TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch siết chặt quản lý hoạt động quảng cáo, đặc biệt trên mạng xã hội

10:19 24/05/2025

Nhằm thực hiện nghiêm chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ trong đợt cao điểm chống buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch vừa ban hành văn bản yêu cầu các đơn vị trực thuộc tăng cường quản lý, xử lý vi phạm trong lĩnh vực quảng cáo – đặc biệt là quảng cáo trên mạng xã hội có yếu tố sai sự thật.



Ảnh minh họa

Ngày 23/5/2025, Thứ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Trịnh Thị Thủy đã ký ban hành Văn bản số 2258/BVHTTDL-VHCSGĐTV gửi đến các đơn vị chức năng thuộc Bộ, bao gồm: Vụ Pháp chế; Thanh tra Bộ; các Cục Nghệ thuật biểu diễn, Điện ảnh, Bản quyền tác giả; Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử; Báo chí; Xuất bản, In và Phát hành; Văn hóa cơ sở, Gia đình và Thư viện.

Văn bản nêu rõ yêu cầu triển khai nghiêm túc các chỉ đạo của Chính phủ, cụ thể là Công điện số 65/CĐ-TTg ngày 15/5/2025, Chỉ thị số 13/CT-TTg và Công văn số 548/TTg-V.I ngày 17/5/2025, nhằm mở đợt cao điểm xử lý vi phạm trong hoạt động quảng cáo – lĩnh vực vốn đang chịu nhiều phản ánh tiêu cực từ xã hội.

Một trong những điểm nhấn đáng chú ý tại văn bản số 2258 là yêu cầu xem xét, đề xuất bổ sung chế tài, tăng mức xử phạt vi phạm hành chính trong hoạt động quảng cáo, đặc biệt đối với: Các cá nhân, tổ chức lợi dụng uy tín, hình ảnh để quảng cáo sai sự thật, đặc biệt là nghệ sĩ, người nổi tiếng.

Hoạt động quảng cáo trên nền tảng số, mạng xã hội, nơi ngày càng gia tăng các nội dung sai lệch, gây hiểu lầm hoặc ảnh hưởng tiêu cực đến người tiêu dùng.

Trước thực trạng "bùng nổ" quảng cáo trực tuyến, trong đó nhiều cá nhân có sức ảnh hưởng vô tình hoặc cố ý giới thiệu sản phẩm không rõ nguồn gốc, chất lượng, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch nhấn mạnh sự cần thiết của việc tăng cường kiểm tra, giám sát và xử lý nghiêm các hành vi sai phạm theo đúng thẩm quyền.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch yêu cầu các đơn vị căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ được giao để chủ động xây dựng kế hoạch kiểm tra, thanh tra, phối hợp với các cơ quan liên quan nhằm: Phát hiện và xử lý kịp thời các hành vi quảng cáo sai sự thật, quảng cáo lừa dối người tiêu dùng; Giám sát nội dung quảng cáo trong các lĩnh vực nhạy cảm như thực phẩm chức năng, mỹ phẩm, thuốc, sản phẩm tăng cường sức khỏe; Theo dõi sát hoạt động quảng cáo trên mạng xã hội, livestream, nền tảng video – nơi vi phạm thường diễn ra dưới hình thức khó kiểm soát.

Các đơn vị cũng được giao nhiệm vụ báo cáo kết quả thực hiện về Bộ (thông qua Cục Văn hóa cơ sở, Gia đình và Thư viện) để tổng hợp, báo cáo Thủ tướng Chính phủ theo quy định.

Thực tế thời gian qua cho thấy, làn sóng nghệ sĩ, người nổi tiếng tham gia quảng cáo sản phẩm kém chất lượng đang đặt ra nhiều nguy cơ cho cộng đồng. Nhiều trường hợp quảng cáo thiếu kiểm chứng đã gây hậu quả nghiêm trọng cho người tiêu dùng, ảnh hưởng đến lòng tin xã hội và đạo đức nghề nghiệp trong lĩnh vực nghệ thuật – truyền thông.

Động thái lần này của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thể hiện quyết tâm thiết lập lại trật tự trong hoạt động quảng cáo, đưa không gian truyền thông trở về giá trị minh bạch, trung thực, vì lợi ích cộng đồng. Đồng thời, đây cũng là thông

điệp mạnh mẽ gửi tới những người làm nội dung và có ảnh hưởng trên mạng xã hội: uy tín không thể bị đánh đổi bằng lợi nhuận ngắn hạn từ quảng cáo sai lệch.

Hoạt động quảng cáo, nếu được kiểm soát hiệu quả, sẽ là kênh truyền thông lành mạnh, kết nối giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng. Tuy nhiên, nếu buông lỏng quản lý, nó sẽ trở thành mảnh đất màu mỡ cho hàng giả, hàng nhái và gian lận thương mại len lỏi vào đời sống.

Chính vì vậy, nỗ lực lần này của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch là bước đi cần thiết để "làm sạch" môi trường quảng cáo, góp phần bảo vệ niềm tin xã hội trong thời đại số hóa.

Nguyễn Kiên