

**BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM**  
**Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

Số: *1722*/BTTTT-VP

Hà Nội, ngày *22* tháng 5 năm 2017

V/v trả lời kiến nghị của Đoàn ĐBQH  
tỉnh Bà Rịa-Vũng Tàu

Kính gửi:

- Tổng Thư ký Quốc hội;
- Văn phòng Quốc hội;
- Đoàn đại biểu Quốc hội tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu.

Trả lời kiến nghị của Đoàn Đại biểu Quốc hội tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu, Bộ Thông tin và Truyền thông có ý kiến như sau:

**Câu hỏi:**

*“Đề nghị có biện pháp ngăn chặn việc đài, kênh thông tin nước ngoài tuyên truyền phản động chống phá Đảng, Nhà nước. Đồng thời xem xét, xử lý việc quảng cáo phản cảm trên Đài truyền hình quốc gia?”.*

**Trả lời**

**I. Về đề nghị cần có biện pháp ngăn chặn việc đài, kênh thông tin nước ngoài tuyên truyền phản động chống phá Đảng, Nhà nước**

1. Việc quản lý kênh truyền hình nước ngoài cung cấp trên truyền hình trả tiền tại Việt Nam:

Việc quản lý kênh truyền hình nước ngoài đã có sự thay đổi lớn kể từ sau khi có Quy chế quản lý hoạt động truyền hình trả tiền ban hành kèm theo Quyết định số 20/2011/QĐ-TTg ngày 24/3/2011 của Thủ tướng Chính phủ. Theo đó, kênh truyền hình nước ngoài để được cung cấp trên truyền hình trả tiền Việt Nam, phải được một cơ quan báo chí có giấy phép hoạt động truyền hình biên tập, kiểm duyệt. Việc này để bảo đảm kênh truyền hình nước ngoài khi phát sóng trên truyền hình trả tiền Việt Nam không trái với các quy định của pháp luật Việt Nam.

Hiện nay, theo quy định của Nghị định số 06/2016/NĐ-CP ngày 18/01/2016 của Chính phủ về quản lý, cung cấp và sử dụng dịch vụ phát thanh, truyền hình, chính sách quản lý kênh truyền hình nước ngoài vẫn được duy trì nhất quán như các quy định trong Quy chế quản lý hoạt động truyền hình trả tiền. Đồng thời, Nghị định số 06/2016/NĐ-CP còn quy định việc cung cấp kênh truyền hình nước ngoài trên hệ thống dịch vụ truyền hình trả tiền được thực hiện

theo tỷ lệ phần trăm so với kênh trong nước (tổng số kênh nước ngoài được khai thác để cung cấp không vượt quá 30% tổng số kênh khai thác trên dịch vụ).

Tính đến nay, số lượng kênh nước ngoài được Bộ Thông tin và Truyền thông cấp phép biên tập để cung cấp trên dịch vụ truyền hình trả tiền Việt Nam là 50 kênh. So với gần 320 kênh phát thanh, truyền hình trong nước được cấp phép thì tỷ lệ kênh nước ngoài, nếu được cung cấp đủ trên 1 hệ thống dịch vụ truyền hình trả tiền thì vẫn bảo đảm nằm trong tỷ lệ được cho phép quy định tại Nghị định số 06/2016/NĐ-CP.

Điều này cho thấy nỗ lực lớn của Chính phủ, của các cơ quan quản lý nhà nước trong việc hạn chế bớt số lượng các kênh chương trình truyền hình nước ngoài vốn chiếm tỷ trọng lớn trên hệ thống truyền hình trả tiền của Việt Nam. Qua đó tạo cơ hội cho các đài phát thanh, truyền hình Việt Nam đầu tư sản xuất, phát sóng các kênh chương trình trong nước, đáp ứng nhu cầu thông tin, giải trí của người dân, góp phần bảo tồn những giá trị truyền thống của Việt Nam; đồng thời phát triển ngành truyền hình Việt Nam.

Đồng thời với việc xây dựng chính sách, Bộ Thông tin và Truyền thông đang triển khai thực hiện các giải pháp nhằm quản lý tốt các kênh truyền hình nước ngoài trên truyền hình trả tiền theo hướng: vừa thực hiện đúng quy định của pháp luật Việt Nam, vừa bảo đảm cân đối cơ cấu, thể loại kênh chương trình, phù hợp với nhu cầu của thị trường, đáp ứng nhu cầu nhiều loại đối tượng khán giả trên tinh thần tiếp thu tinh hoa, văn hóa của thế giới, nhưng vẫn bảo đảm ngăn chặn ảnh hưởng xấu của văn hóa ngoại lai đến nhận thức tư tưởng, lối sống của người dân Việt Nam, đặc biệt là giới trẻ nhạy cảm, ảnh hưởng đến thuần phong mỹ tục và bản sắc văn hóa dân tộc.

2. Việc xử lý những thông tin trên mạng xã hội, trang thông tin điện tử cung cấp từ nước ngoài tuyên truyền phản động chống phá Đảng, Nhà nước

Với xu thế phát triển hiện nay thì bên cạnh việc người dân tiếp cận nguồn thông tin của nước ngoài từ các kênh thông tin báo chí chính thống, trong đó có truyền hình còn có thông tin từ các trang mạng xã hội.

Với những ưu thế như: Khả năng thông tin nhanh chóng, kịp thời, không bị giới hạn về thời gian, không gian địa lý, khả năng tương tác nhiều chiều, dung lượng của thông tin gần như không hạn chế, các trang thông tin điện tử tổng hợp đã và đang trở thành phương tiện thông tin và có sự gia tăng nhanh chóng về số lượng. Hiện nay, có nhiều nhà cung cấp dịch vụ qua biên giới vào Việt Nam như Facebook, Google, Youtube... và thông tin trên mạng xã hội được cập nhật nhanh, đa dạng, phong phú. Đây cũng được coi là một trong những nguồn thông tin cho người dân cũng như dữ liệu cho báo chí khai thác, tìm hiểu.

Bên cạnh những ưu điểm, thông tin trên các trang thông tin điện tử, mạng xã hội cũng tồn tại những hạn chế; các thế lực thù địch đã lợi dụng những kênh thông tin này để tuyên truyền những nội dung phản động chống phá Đảng, Nhà nước ta.

Với vai trò là cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực thông tin và truyền thông, Bộ Thông tin và Truyền thông đã thực hiện các giải pháp:

a) Ban hành hệ thống văn bản quy phạm pháp luật:

- Tập trung xây dựng và hoàn thiện văn bản quy phạm pháp luật để nâng cao hiệu lực, hiệu quả hoạt động của công tác quản lý Nhà nước về phát thanh, truyền hình, cụ thể:

+ Xây dựng và trình Bộ Chính trị, Ban Bí thư, Thủ tướng Chính phủ Đề án Quy hoạch phát triển và quản lý báo chí toàn quốc đến 2025 (trong đó có hệ thống phát thanh, truyền hình) nhằm nâng cao chất lượng nội dung chương trình phát thanh, truyền hình.

+ Triển khai Luật Báo chí 2016;

+ Triển khai Nghị định số 06/2016/NĐ-CP ngày 18/01/2016 về quản lý dịch vụ phát thanh, truyền hình trả tiền, Thông tư số 09/2014/TT-BTTTT ngày 19/8/2014 quy định chi tiết về hoạt động quản lý, cung cấp, sử dụng thông tin trên trang thông tin điện tử và mạng xã hội; Thông tư số 17/2016/TT-BTTTT ngày 28/6/2016 quy định hoạt động cung cấp dịch vụ nội dung thông tin trên mạng viễn thông di động; Thông tư số 38/2016/TT-BTTTT ngày 26/12/2016 quy định chi tiết về việc cung cấp thông tin công cộng qua biên giới.

b) Tăng cường công tác thực thi pháp luật, phối hợp xử lý thông tin:

- Các cơ quan quản lý chuyên trách thuộc Bộ đẩy mạnh tuyên truyền, phổ biến các quy định pháp luật; thường xuyên có trao đổi với các Sở Thông tin và Truyền thông về các tình huống nảy sinh trong hoạt động quản lý nhà nước về hoạt động phát thanh, truyền hình và thông tin điện tử.

- Tiếp tục phối hợp với các tổ chức cung cấp dịch vụ qua biên giới vào Việt Nam để xử lý, ngăn chặn, gỡ bỏ các nội dung thông tin vi phạm quy định pháp luật Việt Nam, thông tin có tính chất thù hằn, xúc phạm, bôi nhọ.

- Triển khai các giải pháp quản lý hoạt động trang thông tin điện tử và các trang mạng xã hội nước ngoài cung cấp qua biên giới vào Việt Nam theo quy định tại Thông tư số 38/2016/TT-BTTTT ngày 26/12/2016 quy định chi tiết về việc cung cấp thông tin công cộng qua biên giới. Bước đầu đã xây dựng cơ chế phối hợp với Google, Facebook trong việc xử lý thông tin vi phạm trên hệ thống của Google, Facebook.

- Tăng cường phối hợp quản lý, kiểm soát tần số đối với các đài phát thanh, truyền hình để tránh tình trạng các Đài nước ngoài phát sóng các chương trình có nội dung thông tin không chính xác, bôi xấu lãnh đạo Đảng và Nhà nước.

## **II. Đối với đề nghị xem xét, xử lý việc quảng cáo phản cảm trên Đài truyền hình quốc gia:**

Báo chí với tính chất là phương tiện thông tin đại chúng thiết yếu nhất của đời sống xã hội, vì vậy, quảng cáo trên báo chí (trong đó có phát thanh, truyền hình) là một phương thức khá hiệu quả để các doanh nghiệp quảng bá sản phẩm, dịch vụ với sức lan toả rộng đến người tiêu dùng. Mặt khác, quảng cáo cũng là một trong những nguồn thu chủ yếu của báo chí ngoài doanh thu bán báo (đối với báo in), doanh thu từ thuê bao (đối với truyền hình trả tiền). Đối với phát thanh, truyền hình, trong bối cảnh hiện nay, ngân sách nhà nước chỉ cấp một phần, và các Đài phát thanh, truyền hình (Đài PTTH) dần phải tiến tới thực hiện tự chủ về tài chính thì nguồn thu từ quảng cáo là nguồn kinh phí quan trọng để các đài đầu tư trở lại cho việc hoạt động sản xuất chương trình, nâng cao chất lượng chương trình truyền hình. Nhờ vào nguồn thu từ quảng cáo, nhiều đài đã tự cân đối được chi phí để chi trả tiền lương, kinh phí sản xuất chương trình, giảm bớt được gánh nặng cho ngân sách nhà nước.

Đài Truyền hình Việt Nam (Đài THVN) với vị thế là Đài truyền hình quốc gia, có số lượng kênh chương trình lớn (gồm 9 kênh phát quảng bá, từ VTV1 đến VTV9, 46 kênh phát trên truyền hình trả tiền), có nội dung thông tin phong phú, đa dạng, thu hút người xem chương trình truyền hình; thời lượng các kênh chương trình phát sóng 24/24, diện phủ sóng của các kênh chương trình ngày càng rộng (hầu hết trên các hạ tầng truyền dẫn phát sóng hiện nay). Vì vậy, việc quảng cáo sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ trên các kênh chương trình của Đài Truyền hình Việt Nam được các nhãn hàng rất quan tâm. Đài THVN đồng thời cũng là Đài PTTH có doanh thu về quảng cáo lớn nhất trong số các Đài PTTH trên cả nước.

Chính bởi vậy, vẫn còn một số tình trạng phát sóng các chương trình quảng cáo quá tần suất, thời lượng theo quy định; một số hình ảnh quảng cáo thiếu tế nhị, gây phản cảm,... ảnh hưởng đến đạo đức, cách sống văn hoá, ứng xử của người Việt Nam nói chung và của giới trẻ trong nước như cử tri phản ánh. Tuy nhiên, hiện tượng này không chỉ xảy ra trên Đài THVN mà còn ở một số Đài PTTH khác, đặc biệt đối với những Đài có những kênh chương trình/chương trình có số lượng người xem đông, chỉ số đo rating cao. Tình trạng này là xuất phát từ những nguyên nhân sau:

### 1. Về cơ chế chính sách:

- Chính sách quản lý và các văn bản pháp luật về quảng cáo còn nhiều bất cập, chưa bắt kịp với sự vận động của thực tế cuộc sống.

- Do có sự tham gia của quá nhiều các bộ, ngành vào quản lý nội dung quảng cáo trên truyền hình nên đã tạo ra nhiều kẽ hở trong việc thẩm định hồ sơ quảng cáo. Các sai phạm trong hoạt động quảng cáo trên truyền hình một phần là do các doanh nghiệp quảng cáo trên truyền hình lợi dụng các kẽ hở này để cố tình thực hiện các hành vi vi phạm.

- Cơ quan quản lý nhà nước về quảng cáo là Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, trong lúc hầu hết những vấn đề chủ yếu trong quảng cáo và phương thức quảng cáo (báo, tạp chí, phát thanh, truyền hình, báo điện tử, trang thông tin điện tử, xuất bản phẩm, mạng viễn thông di động, mạng internet ...) lại do Bộ Thông tin và Truyền thông quản lý và cấp phép. Mặt khác, nội dung quảng cáo một số sản phẩm hàng hóa lại do các cơ quan quản lý chuyên ngành chịu trách nhiệm: Ví dụ, các sản phẩm thuộc lĩnh vực y tế như thuốc, thực phẩm chức năng, mỹ phẩm... do Bộ Y tế quản lý; thậm chí các cơ quan chức năng thuộc Bộ Y tế còn phê duyệt toàn bộ nội dung kịch bản, hình ảnh, lời thoại của từng clip quảng cáo cho từng sản phẩm hàng hóa. Chất lượng sản phẩm hàng hóa quảng cáo bán hàng trên truyền hình do Bộ Khoa học và Công nghệ quản lý. Hàng giả, hàng nhái liên quan đến các sản phẩm hàng hóa quảng cáo, bán hàng trên truyền hình lại do lực lượng quản lý thị trường (Bộ Công Thương) quản lý.

- Bộ Thông tin và Truyền thông không cấp phép quảng cáo trên báo chí. Hoạt động quảng cáo trên phát thanh, truyền hình do các Đài PTTH tự chịu trách nhiệm và việc quảng cáo đối với từng loại sản phẩm (mặt hàng) cụ thể sẽ do cơ quan quản lý chuyên ngành cấp phép.

### 2. Do sức ép về nguồn thu và sự phụ thuộc vào chỉ số rating

- Để đạt được mục tiêu doanh thu, lợi nhuận, các Đài PTTH đã tập trung phát triển doanh thu từ quảng cáo, cho dù những quảng cáo đó có nội dung, hình ảnh, lời thoại phản cảm.

- Sự phụ thuộc vào chỉ số đo lường khán giả (rating) trong chiến lược booking quảng cáo, khung giá quảng cáo trong các chương trình truyền hình (chương trình nào có chỉ số rating cao thì mới được các nhãn hàng lựa chọn, ký kết phát sóng chương trình quảng cáo nhiều) .

3. Vai trò của người đứng đầu cơ quan báo chí: Có sự buông lỏng quản lý hoạt động quảng cáo của những người đứng đầu Đài PTTH.

Để tăng cường công tác quản lý nhà nước trong hoạt động quảng cáo của các Đài PTTH nói chung, Đài THVN nói riêng, Bộ Thông tin và Truyền thông đã triển khai các giải pháp sau:

- Giải pháp về xây dựng chính sách, văn bản quy phạm pháp luật:

Hiện nay, đang có sự chưa thống nhất trong khái niệm giữa văn bản pháp luật về báo chí và văn bản pháp luật về quảng cáo. Luật Quảng cáo đưa ra khái niệm “tổ chức phát sóng” khi quy định về thời lượng quảng cáo. Trong khi đó, văn bản pháp luật về báo chí không có khái niệm “tổ chức phát sóng” mà chỉ có khái niệm về: báo nói, báo hình, đài phát thanh, truyền hình, đơn vị hoạt động phát thanh, truyền hình, chương trình/kênh chương trình phát thanh, truyền hình. Điều này dẫn đến việc khó xử lý trong quá trình thực thi.

Quản lý nhà nước về quảng cáo thuộc chức năng, nhiệm vụ của Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch. Tuy nhiên, với trách nhiệm của mình, Bộ đã kiến nghị với Chính phủ, Quốc hội nghiên cứu, xem xét, đề xuất sửa, điều chỉnh một số nội dung, quy định trong Luật Quảng cáo; đề xuất xây dựng văn bản hướng dẫn về quảng cáo phù hợp với thực tế để hạn chế tối đa các sai phạm trong hoạt động quảng cáo.

- Giải pháp về tăng cường thanh, kiểm tra:

Ngày 09/5/2017, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị số 17/CT-TTg về việc tăng cường hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước, chấn chỉnh hoạt động quảng cáo. Theo đó, Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp với Bộ Công an, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan liên quan đẩy mạnh công tác thanh tra, kiểm tra việc chấp hành pháp luật trong hoạt động quảng cáo trên báo chí, trên xuất bản phẩm, trên hệ thống mạng và quảng cáo tích hợp trên các sản phẩm, dịch vụ bưu chính, viễn thông, công nghệ thông tin; kịp thời phát hiện và xử lý nghiêm các trường hợp vi phạm.

Thực hiện chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, thời gian tới, Bộ Thông tin và Truyền thông tiếp tục tăng cường hơn nữa công tác thanh tra, kiểm tra và xử lý nghiêm các hành vi vi phạm pháp luật trong hoạt động quảng cáo trên phát thanh, truyền hình và thông tin điện tử, trong đó có sự phối hợp, tham gia của các Sở Thông tin và Truyền thông các địa phương.

- Giải pháp tăng cường định hướng, chỉ đạo thông tin:

Bộ Thông tin và Truyền thông sẽ tiếp tục tăng cường định hướng trong các cuộc giao ban báo chí định kỳ hàng tuần về vấn đề quảng cáo; kịp thời có các văn bản chỉ đạo các cơ quan báo chí, trong đó có các Đài PTTH kiểm soát chặt chẽ nội dung quảng cáo trước khi phát sóng.

- Minh bạch hóa chỉ số đo lường khán giả (rating)

Chỉ số rating được xem là một trong những căn cứ quan trọng để đánh giá sự thành công của một chương trình truyền hình, cũng như là thước đo để đưa ra các khung giá quảng cáo tương ứng. Hiện nay, ngoài dịch vụ đo chỉ số rating của Công ty TNHH Truyền thông TNS Media Việt Nam (thuộc Tập đoàn KANTA Media (Anh) - gọi tắt là TNS) mà các Đài PTTH, các công ty truyền thông, các nhãn hàng... sử dụng nhiều năm qua, Bộ Thông tin và Truyền thông đã đưa vào triển khai trên diện rộng dịch vụ đo lường khán giả (viết tắt là VIETNAM - TAM).

Sự chênh lệch chỉ số rating tập trung vào một kênh chương trình, chương trình thu hút được số lượng khán giả lớn như: VTV3, VTV9 (Đài Truyền hình Việt Nam); HTV7, HTV2 (Đài Truyền hình Thành phố Hồ Chí Minh); THVL1, THVL2 (Đài Phát thanh và Truyền hình Vĩnh Long)...; tập trung vào một số chương trình giải trí, gameshow liên kết, xã hội hóa như: Hòa âm ánh sáng, Thần tượng bolero, Đại não thành Takeshi, Giọng hát Việt; Ban nhạc quyền năng, Ai sẽ thành sao...

Với những thông tin ban đầu này, không tránh khỏi những nghi vấn có sự “ưu tiên” hơn (làm sai lệch số liệu thông qua việc can thiệp vào các mẫu đo) cho một số chương trình, một số kênh chương trình liên kết xã hội hóa, dễ dàng nhận thấy đang có sự “chi phối, tác động” nhất định vào thị trường quảng cáo nhằm thao túng thị trường này để trục lợi.

Hiện nay, Bộ Thông tin và Truyền thông đã chỉ đạo các đơn vị chức năng triển khai kế hoạch kiểm tra, rà soát, xác minh làm rõ nguyên nhân dẫn tới tình trạng chênh lệch về chỉ số đo rating; đồng thời sẽ có các giải pháp xử lý, chấn chỉnh thực trạng cung cấp chỉ số ảo nhằm minh bạch hóa thị trường, đảm bảo sự cạnh tranh công bằng giữa các Đài PTTH, giữa các đơn vị xã hội hóa trong hoạt động kinh tế báo chí, trong đó có hoạt động quảng cáo.

Trên đây là ý kiến trả lời của Bộ Thông tin và Truyền thông. Trân trọng cảm ơn sự quan tâm của Đoàn Đại biểu Quốc hội tỉnh Bà Rịa - Vũng Tàu./.

**Nơi nhận:**

- Như trên;
- Vụ Phục vụ hoạt động giám sát (VPQH);
- Vụ QHĐP (VPCP);
- Bộ trưởng Trương Minh Tuấn;
- Thứ trưởng Hoàng Vĩnh Bảo;
- Lưu: VT, VP, TKTH (14).

**BỘ TRƯỞNG**

**Trương Minh Tuấn**