

HẬU KIỂM VÀ HIỆU QUẢ TỪ GIẢI PHÁP ĐỔI MỚI CÔNG TÁC QUẢN LÝ HOẠT ĐỘNG PHỔ BIẾN PHIM TRÊN KHÔNG GIAN MẠNG TẠI VIỆT NAM

ĐỖ QUỐC VIỆT *

Tóm tắt: Phổ biến phim trên không gian mạng là phương thức phổ biến phim mới, giúp cho công chúng có thể xem phim ở bất cứ nơi đâu, vừa linh hoạt, vừa tiện lợi trong khi chi phí lại rẻ. “Hậu kiểm” phim phổ biến trên không gian mạng được quy định tại Luật Điện ảnh năm 2022, chính là cải cách hành chính thông qua việc cắt giảm, đơn giản hóa thủ tục hành chính đã tạo điều kiện cho hoạt động phổ biến phim này phát triển bùng nổ cả về số lượng lẫn doanh thu. Doanh thu hoạt động phổ biến phim trên không gian mạng tại Việt Nam ước đạt hơn 3.000 tỷ đồng, chưa ngang bằng với doanh thu phim chiếu rạp, nhưng trong tương lai sẽ thu hẹp khoảng cách và vượt doanh thu của phim chiếu rạp, khi “khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số phát triển vững chắc, góp phần đưa Việt Nam trở thành nước phát triển, có thu nhập cao”. Phổ biến phim trên không gian mạng góp phần phát huy mạnh mẽ tiềm năng, giá trị của tác phẩm điện ảnh nhìn từ hiệu quả văn hóa, kinh tế, chính trị và trở thành bộ phận cấu thành quan trọng của công nghiệp văn hóa Việt Nam.

Từ khóa: phim trên không gian mạng, hậu kiểm phim, công nghiệp văn hóa.

Abstract: Online film dissemination represents a novel method, allowing the public to watch films anywhere with flexibility and convenience, all at a low cost. The 2022 Cinema Law stipulates ‘post-check’ procedures for films disseminated online, introducing several new features that aim to reform and simplify administrative processes, thereby fostering the explosive growth of this new film dissemination activity in both quantity and revenue. While current revenue from online film dissemination in Vietnam is estimated at over 3,000 billion VND, still trailing theatrical releases, this gap is projected to narrow and eventually be surpassed, fueled by steady advancements in science, technology, innovation, and digital transformation, contributing to Vietnam’s development into a high-income nation. Disseminating films in cyberspace significantly boosts the economic, cultural, and political potential and value of cinematographic works, establishing it as a vital component of Vietnam’s cultural industry.

Keywords: films on the internet, “post-check” of films, cultural industry.

1. “Hậu kiểm” - cải cách hành chính mới trong quản lý phổ biến phim (PBP) trên không gian mạng

Phim được phổ biến trên không gian mạng đã làm cho giới hạn về thời gian, địa lý, vật lý... không còn mấy giá trị, nên những quy định cùng nhiều cách thức quản lý theo hình thái đã tồn tại nhiều năm và quen thuộc nay phần nhiều trở thành lỗi thời, buộc phải thay đổi để thích ứng trong hoàn cảnh mới ở Việt Nam và nhiều nơi trên thế giới. Việt Nam là một

trong những quốc gia sớm luật hóa để tạo hành lang pháp lý cho hoạt động PBP trên không gian mạng. Tuy đã được xác định tại Luật Điện ảnh năm 2006, nhưng những quy định cụ thể, chi tiết và đi vào thực tiễn đời sống hơn đối với PBP trên không gian mạng phải chờ đến Luật Điện ảnh năm 2022.

Đến nay, hơn hai năm kể từ khi Luật Điện ảnh năm 2022 có hiệu lực, hơn một năm kết thúc thời gian chuyển tiếp để hoàn thành việc bổ sung những điểm khuyết thiếu của phim đã phổ biến trước ngày

cuối cùng của năm 2023 của các chủ thể được phép PBP trên không gian mạng theo quy định tại điểm 6, Điều 21 của Nghị định 131/2022NĐ-CP, công tác quản lý và hoạt động PBP trên không gian mạng đã dần đi vào nền nếp. Nhưng những nội dung mới của Luật Điện ảnh năm 2022, đặc biệt những quy định về quản lý phim trên không gian mạng vẫn còn là chủ đề gây quan ngại (1), luôn khởi nguồn cho những tranh luận đa chiều đến từ các tổ chức, doanh nghiệp, nhà nghiên cứu, nghệ sĩ... trong nước và ngoài nước tại khá nhiều hội nghị, hội thảo, tọa đàm. Chỉ riêng mấy vấn đề có tính đặc thù của hoạt động PBP trên không gian mạng cũng đã đem tới không ít băn khoăn, trăn trở như: “Hậu kiểm” đối với phim phổ biến trên không gian mạng có thực sự mang tính mới, tính tiên phong trong tư duy, nhận thức về quản lý hoạt động PBP? Những được, mất như thế nào đến với xã hội, với công tác quản lý khi thực hiện “hậu kiểm” đối với phim trên không gian mạng, mà nhiều ý kiến quan ngại ví như “thả gà ra đườn?” Giải pháp nào đã và sẽ mang lại hiệu quả tích cực cho công tác quản lý hoạt động PBP trên không gian mạng để phát huy hiệu quả, vai trò và góp phần xây dựng thị trường điện ảnh phát triển lành mạnh, trở thành điểm nhấn trong các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam trong thời gian tới?

“Tiền kiểm” và “hậu kiểm” là hai thuật ngữ được sử dụng khá phổ biến khi nói tắt về cách thức quản lý “việc đưa phim đến với người xem thông qua các hình thức chiếu phim” trong hoạt động điện ảnh. “Tiền kiểm” đã gần như trở thành phần xạ không điều kiện đối với các chủ thể tham gia vào hoạt động phát hành, PBP tại Việt Nam, kể từ khi có quy định về nhập khẩu phim. Thay đổi chữ “tiền” sang chữ “hậu” trong cụm từ “tiền/ hậu kiểm”, hiểu theo cách nói tắt là việc chuyển thẩm định phim “trước” sang thẩm định phim “sau” thực sự chưa hoàn toàn chính xác, chưa phản ánh đúng bản chất của vấn đề này. Bởi việc thẩm định, phân loại phim về bản chất đều được thực hiện trên nguyên tắc “tiền kiểm”, nhưng theo quy định tại Luật Điện ảnh năm 2022 thì việc thẩm định, phân loại phim này được chuyển từ cơ quan nhà nước có thẩm quyền sang cho chủ thể PBP trên không gian mạng chủ động tự thực hiện.

Thực chất, “hậu kiểm” đối với phim phổ biến trên không gian mạng chỉ là cách nói, cách diễn đạt, cách hiểu tắt hóa về việc cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền thực hiện chức năng kiểm tra sau khi các chủ thể được phép PBP trên không gian mạng đã PBP trên các nền tảng có thực hiện tuân thủ đúng quy định

pháp luật hay không. Vì nếu không có “tiền kiểm” phim thì làm sao các chủ thể được phép PBP trên không gian mạng lại có thể “đảm bảo đủ điều kiện phân loại theo quy định” (2) trước khi PBP và “hiển thị mức phân loại phim ở thư mục giới thiệu/ hiển thị chương trình trên giao diện màn hình của thiết bị” (3). Đó chính là tính mới, phản ánh sự thay đổi mạnh mẽ trong tư duy, nhận thức và hành động của những người làm công tác quản lý nhà nước, sau gần 20 năm thực hiện Luật Điện ảnh và gần 30 năm thực hiện công tác *Thẩm định và cấp giấy phép PBP*, theo quy định của pháp luật (4). “Hậu kiểm” đối với phim phổ biến trên không gian mạng là một điểm nhấn mới, quan trọng trong Luật Điện ảnh năm 2022 tạo ra một hành lang thông thoáng, không gian pháp lý rõ ràng, minh bạch khi đề cao vai trò, trách nhiệm của cộng đồng, của chủ thể xã hội, tạo điều kiện thuận lợi cho các chủ thể chịu sự tác động trực tiếp của những quy định về hoạt động PBP trên không gian mạng thực hiện đúng quy định pháp luật. Ngoài việc phân quyền, tận dụng nguồn lực của xã hội, “hậu kiểm” còn là việc cải cách thủ tục hành chính khi cắt giảm, đơn giản hóa thủ tục, cải thiện môi trường kinh doanh theo đúng tinh thần chỉ đạo của Thủ tướng Chính phủ, làm tiền đề cho hoạt động PBP nói chung và PBP trên không gian mạng nói riêng phát triển, đồng thời chấp cánh cho việc quảng bá, phát huy và lan tỏa mạnh mẽ hơn những giá trị tiềm ẩn trong mỗi tác phẩm điện ảnh Việt Nam.

2. Thị phần/ thực trạng của PBP trên không gian mạng ở Việt Nam

Luật Điện ảnh năm 2022 quy định “hậu kiểm” là trao quyền “tự kiểm” đối với phim phổ biến trên không gian mạng cho chủ thể PBP trên không gian mạng thực hiện khi có đủ điều kiện, và “tiền kiểm” đối với phim được phổ biến/ chiếu tại rạp do cơ quan nhà nước có chức năng, thẩm quyền đảm nhiệm. Trong nhiều năm qua, “tiền kiểm” phim chiếu rạp đã trở nên quen thuộc, hình thành ý thức, về cơ bản luôn nhận được nhiều sự đồng thuận từ các đối tượng chịu sự tác động về hoạt động phát hành, PBP và toàn xã hội. Chính vì vậy, không ít ý kiến cho rằng “tiền kiểm” đối với tất cả phim được phổ biến bằng các hình thức khác nhau là việc làm đúng đắn và cần thiết, nhất là việc làm này đã được các cơ quan quản lý nhà nước thực hiện tốt, mang lại hiệu quả tích cực. Do đó, “hậu kiểm” đối với PBP trên không gian mạng là điều khác thường, không hợp lý, chẳng khác gì việc “thả gà ra đườn” sẽ không hiệu quả, mang đến nhiều tiêu cực cho xã

hội, cho công tác quản lý, đồng thời tạo sự cạnh tranh bất bình đẳng so với phim chiếu rạp (5) trong bối cảnh tương lai phát triển thị trường này còn thiếu sự ổn định khi xuất hiện những dấu hiệu không tích cực, trong đó có nguyên do từ thị trường phim trên không gian mạng (6).

Trên cơ sở số liệu từ một số báo cáo, công trình nghiên cứu khoa học của Bộ VH TTDL trong một thập kỷ trở lại đây, chúng ta có thể nhận diện khá rõ từ góc nhìn kinh tế về hình hài của hai hình thức PBP này. Năm 2024, doanh thu phòng vé của phim chiếu rạp đạt xấp xỉ 4.700 tỷ đồng (7) và số lượng khán giả ước đạt 60-70 triệu lượt người xem/năm, đạt kế hoạch đề ra trong “Chiến lược phát triển điện ảnh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” của Chính phủ (8). Theo số liệu về doanh thu phòng vé trong 10 năm (2015-2024) (9) cho thấy doanh thu phim chiếu rạp ở Việt Nam vẫn tiếp tục phát triển theo hướng tích cực, mặc dù có sự trỗi sụt không ổn định trong quãng thời gian diễn ra đại dịch COVID-19 (10).

Trong khi đó, ở mảng phim phổ biến trên không gian mạng, theo số liệu nghiên cứu của Tổ công tác quản lý hoạt động PBP trên không gian mạng của Bộ VH TTDL, số lượng nền tảng PBP trên không gian mạng có dấu hiệu giảm rõ rệt sau thời gian bùng nổ ở Việt Nam. Trước khi có Luật Điện ảnh năm 2022, một năm có gần 30 chủ thể hoạt động PBP trên không gian mạng cung cấp phim có bản quyền đến người xem phim tại Việt Nam, đến tháng 3-2025 giảm còn 21 chủ thể hợp pháp được phép PBP trên không gian mạng, trong đó có 18 chủ thể trong nước và 3 chủ thể là doanh nghiệp ngoài nước được công nhận đủ điều kiện thành lập Hội đồng phân loại phim trên không gian mạng. Số lượng chủ thể được phép PBP trên không gian mạng đã giảm gần 1/3 nhưng trên thực tế hiện nay, số lượng các nền tảng hoạt động thực sự ít hơn 2/3 số lượng thực có. Theo số liệu báo cáo thống kê và từ dữ liệu quản lý phim trên không gian mạng của Cục Điện ảnh (11) cho thấy, kho phim của 3 nền tảng không còn hoạt động khi số lượng phim trong kho bằng 0; 3 nền tảng gần như không hoạt động với số lượng không quá 10 phim trong kho; 1 nền tảng có chưa đến 50 phim trong kho và trong 6 tháng cuối năm 2024 không có phim mới được thông báo danh sách trên hệ thống. Do đó, nếu tính tổng số nền tảng đang hoạt động bình thường hiện nay chỉ còn là 11 nền tảng, tương đương gần 1/3 số lượng nền tảng đã tham gia hoạt động PBP trên không gian mạng so với thời điểm trước khi có Luật Điện ảnh năm 2022.

Trên thực tế đó, người viết tạm đưa ra nhận định từ hai góc nhìn: *Một là*, nhìn từ góc độ khách quan, điều đó phản ánh thực trạng còn tư duy “ăn xổi, ở thì” sẽ không dễ dàng trong việc cạnh tranh để tồn tại và phát triển trên thị trường PBP trên không gian mạng không thiếu những khắc nghiệt. *Hai là*, nhìn từ góc độ chủ quan, đó chính là những phản ánh tích cực, hệ quả thu được đến từ sự thanh lọc với vai trò định hướng, sự điều tiết, điều chỉnh thị trường PBP trên không gian mạng để thị trường đi đúng hướng, phát triển một cách lành mạnh của cơ quan quản lý nhà nước thông qua những điều chỉnh trong việc xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật, cụ thể trường hợp này là Luật Điện ảnh năm 2022. Mặc dù, số lượng chủ thể PBP trên không gian mạng đã giảm mạnh tới gần 2/3 trong thời gian qua, nhưng nhìn từ số lượng tài khoản thuê bao của một nền tảng PBP trên không gian mạng cung cấp đầu tiên phim trực tuyến tại Việt Nam cho thấy số lượng người xem phim không nhỏ, khi ước đạt hơn 300.000 thuê bao hàng tháng, tương đương với khoảng hơn 1.000.000 người dùng (nếu tính trên gói cước dịch vụ cao cấp sử dụng cho nhiều thiết bị cùng lúc mà phần lớn người dùng thường lựa chọn).

Khi doanh thu phòng vé của phim chiếu rạp gần cán mốc 4.700 tỷ, nhiều người lạc quan tin tưởng rằng, doanh thu ngành Điện ảnh sẽ đạt và vượt mức 250 triệu USD như “Mục tiêu chủ yếu của ngành điện ảnh Việt Nam đến năm đến 2030” được nêu trong *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam* (12). Theo số liệu do nhóm nghiên cứu về Công tác quản lý hoạt động PBP trên không gian mạng của Bộ VH TTDL thực hiện cho thấy, ở thời điểm hiện tại, doanh thu ngành Điện ảnh đã vượt mốc 250 triệu USD (6.250 tỷ đồng), bởi nếu chỉ tính từ doanh thu phòng vé của phim chiếu rạp (một trong 3 phương thức PBP chính) thì chưa phản ánh được toàn diện doanh thu của thị trường điện ảnh Việt Nam trong số tổng 67.777,079 tỷ đồng doanh thu từ giá trị sản xuất các ngành công nghiệp văn hóa tại mã ngành kinh tế Việt Nam 59, 60 mà điện ảnh chính là một trong ba thành tố đó (13).

3. Tính hiệu quả của quy định “hậu kiểm” đối với PBP trên không gian mạng

Do giới hạn phạm vi, khuôn khổ của bài viết đăng trên tạp chí nên tác giả chưa đề cập đến doanh thu ở phương thức thứ 2 là PBP trên sóng truyền hình để tập trung vào doanh thu của phương thức PBP thứ 1 và đặc biệt là PBP trên không gian mạng, mảng doanh thu mới của PBP chưa thu hút được nhiều sự quan tâm của xã

hội. Mặc dù, hiện tại trên không gian mạng chỉ có 11 nền tảng hoạt động có phát sinh doanh thu đáng kể tại Việt Nam, nhưng phim trong kho phim của các nền tảng này có số lượng xấp xỉ lên tới 60.000 phim (45.640 phim, chưa bao gồm số lượng phim của một trong những nền tảng PBP lớn, hoạt động phổ biến xuyên biên giới được nhiều người xem phim trực tuyến biết đến) (14). Trong số đó, phần lớn là phim nhiều tập (series) sản xuất theo mùa, số lượng tương đương với khoảng hơn 350.000 giờ phim. Vì vậy, quy định “hậu kiểm” là việc quản lý hoạt động PBP trên không gian mạng theo hướng mới, hướng mở, phù hợp với thực tiễn, trong khi vẫn đảm bảo yêu cầu quản lý nhà nước, lại vừa khuyến khích, tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển trên cơ sở khơi thông mọi nguồn lực (15), đồng thời thực hiện theo phương châm “lấy cái đẹp dẹp cái xấu”, “lấy cái tích cực đẩy lùi cái tiêu cực”. Bởi khi nguồn phim phong phú, dồi dào, giá thành rẻ... sẽ làm cho một bộ phận không nhỏ người xem phim trực tuyến không còn mặn mà, thậm chí dần đoạn tuyệt với những trang web PBP phim lậu chứa những phim vi phạm bản quyền có chất lượng hình ảnh thấp, được nhồi nhét nhiều quảng cáo bất hợp pháp, chứa nhiều mã độc, tiềm ẩn nhiều rủi ro về an ninh, an toàn... và khi người xem nhận thức được đó là hành động vi phạm pháp luật, trực tiếp, gián tiếp tiếp tay cho cái xấu, cái ác có cơ hội để lộng hành làm phương hại đến lợi ích quốc gia, dân tộc. Qua đó, một lần nữa khẳng định “hậu kiểm” PBP trên không gian mạng tại Luật Điện ảnh năm 2022 khi không chỉ phù hợp với các quy luật khách quan, mà còn bảo đảm phát huy vai trò tích cực của pháp luật đối với đời sống xã hội.

Doanh thu từ hoạt động PBP trên không gian mạng chỉ là một mảnh ghép trong bức tranh toàn cảnh về dịch vụ nội dung số trên nền tảng số của mỗi doanh nghiệp. Do đó, người viết sẽ dành thời lượng để làm rõ một số dữ liệu có liên quan tới doanh thu từ hoạt động PBP trên không gian mạng để chứng minh tính hiệu quả của quy định “hậu kiểm”. Những số liệu về doanh thu hoạt động PBP trên không gian mạng trong bài viết này được “chưng cất” từ những phương pháp nghiên cứu khoa học như phương pháp thu thập số liệu, phương pháp điều tra, phương pháp định tính, định lượng... kết hợp với số liệu thu được từ hoạt động nghiệp vụ do tác giả và nhóm nghiên cứu khoa học của Bộ VHTTDL về hoạt động PBP trên không gian mạng thực hiện.

Theo đó, kết quả doanh thu năm 2024 từ hoạt động PBP trên không gian mạng của các doanh nghiệp PBP tại Việt Nam ước tính trên 3.000 tỷ đồng, tương đương

với gần 64% doanh thu phim chiếu rạp. Trong danh sách top 10 nền tảng PBP trên không gian mạng lớn nhất ở Việt Nam xét trên tiêu chí xác định về số lượng phim, số lượng thuê bao... và theo phân tích số liệu của nhóm công tác cho kết quả như sau: Doanh thu của nền tảng xuyên biên giới quen thuộc đứng ở vị trí thứ 4, chiếm gần 30% thị phần, ước đạt hơn 36 triệu USD tương đương với hơn 1.000 tỷ đồng. Nền tảng trong nước xếp ở vị trí thứ 6, chiếm khoảng gần 20% thị phần. Một nền tảng khá quen thuộc với nhiều người xem, thuộc khối doanh nghiệp nhà nước có doanh thu tổng dịch vụ ước đạt hơn 2.000 tỷ đồng, xếp ở vị trí thứ 8, chiếm hơn 10% thị phần. Tổng doanh thu hoạt động của các chủ thể PBP trên không gian mạng tại Việt Nam tính trên cơ sở doanh thu và thị phần như nêu trên còn khá khiêm tốn so với số liệu thực tế từ kết quả phân tích của một đơn vị tư vấn dịch vụ thống kê khác về giá trị sản xuất các ngành công nghiệp văn hóa, trong đó có điện ảnh. Dù khó “bóc tách” một cách chính xác, cụ thể do chưa có số liệu doanh thu được tính tương tự như cách tính của doanh thu phòng vé, nhưng có thể nói doanh thu của hoạt động PBP trên không gian mạng trong thời điểm hiện tại chưa ngang bằng với doanh thu phim chiếu rạp. Nhưng trong tương lai không xa, doanh thu ở hình thức PBP này sẽ không còn khoảng cách với doanh thu của phim chiếu rạp khi “khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số phát triển vững chắc, góp phần đưa Việt Nam trở thành nước phát triển, có thu nhập cao” theo tinh thần Nghị quyết 57-NQ/TW năm 2024 của Bộ Chính trị (16).

Doanh thu ngành Điện ảnh nói chung và doanh thu từ hoạt động PBP trên không gian mạng nói riêng có thể sẽ không chỉ dừng lại ở những con số như hiện tại, vì thị trường phim trực tuyến còn nhiều tiềm năng, lợi thế và dư địa cho phát triển khi tốc độ internet ngày càng tăng cao, thiết bị để xem phim ngày càng rẻ, chất lượng hình ảnh và âm thanh ngày càng được cải thiện và xu hướng già hóa dân số ở Việt Nam. PBP tại rạp và PBP trên không gian mạng trong thời gian tới vẫn sẽ tiếp tục duy trì những lợi thế riêng xuất phát từ những đặc thù vốn đã tồn tại khách quan trong mỗi phương thức, do đó cả hai sẽ tiếp tục phát triển theo mức độ khác nhau, khó có thể dẫn đến việc phủ nhận lẫn nhau hay thay thế cho nhau như một số ý kiến lo ngại. Tuy nhiên, sự phát triển mạnh mẽ cùng với một số thuộc tính hiện đại luôn là lợi điểm của PBP trên không gian mạng sẽ có tác động không tích cực nhất định tới doanh thu của phim chiếu rạp là điều khó có thể tránh khỏi.

Trong thời gian qua, ngoài việc bổ sung một số lượng lớn phim vào kho phim, các chủ thể PBP trên không gian mạng còn cung cấp không ít tác phẩm điện ảnh phát sóng từ các nhà sản xuất phim lớn, có danh vị tại Việt Nam và trên thế giới đang được công chúng chào đón. Từ đó, góp phần giúp người xem cập nhật xu hướng điện ảnh mới, nâng cao kiến thức, đời sống tinh thần của người dân, mang lại giá trị thương mại không nhỏ, tham gia vào chuỗi cung ứng phim toàn cầu, góp phần vào công cuộc quảng bá hình ảnh đất nước, phát triển kinh tế xã hội. Tuy nhiên, với số lượng phim lớn trong khi các giới hạn về mặt vật lý, địa lý không còn nhiều giá trị dẫn đến việc thực thi pháp luật của các chủ thể, nghĩa vụ, quyền lợi của các bên có liên quan có được đảm bảo hay không. Nội dung này cũng đã được bàn thảo và trở thành những chủ đề tranh luận nóng hổi trong quá trình xây dựng và thực hiện Luật Điện ảnh năm 2022. Ngoài những giá trị kinh tế, tinh thần được minh chứng rõ ràng qua những số liệu như đã nêu trên, từ góc nhìn về việc thực thi pháp luật cũng chỉ ra khá rõ ràng, kể từ khi có được hành lang pháp lý khá hoàn thiện kết hợp với chuyển đổi số trong công tác quản lý, hoạt động PBP trên không gian mạng đã được điều chỉnh, đem lại những hiệu quả tích cực, điều đó đã trở thành lời giải đầy tính thuyết phục cho những vấn đề phức tạp, còn gây nhiều băn khoăn, trăn trở của các nhà quản lý, nhà nghiên cứu, người quan tâm đến điện ảnh... trong thời gian qua. Trong mấy năm đầu thập kỷ 2020, tình trạng phim trên các chủ thể PBP trên không gian mạng vi phạm pháp luật nhiều, phổ biến từ những lỗi vi phạm Điều 9 Luật Điện ảnh như xuyên tạc lịch sử, xâm phạm chủ quyền quốc gia, kích động bạo lực, hành vi tội ác... không phân loại phim trước khi phổ biến đến người xem thường xuyên được phản ánh qua những tin, bài trên báo chí và mạng xã hội. Đến nay, những vi phạm đã giảm mạnh và khá hiếm khi được nhắc tới nữa. Năm 2022, 6 chủ thể có phim vi phạm pháp luật về PBP trên không gian mạng, năm 2023 giảm còn 3 chủ thể có phim vi phạm pháp luật, năm 2024 chỉ còn 1 chủ thể có phim vi phạm pháp luật được yêu cầu báo cáo, giải trình với cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền (17).

4. Kết luận và đề xuất một số nhiệm vụ, giải pháp

“Hậu kiểm” đối với phim phổ biến trên không gian mạng được quy định tại Luật Điện ảnh năm 2022 đã góp phần làm sâu sắc hơn quan điểm, chủ trương, đường lối, chính sách của Đảng, Nhà nước về xây dựng, hoàn thiện thể chế, chính sách nhằm huy động mọi nguồn lực cho phát triển văn hóa. “Hậu kiểm” phim trên không gian mạng đã phản ánh sâu sắc tinh

thần đổi mới, sáng tạo, dám nghĩ, dám làm, để đổi mới, vượt lên những khó khăn, thử thách của những người làm công tác quản lý nhà nước lĩnh vực điện ảnh, mà cụ thể là những người làm công tác quản lý hoạt động PBP trên không gian mạng - một lĩnh vực mới không chỉ ở Việt Nam mà còn mới với nhiều quốc gia, vùng lãnh thổ khác trên thế giới để mang lại những thành công, góp phần xây dựng đất nước hùng cường. “Hậu kiểm” phim trên không gian mạng mang lại những ảnh xạ tích cực trong công tác quản lý nhà nước về điện ảnh qua sự kế thừa được tích lũy và đúc rút từ những kinh nghiệm, thành công của nhiều năm “tiền kiểm” trong hoạt động phát hành PBP tại Việt Nam. “Hậu kiểm” phim trên không gian mạng trở thành một công cụ hữu hiệu trong việc điều chỉnh các mối quan hệ xã hội và quản lý nhà nước về một lĩnh vực trong hoạt động điện ảnh, vừa mang tính mới, tính tiên phong vừa đảm bảo sự hòa hợp, thích ứng trong tình hình mới để mang lại những kết quả tích cực, đáng được khích lệ cho xã hội.

Từ những thành quả đáng trân trọng đó càng khẳng định rõ hơn, quy định “hậu kiểm” phim phổ biến trên không gian mạng đã không phải là “thả gà ra đống”, cơ quan quản lý nhà nước đã không phải “đuổi theo gà” mà còn đã và đang làm cho thị trường PBP trên không gian mạng trở thành “vùng trời bình yên”, nơi “đất lành chim đậu” cho nhiều chủ thể được phép PBP trong nước như FPT Play, MyTV, TV360... tung cánh bay lên mạnh mẽ. “Hậu kiểm” phim trên không gian mạng phản ánh những tư tưởng tiên phong, những quan điểm mới mang tính mở nhưng đầy tính biện chứng trong tư duy, nhận thức mới về công tác quản lý nhà nước khi đặt lợi ích của xã hội, sự trong sáng minh bạch, tính khả thi và hiệu quả, để thực hiện mà luôn đảm bảo yêu cầu về an ninh, sự phát triển lành mạnh của ngành Điện ảnh trong công nghiệp văn hóa Việt Nam.

Để phát huy hiệu quả và vai trò của PBP trên không gian mạng, góp phần xây dựng thị trường điện ảnh phát triển lành mạnh, phát triển điện ảnh vừa là ngành nghệ thuật vừa là ngành kinh tế trở thành điểm nhấn quan trọng trong công nghiệp văn hóa Việt Nam, người viết đề xuất một số nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm như sau:

Thứ nhất, tăng cường đào tạo nâng cao trình độ, năng lực để nguồn nhân lực mới phải thực sự làm chủ được công nghệ với ứng dụng trí tuệ nhân tạo mạnh mẽ vào việc thực thi pháp luật trong hoạt động PBP trên không gian mạng.

Thứ hai, xây dựng, hoàn thiện cơ sở dữ liệu gắn với hoàn thiện cơ chế cung cấp, chia sẻ dữ liệu được

quy định cụ thể hóa một cách rõ ràng, minh bạch tạo sự kết nối liên thông, đồng bộ các bộ công cụ để đảm bảo thống nhất sử dụng và phát huy hiệu quả trong toàn hệ thống thực thi pháp luật về PBP trên không gian mạng.

Thứ ba, tuyên truyền nâng cao nhận thức về quyền lợi, trách nhiệm của toàn xã hội đối với hoạt động PBP trên không gian mạng.

Thứ tư, tăng cường công tác kiểm tra, giám sát bằng công nghệ để giảm tải tiến tới từng bước thay thế cho nguồn nhân lực đảm bảo thực hiện được “tinh - gọn - mạnh - hiệu năng - hiệu lực - hiệu quả” (18) cho việc thực thi pháp luật trong hoạt động phổ biến trên không gian mạng.

Thứ năm, hoàn thiện hệ thống văn bản quy phạm pháp luật về điện ảnh nói chung và về hoạt động PBP trên không gian mạng nói riêng ■

Đ.Q.V

1. Khánh Thảo, *Dọn rác phim trên không gian mạng*, cand.com.vn, 21-4-2024

2. Điểm b, khoản 2, Điều 21 Luật Điện ảnh năm 2022.

3. Điểm d, khoản 1, Điều 4 Thông tư 05/2023 Thông tư Quy định tiêu chí phân loại phim và thực hiện hiển thị mức phân loại phim, cảnh báo.

4. Quy chế duyệt phim ban hành kèm theo Quyết định số 2455/QĐ-ĐA ngày 9-8-1997 và Quy định về tổ chức và hoạt động của Hội đồng duyệt phim cấp tỉnh ban hành kèm theo Quyết định số 2332/QĐ-ĐA ngày 2-8-1997 của Bộ Văn hóa - Thông tin.

5. Thành Chung, *Đại biểu quốc hội: tránh tình trạng nhờn thuốc với hậu kiểm phim phổ biến trên mạng xã hội*, tuoitre.vn, 25-5-2022.

6. Xuân Lan, *Sự thoái trào của rạp chiếu phim khi nền tảng phát hành phim trực tuyến lên ngôi*, congty.vn, 10-12-2021.

7. Số liệu từ công tác quản lý ngành của Cục Điện ảnh, Bộ VHTTDL.

8. Quyết định số 2156/QĐ-TTg năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ Quyết định Phê duyệt “Chiến lược phát triển điện ảnh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”.

9. Báo cáo số: 3148/BC-UBVHGD15 của Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội.

10. Văn Tuấn, *Thị trường rạp chiếu phim: Mở cơ hội, vượt thách thức*, sggp.org.vn, 18-8-2024.

11. Phần mềm ứng dụng quản lý hoạt động PBP trên KGM do Cục Điện ảnh, Bộ VHTTDL xây dựng, và vận hành từ tháng 4-2024.

12. Quyết định số 1755/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ “Phê duyệt chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.

13. Nguồn: Dự thảo báo cáo xây dựng Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030 tầm nhìn đến năm 2045 (Kết quả phân tích của Trung tâm Tư vấn và Dịch vụ thống kê, Cục Thu thập dữ liệu và Ứng dụng Công nghệ thông tin, Tổng cục Thống kê).

14. Số liệu do nhóm nghiên cứu Đề tài Công tác quản lý hoạt động PBP trên không gian mạng thực hiện.

15. Điểm 2, mục 2 Kết luận số 119/KL/TW năm 2025 của Bộ Chính trị về định hướng đổi mới, hoàn thiện quy trình xây dựng pháp luật.

16. Mục 2 chương II Mục tiêu Nghị quyết số 57-NQ/TW năm 2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới công nghệ và chuyển đổi số quốc gia.

17. Số liệu của Tổ công tác quản lý hoạt động PBP trên không gian mạng của Bộ VHTTDL

18. *Bài viết của Tổng Bí thư Tô Lâm: Tinh - Gọn - Hiệu năng - Hiệu lực - Hiệu quả*, baohinhphu.vn, 5-11-2024.

Tài liệu tham khảo:

1. Luật Điện ảnh năm 2022.

2. Nghị định số 131/2022/NĐ-CP ngày 31-12-2022 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Điện ảnh.

3. Thông tư số 05/2023/TT-BVHTTDL ngày 5-4-2023 của Bộ trưởng Bộ VHTTDL quy định tiêu chí phân loại phim và thực hiện hiển thị mức phân loại phim, cảnh báo.

4. Đạu Dung, *Phim phát song song, thoát mở hôi hậu kiểm*, tuoitre.vn, 2-2-2024.

5. Thành Chung, *Đại biểu quốc hội: tránh tình trạng nhờn thuốc với hậu kiểm phim phổ biến trên mạng xã hội*, tuoitre.vn, 25-5-2022.

6. Khánh Thảo, *Dọn rác phim trên không gian mạng*, cand.com.vn, 21-4-2024.

7. BBT, *Quốc hội chốt phim trên không gian mạng phải tiền kiểm và hậu kiểm*, abei.gov.vn, 15-6-2022.

8. Quang Phong, *Phim trên mạng khó kiểm duyệt nội dung, lúc được gỡ thì đã lan khắp xã hội*, dantri.com.vn, 22-3-2022.

9. Thu Phương, *Phổ biến phim trên mạng phải bao gồm cả tiền kiểm và hậu kiểm*, quochoi.vn, 7-7-2022.

10. Ngô Huyền, *Ứng dụng Việt vượt mặt Netflix và Spotify về mức độ phổ biến*, vneconomy.vn, 12-9-2024.

11. Kết luận số 119/KL/TW năm 2025 của Bộ Chính trị về định hướng đổi mới, hoàn thiện quy trình xây dựng pháp luật.

12. Mục 2 chương II Mục tiêu Nghị quyết số 57-NQ/TW năm 2024 của Bộ Chính trị về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới công nghệ và chuyển đổi số quốc gia.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 10-3-2025; Ngày phân biên, đánh giá, sửa chữa: 14-4-2025; Ngày duyệt đăng: 24-4-2025.