMTQ Việt Nam;
- Ủy ban Dân nguyện và Giám sát của Quốc hội;
- HĐND, UBND tỉnh An Giang, Đồng Nai, TP. Hà Nội;
- Văn phòng Quốc hội; Văn phòng Chính phủ;
- Bộ VHTTDL: Bộ trưởng, các Thứ trưởng;
- Các Cục: VHCS, GD&ĐT; PTT&TTĐT;
- Vụ PC; Công TTĐT Bộ;
- Lưu: VT, VP (TKBT), PAV (15).

BỘ TRƯỞNG

Nguyễn Văn Hùng

¹ Điển hình là (1) trường hợp của ông Phạm Quang Linh (Quang Linh Vlogs) và bà Nguyễn Thị Thái Hằng (Hằng Du Mục) thực hiện quảng cáo cho sản phẩm kẹo rau củ Kera và yến sào LoiNest không đúng, gây nhầm lẫn về chất lượng đã công bố; (2) ông Trần Quang Minh (BTV Quang Minh) có hành vi quảng cáo không phù hợp với một trong các tài liệu theo quy định và sử dụng tên của bác sĩ để quảng cáo (đã bị xử phạt vi phạm hành chính với tổng số tiền là 37,5 triệu đồng); (3) bà Nguyễn Thanh Vân (MC Vân Hugo) có hành vi quảng cáo gây nhầm lẫn về công dụng của sản phẩm (đã bị xử phạt vi phạm hành chính với tổng số tiền là 70 triệu đồng) đồng thời, yêu cầu chấm dứt hành vi vi phạm, cải chính thông tin và xóa quảng cáo vi phạm; (4) tiến hành làm việc và nghiêm túc nhắc nhở đối với ông Mai Huyền Linh (MC Quyền Linh) về việc thực hiện quảng cáo thực phẩm không phù hợp với một trong các tài liệu theo quy định và gây nhầm lẫn về công dụng của sản phẩm đã được công bố; (5) ông Đào Trọng Hùng (diễn viên Đoàn Đức Đàm) về việc thực hiện quảng cáo cho sản phẩm sữa thay thế sữa mẹ dùng cho trẻ dưới 24 tháng tuổi là sản phẩm bị cấm quảng cáo (02 trường hợp này đã quá thời hiệu xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực quảng cáo); (6) chuyển hồ sơ vụ việc của bà Nguyễn Hoàng Linh (MC Hoàng Linh) thực hiện các quảng cáo thực phẩm có dấu hiệu vi phạm đến Bộ Y tế (Cục An toàn thực phẩm) để tiến hành xử lý theo thẩm quyền.