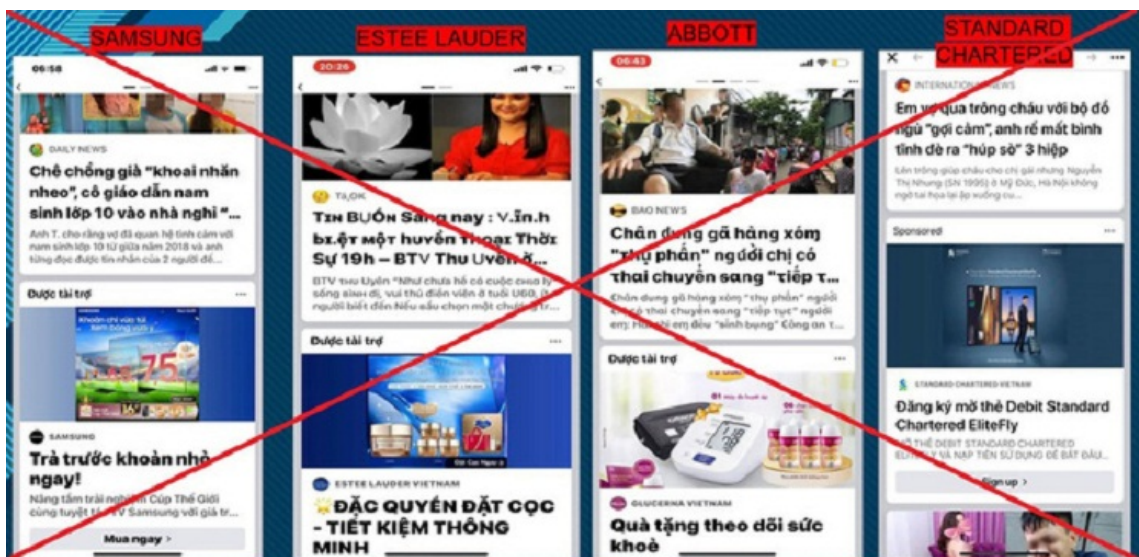


Tăng cường rà soát, xử lý nghiêm các trường hợp đặt quảng cáo vào nội dung xấu độc

11:17 24/03/2023

Bộ Thông tin và Truyền thông sẽ chỉ đạo các đơn vị chức năng tăng cường rà soát, phát hiện và xử lý nghiêm các trường hợp đặt quảng cáo vào nội dung xấu độc, vi phạm pháp luật.



Ảnh minh họa. (Ảnh: internet)

Theo Bộ Thông tin và Truyền thông, thời gian qua, quảng cáo trên môi trường mạng, đặc biệt là quảng cáo trên các nền tảng xuyên biên giới, bộc lộ nhiều nguy cơ khi người quảng cáo, người kinh doanh dịch vụ quảng cáo không thể đảm bảo quản lý tốt vị trí hiển thị quảng cáo, để quảng cáo cài đặt vào các nội dung nhằm nhí, phản cảm, thậm chí là xấu độc, chống phá Đảng, Nhà nước, vi phạm pháp luật Việt Nam...

Bên cạnh đó, dòng tiền quảng cáo được nền tảng xuyên biên giới chia sẻ cho các đối tượng sản xuất nội dung vi phạm pháp luật, qua đó gián tiếp tiếp tay cho các hành vi chống phá Đảng, Nhà nước, phát tán tin giả, tin xấu độc trên môi trường mạng.

Trong năm 2022, Bộ Thông tin và Truyền thông đã làm việc với các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ quảng cáo, các nhãn hàng lớn, các nền tảng xuyên

biên giới để chấn chỉnh, đồng thời tiến hành kiểm tra, xử phạt vi phạm hành chính nhiều tổ chức, doanh nghiệp vi phạm, nhưng đến nay tình trạng này vẫn chưa được ngăn chặn triệt để.

Bộ Thông tin và Truyền thông đề nghị các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ quảng cáo, các nhãn hàng nghiêm túc tăng cường rà soát, sàng lọc vị trí cài đặt quảng cáo trên mạng, không để quảng cáo bị gắn vào những trang, kênh, tài khoản, nội dung xấu độc, vi phạm pháp luật, chấm dứt tình trạng triển khai quảng cáo tràn lan không kiểm soát, dẫn đến việc gián tiếp tiếp tay cho các nội dung xấu độc, vi phạm pháp luật được sản xuất và phát tán trên không gian mạng.

Thời gian tới, Bộ Thông tin và Truyền thông sẽ chỉ đạo các đơn vị chức năng tăng cường rà soát, phát hiện và xử lý nghiêm các trường hợp đặt quảng cáo vào nội dung xấu độc, vi phạm pháp luật.

Bộ Thông tin và Truyền thông cũng đề nghị các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ quảng cáo, các nhãn hàng chủ động xây dựng danh sách nội dung "xấu độc" trên mạng của đơn vị mình (gọi tắt là Black list) để loại trừ quảng cáo.

Hà Trần