

Sửa đổi Luật Quảng cáo: Cần phân hóa trách nhiệm giữa các chủ thể liên quan đến hoạt động quảng cáo

14:38 17/04/2025

Để đảm bảo tính thống nhất, khả thi, góp ý xây dựng, hoàn thiện dự thảo Luật Quảng cáo sửa đổi, một số ý kiến đề xuất dự thảo Luật cần phân hóa trách nhiệm cụ thể giữa các chủ thể liên quan đến hoạt động quảng cáo...



Phó Chủ nhiệm Ủy ban Văn hóa và Xã hội Triệu Thế Hùng chủ trì tọa đàm

Tại tọa đàm tham vấn chuyên gia về dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo do Ủy ban Văn hóa và Xã hội tổ chức mới đây, Phó Chủ nhiệm Ủy ban Văn hóa và Xã hội Triệu Thế Hùng cho biết, so với dự thảo Luật được trình Quốc hội lần đầu tại Kỳ họp thứ Tám, dự thảo Luật lần này đã có những điều chỉnh căn bản, đổi mới về tư duy, kỹ thuật lập pháp, phù hợp với yêu cầu tinh gọn bộ máy nhà nước, đáp ứng yêu cầu về xây dựng, hoàn thiện pháp luật trong kỷ nguyên mới.

Theo đánh giá của các chuyên gia, đến nay, dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo đã đạt mức độ hoàn thiện cao, hài hòa giữa yêu cầu quản lý Nhà nước, bảo vệ người tiêu dùng với nhu cầu kinh doanh chính đáng của các bên quảng cáo, cung cấp dịch vụ quảng cáo, phát hành quảng cáo. Dự thảo Luật có nhiều điểm mới, sát hợp thực tiễn hơn.

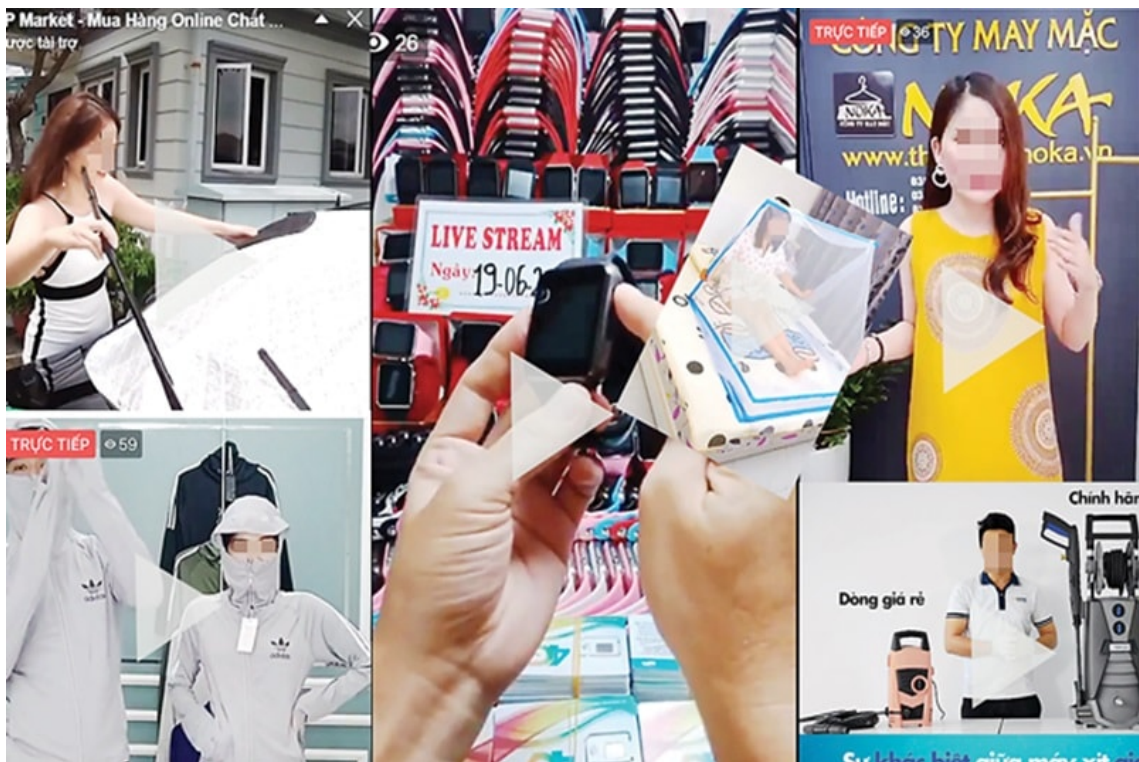
Tuy nhiên, bên cạnh những điểm tích cực, Dự thảo Luật (sửa đổi) vẫn còn đó một số tồn tại liên quan đến một số sản phẩm hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo đã được luật hóa tại một số Luật đang được sửa đổi, bổ sung hoặc mới ban hành.

Để tiếp tục hoàn thiện dự thảo Luật trước khi trình Quốc hội xem xét thông qua, các đại biểu tham dự tọa đàm đã tập trung trao đổi, làm rõ một số nội dung còn có ý kiến khác nhau, như: các quy định liên quan đến quảng cáo sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ đặc biệt; quảng cáo trên mạng; quảng cáo ngoài trời, quảng cáo trên màn hình chuyên quảng cáo; quảng cáo trên báo chí...

Cụ thể, đối với quảng cáo trên mạng, một số ý kiến cho rằng cần nghiên cứu có các quy định hợp lý, linh hoạt, minh bạch, tránh làm tăng chi phí dịch vụ quảng cáo trực tuyến, gây khó khăn cho doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Quản lý hoạt động quảng cáo thông qua người có ảnh hưởng (KOL, KOC) được coi là một trong những điểm mới quan trọng của sửa đổi Luật Quảng cáo lần này. Tuy nhiên, có ý kiến đề nghị dự thảo Luật cần phân hóa trách nhiệm cụ thể giữa các chủ thể liên quan đến hoạt động quảng cáo; đi kèm với khả năng giám sát phù hợp; có quy định đặc thù cho một số lĩnh vực nhạy cảm, có khả năng tác động lớn như tài chính...

Với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ số và hành vi người tiêu dùng trực tuyến, có ý kiến đề nghị định nghĩa rõ thông điệp quảng cáo số cũng như các phương tiện quảng cáo số. Dự thảo Luật cũng cần bổ sung quy định về phát trực tiếp của người có ảnh hưởng hoặc nhân vật quảng cáo phải lưu trữ nội dung phát trực tiếp đối với số lượng người tiếp nhận quảng cáo lớn.



Quản lý hoạt động quảng cáo thông qua người có ảnh hưởng (KOL, KOC) được coi là một trong những điểm mới quan trọng của sửa đổi Luật Quảng cáo lần này. Tuy nhiên, có ý kiến đề nghị dự thảo Luật cần phân hóa trách nhiệm cụ thể giữa các chủ thể liên quan đến hoạt động quảng cáo (Ảnh: minh họa)

Để tiếp tục hoàn thiện Dự thảo Luật Quảng cáo lần này, Chủ tịch Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam - Nguyễn Trường Sơn cho rằng, cần cập nhật, bổ sung thêm một số sản phẩm hàng hóa, dịch vụ cấm quảng cáo theo Luật Quản lý sử dụng vũ khí, vật liệu nổ (mới ban hành); Luật Hóa chất (đang sửa đổi, bổ sung) để đảm bảo tính đồng bộ, toàn diện. Để phát huy tính sáng tạo của nghề quảng cáo và tạo thêm điều kiện cho các nhà quảng cáo mở rộng hoạt động, thu hút khách hàng và phù hợp với thông lệ quốc tế, đề nghị bổ sung phương tiện giao thông được thể hiện sản phẩm quảng cáo ở hai mặt bên và mặt sau của phương tiện; đồng thời nghiên cứu cho quảng cáo trên các loại hình giao thông như tàu hỏa, tàu thủy, máy bay, vật thể bay...

Tham gia góp ý Dự thảo Luật (sửa đổi), ông Phạm Văn Hùng - Đại diện Ban Pháp chế Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) cũng cho rằng, cần tiếp cận Dự thảo Luật theo hướng quảng cáo như một ngành kinh tế, bởi bản thân quảng cáo mang lại doanh thu rất lớn, chỉ khi nhìn nhận ngành này như một ngành kinh tế, với hoạt động kinh doanh đa dạng, liên tục vận động, các quy định quản lý mới có thể phù hợp với thực tiễn phong phú và hỗ trợ sự phát triển của ngành.

Đồng thời, ông Phạm Văn Hùng đề xuất, Dự thảo Luật cần nhắc phân hóa trách nhiệm cụ thể hơn giữa các chủ thể liên quan đến hoạt động quảng cáo. Đặc biệt, bổ sung các quy định rà soát, giám sát phù hợp, bởi số lượng nội dung quảng cáo được tạo ra mỗi ngày trên các nền tảng số là quá lớn.

Lấy dẫn chứng một số quốc gia đã có quy định này, đại diện VCCI cho biết, Cơ quan quản lý tiêu chuẩn quảng cáo của New Zealand đã xây dựng cơ chế báo cáo trực tuyến cho phép người dùng báo cáo về người có ảnh hưởng vi phạm trong hoạt động quảng cáo. Cơ quan này sẽ xuất bản báo cáo, liệt kê chi tiết tên người có ảnh hưởng vi phạm, hành vi vi phạm và kết quả xử lý để mọi người cùng theo dõi.

Dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo được xây dựng nhằm thể chế hóa kịp thời chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách của Nhà nước về phát triển văn hóa; phát huy vai trò của các cơ quan quản lý Nhà nước về quảng cáo của trung ương, địa phương trong việc thực hiện chính sách, pháp luật về hoạt động quảng cáo.

Đồng thời, tạo lập hành lang pháp lý đầy đủ đồng bộ, thống nhất để quản lý hoạt động quảng cáo, hỗ trợ, thúc đẩy doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ quảng cáo phát triển; bảo đảm tính phù hợp, đồng bộ, không chồng chéo với hệ thống pháp luật khác có liên quan; nâng cao trách nhiệm, năng lực của các chủ thể tham gia hoạt động quảng cáo, năng lực doanh nghiệp kinh doanh quảng cáo.

Dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo đã được Quốc hội cho ý kiến tại Kỳ họp thứ 8, được Ủy ban Thường vụ Quốc hội cho ý kiến tại Phiên họp thứ 41 và dự kiến sẽ trình Quốc hội thông qua tại Kỳ họp thứ 9 (tháng 5/2025).

Hải Minh