

Quy định về thời gian ngắt quảng cáo: Tận dụng nguồn thu quảng cáo để duy trì hoạt động tại các cơ quan báo chí hiện nay

10:04 09/12/2024

Tác giả: Đang cập nhật

Mỗi chương trình phim truyện có thời lượng dưới 30 phút được ngắt để quảng cáo hai lần, cứ mỗi 15 phút tăng trong thời lượng chương trình được ngắt quảng cáo thêm 01 lần; mỗi lần ngắt để phát quảng cáo không quá 5 phút. Đây là nội dung được nêu tại khoản 4 Điều 22 Dự thảo Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo. Nội dung điều chỉnh này nhận được nhiều sự đồng tình bởi tạo cân bằng được lợi ích giữa các đài truyền hình với người tiếp nhận; đồng thời tạo cơ sở cho các đài tận dụng nguồn thu quảng cáo để duy trì hoạt động.

Tận dụng nguồn thu từ quảng cáo

Báo cáo số 2418 ngày 7/5/2024 của Ủy ban Văn hóa, Giáo dục cho thấy, sự phát triển của công nghệ số, truyền thông xã hội trên các nền tảng số xuyên quốc gia, doanh thu của các cơ quan báo chí đang giảm, ngoài ra những khó khăn, vướng mắc trong thực hiện cơ chế tài chính càng khiến hoạt động của các cơ quan báo chí khó khăn hơn.

Hiện nay, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ truyền thông, chi phí cho sản xuất báo chí ngày càng tăng như thù lao chi trả cho nguồn nhân lực, tổ chức sản xuất... Theo thống kê tính đến tháng 4/2024, Việt Nam có hơn 73 triệu người dùng mạng xã hội tương đương khoảng 74% tổng dân số. Trong đó, có 168,5 triệu kết nối di động tương đương với 169,8% tổng dân số. Và như vậy, tại Việt Nam mạng xã hội phát triển khá mạnh mẽ đang tác động trực tiếp đến sự phát triển của kinh tế báo chí, nhất là quảng cáo số của các cơ quan báo chí.

Xét về mối quan hệ hai chiều, ta có thấy, hiện nay, quảng cáo chính là nguồn thu chủ yếu của các cơ quan báo chí. Bởi với sự hỗ trợ của kỹ thuật và công nghệ hiện đại, sản xuất hàng hóa hàng loạt đã tạo nên quá trình cạnh tranh gay gắt giữa các nhà sản xuất, thậm chí là các sản phẩm hàng hóa và dịch vụ. Và, trong cuộc cạnh tranh gay gắt ấy, sự tham gia tích cực của các cơ quan báo chí trong việc đăng tải quảng cáo đã góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội. Sự tham gia này của báo chí vừa góp phần tạo nguồn thu cho tòa soạn, vừa kích thích nhu cầu và thị hiếu tiêu dùng

để phát triển sản xuất hàng hóa.

Xét ở khía cạnh nội tại, quảng cáo là nhu cầu phát triển của cơ quan báo chí. Bởi các tòa soạn muốn có nguồn tài chính để tái đầu tư, đổi mới kỹ thuật và công nghệ làm báo, tăng doanh thu và nâng cao thu nhập cho cán bộ, phóng viên, cộng tác viên, cần phải có kinh phí.

Trong một báo cáo mới nhất của Cục Báo chí, Bộ Thông tin và Truyền thông cho thấy, có một thực tế rằng dù là báo in, báo điện tử hay phát thanh, truyền hình, thì vẫn chủ yếu dựa khá nhiều vào nguồn thu quảng cáo. Doanh thu từ quảng cáo luôn chiếm trên 60%, thậm chí với một số cơ quan báo chí là 90%. Thế nhưng, nguồn thu này giờ đây sụt giảm nghiêm trọng, đặc biệt là báo in.

Các chuyên gia báo chí cho rằng nếu chỉ trông chờ và phụ thuộc vào quảng cáo, các cơ quan báo chí sẽ luôn phải đối diện với nguy cơ sụt giảm doanh thu. Điều này diễn ra trong bối cảnh doanh nghiệp ngày càng tìm đến các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Google...

Đảm bảo chương trình hấp dẫn phục vụ khán giả

Để tận dụng nguồn thu quảng cáo để duy trì hoạt động tại các cơ quan báo chí hiện nay, dự thảo Luật sửa đổi bổ sung một số điều của Luật quảng cáo đã có những bổ sung quy định phù hợp về thời gian ngắt quảng cáo trên các chương trình phim truyện - một nguồn thu chủ lực của các đài truyền hình.

Thực tế cho thấy, hoạt động quảng cáo trên báo hình trong thời gian gần đây tập trung vào các chương trình phim truyện, đặc biệt là vào khung giờ vàng (từ 18 - 20 giờ hằng ngày). Để thu hút người xem, các đài truyền hình đã phải đầu tư mua bản quyền truyền hình, sản xuất các bộ phim ăn khách phát sóng vào khung giờ này và trở thành là nguồn thu chủ yếu.



Ảnh minh họa_nguồn: internet

Tuy nhiên, do quy định số lần ngắt, thời gian quảng cáo tại Luật Quảng cáo: “Mỗi chương trình phim truyện không được ngắt để quảng cáo quá hai lần, mỗi lần không quá 05 phút. Mỗi chương trình vui chơi giải trí không được ngắt để quảng cáo quá bốn lần, mỗi lần không quá 05 phút”(khoản 4 Điều 22). Quy định này vô hình trung đã dẫn đến việc xuất hiện tình trạng các đài truyền hình điều chỉnh giảm thời lượng mỗi tập phim trong khi vẫn áp dụng quy định ngắt để quảng cáo như trên gây bức xúc cho người sử dụng dịch vụ truyền hình phải tiếp nhận các thông tin quảng cáo không mong muốn, phim quá ngắn mà quảng cáo thì quá dài.

Bên cạnh đó, việc cắt thời lượng phim, chương trình có thể ảnh hưởng đến quyền tác giả của các tác phẩm như biên kịch, đạo diễn, tác phẩm điện ảnh thông qua các thông điệp mà tác giả muốn truyền tải.

Theo Ban soạn thảo dự án luật sửa đổi, để cân bằng được lợi ích giữa các đài truyền hình với người tiếp nhận, cần điều chỉnh quy định số lần ngắt, thời gian quảng cáo phù hợp với thời lượng các tập phim. Cụ thể, Dự thảo Luật đã sửa đổi, bổ sung khoản 4 Điều 22: Mỗi chương trình phim truyện có thời lượng dưới 30 phút được ngắt để quảng cáo hai lần, cứ mỗi 15 phút tăng trong thời lượng chương trình được ngắt quảng cáo thêm 01 lần; mỗi lần ngắt để phát quảng cáo không quá 5 phút.

Việc sửa đổi, bổ sung các quy định này nhằm giúp các cơ quan báo chí có điều kiện phát triển hoạt động quảng cáo để có nguồn thu ổn định để duy trì hoạt động, đồng thời có nguồn tài chính để đầu tư tin, bài chất lượng, mua bản quyền chương trình, xây dựng các chương trình hấp dẫn phục vụ người đọc, người xem. Trước quy định sửa đổi nội dung này, đa phần ý kiến đều đồng thuận với mong muốn cân bằng lợi ích giữa đài truyền hình với người sử dụng.

Theo đại biểu quốc hội Đại biểu Trần Thị Thanh Hương (tỉnh An Giang) bày tỏ thống nhất với sự cần thiết sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật quảng cáo. Đây là những vấn đề rất thiết thực nhằm khắc phục những tồn tại, hạn chế, bất cập, góp phần xây dựng thị trường quảng cáo Việt Nam phát triển vì lợi ích chung của toàn xã hội.

“Trước xu thế phát triển của quảng cáo trên mạng thì việc tăng diện tích, tăng thời lượng quảng cáo cho báo chí là một trong những yếu tố quan trọng và rất cần thiết, phần nào cũng góp phần cho các cơ quan báo chí tăng nguồn thu, giải quyết khó khăn, nhất là trong việc thực hiện tự chủ về tài chính...”, đại biểu Trần Thị Thanh Hương nhấn mạnh.

Trên cơ sở vừa tạo điều kiện cho các cơ quan báo chí, vừa phải hài hòa và đảm bảo quyền lợi cho bạn đọc cũng như bạn xem đài, cần tiếp tục nghiên cứu, đánh giá kỹ tác động của việc quy định tăng diện tích, tăng thời lượng quảng cáo có tỉ lệ thực sự phù hợp và thuyết phục hơn; nghiên cứu quy định đảm bảo số lần ngắt cũng như thời gian quảng cáo tối đa trong các chương trình giải trí, phim truyện một cách hợp lý.

Để dự án Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Quảng cáo thật sự phù hợp, thì báo cáo tổng kết thi hành Luật Quảng cáo cũng cần khảo sát về ý kiến người xem truyền hình trong việc tăng thời lượng quảng cáo và số lần quảng cáo. Đồng thời, tăng thời lượng, diện tích quảng cáo phải song song với tăng tính cạnh tranh từ việc đổi mới, nâng cao chất lượng chương trình và tăng chất lượng cho các nội dung quảng cáo.

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/public/quy-dinh-ve-thoi-gian-ngat-quang-caotan-dung-nguon-thu-quang-cao-de-duy-tri-hoat-dong-tai-cac-co-quan-bao-chi-hien-nay>