

Người nổi tiếng phải thông báo trước cho người tiêu dùng khi tham gia quảng cáo

09:06 20/09/2024

Thời gian qua, xuất hiện nhiều người dùng mạng xã hội, đặc biệt hơn nữa là những người nổi tiếng, tham gia giới thiệu, mời chào, quảng cáo cho các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ không đảm bảo chất lượng, gây bức xúc cho đông đảo người tiêu dùng.

Chia sẻ tại buổi họp báo cung cấp thông tin về tình hình kinh tế - xã hội TP. Hồ Chí Minh diễn ra chiều 19/9, đại diện Sở Văn hóa - Thể thao TP. Hồ Chí Minh cho biết, quan điểm đồng tình của Sở về việc bổ sung quy định đối với trách nhiệm của người nổi tiếng, người có tầm ảnh hưởng phải là người trực tiếp sử dụng sản phẩm, đăng tải ý kiến, cảm nhận về kết quả sử dụng sản phẩm quảng cáo khi chuyển tải nội dung quảng cáo.

Trong bối cảnh hiện nay, hoạt động quảng cáo trên môi trường mạng xã hội đang ngày càng phổ biến, mọi người dân đều có thể thực hiện việc quảng cáo sản phẩm.

Tuy nhiên, trên thực tế, thời gian qua, xuất hiện nhiều người dùng mạng xã hội, đặc biệt hơn nữa là những người nổi tiếng, tham gia giới thiệu, mời chào, quảng cáo cho các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ không đảm bảo chất lượng, gây bức xúc cho đông đảo người tiêu dùng.



Thời gian qua, nhiều nghệ sĩ nổi tiếng quảng cáo quá lố, thậm chí chưa sử dụng sản phẩm khiến nhiều người bức xúc (Ảnh: KT)

Để đảm bảo sự thống nhất trong quản lý nội dung quảng cáo và bảo vệ người tiêu dùng, mới đây, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã đề xuất Chính phủ dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật quảng cáo, trong đó đề cập các quy định về trách nhiệm của người nổi tiếng và người có tầm ảnh hưởng.

Cụ thể, người nổi tiếng, có tầm ảnh hưởng phải thông báo trước cho người tiêu dùng khi tham gia quảng cáo.

Đồng thời, khi chia sẻ ý kiến hoặc cảm nhận về sản phẩm như mỹ phẩm, thực phẩm chức năng trên mạng xã hội, những người nổi tiếng, có tầm ảnh hưởng phải thực sự đã trực tiếp sử dụng sản phẩm.

Liên quan đến việc rà soát hoạt động quảng cáo của người nổi tiếng trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh, đại diện Sở Văn hóa - Thể thao TP. Hồ Chí Minh thông tin, trong phạm vi chức năng nhiệm vụ được phân công, Sở Văn hóa - Thể thao chỉ quản lý đối với các nghệ sĩ là công chức, viên chức trực thuộc các đơn vị do Sở quản lý và cấp phép biểu diễn nghệ thuật trong các chương trình biểu diễn nghệ thuật. Sở không có quyền hạn, trách nhiệm về quản lý con người, hoạt động thường ngày, công việc của nghệ sĩ nói riêng và người nổi tiếng nói chung.

Ngoài ra, hoạt động quảng cáo trên môi trường mạng do Sở Thông tin và Truyền thông quản lý. Đối với việc quản lý hoạt động quảng cáo của người nổi tiếng, Sở Thông tin và Truyền thông đã triển khai công tác kiểm tra, xử lý quảng cáo đối với người nổi tiếng (KOLs) tham gia quảng cáo các sản phẩm kém chất lượng, chưa được kiểm duyệt hoặc cấp phép theo quy định; ngăn chặn kênh, tài khoản mạng xã hội, trang thông tin điện tử vi phạm.

Xây dựng cơ sở dữ liệu và phân nhóm theo mảng nội dung để thực hiện các chính sách truyền thông chủ động cho ngành, lĩnh vực thông qua Người sáng tạo nội dung (KOLs) của thành phố; triển khai các quy định, chiến lược và giải pháp của thành phố để các Nhà sáng tạo nội dung (KOLs), công ty truyền thông, mạng lưới quản lý đa kênh (MCN), người nổi tiếng (KOC) chấp hành và cam kết phối hợp thực hiện.

Liên quan đến vấn đề này, nhiều chuyên gia cho rằng, không ít người nổi tiếng, nghệ sĩ có lượng fan đông đảo, bất kỳ hành động, lời nói nào cũng tác động đáng kể đến người xem, tuy nhiên không ít trong số họ lại chưa đặt lên trên hết trách nhiệm của mình với cộng đồng.

Việc siết chặt quản lý hoạt động quảng cáo đối với người nổi tiếng bằng những quy định pháp lý sẽ hạn chế tình trạng quảng cáo sai sự thật, bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng và tạo môi trường quảng cáo minh bạch, công bằng. “Nên có các chế tài đủ sức răn đe, nếu vi phạm pháp luật thì xử phạt.

Ngoài ra, có thể có quy định cấm phát sóng trên các phương tiện truyền thông đại chúng đối với các nghệ sĩ có vi phạm tùy theo mức độ: 3 tháng, 6 tháng đến 1 năm, thậm chí là vĩnh viễn...

Bên cạnh đó, các chuyên gia cũng nhấn mạnh, cùng với luật thì còn cần tới dư luận xã hội để đấu tranh, loại bỏ hành vi quảng cáo sai trái. Khi càng nổi tiếng, nghệ sĩ càng cần phải ý thức về danh tiếng và trách nhiệm của mình trước cộng đồng.

Hoàng Bách (t/h)