

HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT QUẢN LÝ “NGHỀ STREAMER” TẠI VIỆT NAM

NGUYỄN HỒNG SON*

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 phát triển mạnh mẽ đã tạo nền tảng cho sự ra đời của rất nhiều hoạt động mang tính nghề nghiệp mới, đóng góp một phần không nhỏ vào sự phát triển của nền kinh tế toàn cầu như Streamer, Youtuber hay Vlogger... Trước những tác động tiêu cực từ hoạt động của một số Streamer thời gian qua, đòi hỏi pháp luật cần có những quy định nhằm quản lý và công nhận hoạt động này là một ngành nghề kinh doanh. Bài viết phân tích hoạt động nghề nghiệp của một Streamer, quá trình hình thành cũng như thực trạng phát triển của hoạt động Streamer ở nước ta hiện nay, từ đó đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật để công nhận Streamer là một nghề kinh doanh có điều kiện tại Việt Nam.

Từ khoá: Streamer, livestream, không gian mạng.

Ngày nhận bài: 05/4/2021; Biên tập xong: 13/4/2021; Duyệt đăng: 17/4/2021

The strong development of the fourth industrial revolution has created many new business activities contributing to the growth of global economy such as Streamer, Youtuber or Vlogger. Facing the negative effects of some Streamer's activities recently, it is necessary to regulate and recognize Streamer as a business line. The article sheds light on professional activities of a Streamer, the formation and development of Streamer activities in Vietnam, thereby, proposes solutions to improve the law for recognizing Streamer as a conditional business in Vietnam.

Keywords: Streamer, livestream, cyberspace.

1. Khái quát chung về nghề Streamer

Trên thực tế, pháp luật thực định Việt Nam chưa có một định nghĩa cụ thể cho khái niệm “Streamer” hay “nghề Streamer” và bản thân hoạt động này cũng chưa được pháp luật Việt Nam công nhận là một nghề chính thức. Tuy nhiên, thông qua hoạt động thực tiễn, có thể đưa ra một khái niệm chung nhằm nhận biết “Streamer” như sau: “Streamer là những người sử dụng không gian mạng¹ thực hiện

hoạt động phát sóng trực tiếp tạo ra những dòng nội dung số² và phát hành chúng thông qua các nền tảng phát trực tuyến nhằm mục đích thu lợi nhuận”.

“Lợi nhuận” ở đây được hiểu có thể là tiền, giấy tờ có giá hoặc bất kỳ loại tài sản nào khác phát sinh thông qua hoạt động hành nghề Streamer. Ngoài việc mang những đặc điểm chung của các loại hình nghề nghiệp khác, Streamer còn có một số đặc điểm riêng biệt sau:

* Học viên Cao học, Trường Đại học Luật Hà Nội

¹ Khoản 3 Điều 2 Luật An ninh mạng năm 2018: “Không gian mạng là mạng lưới kết nối của cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, bao gồm mạng viễn thông, mạng Internet, mạng máy tính, hệ thống xử lý và điều khiển thông tin, cơ sở dữ liệu; là nơi con người thực hiện các hành vi xã hội không bị giới hạn bởi không gian và thời gian”.

² Bách khoa toàn thư mở Wikipedia: “Nội dung số là bất kỳ loại nội dung nào tồn tại dưới dạng dữ liệu số. Nội dung số có thể được lưu trữ trên các thiết bị lưu trữ kỹ thuật số hoặc thiết bị lưu trữ kỹ thuật tương tự ở các định dạng cụ thể. Các hình thức của nội dung số bao gồm các thông tin được phát sóng quảng bá, truyền phát trên mạng bằng công nghệ số hoặc chứa trong các tập tin máy tính”.

Thứ nhất, Streamer là nghề mang tính quốc tế và chủ yếu hoạt động trên không gian mạng. Vùng hoạt động chính của các Streamer là không gian mạng, dựa trên các nền tảng phát trực tuyến như: Twitch, Facebook, YouTube... Những nền tảng này có tính chất xuyên quốc gia, phạm vi hoạt động và ảnh hưởng trên toàn thế giới. Các yếu tố khác biệt về ngôn ngữ, văn hoá, trình độ phát triển của xã hội không phải là rào cản đối với hoạt động hành nghề của một Streamer. Chính vì vậy, những nội dung được họ truyền tải có thể đến bất kỳ đâu trên thế giới, chỉ cần nơi đó có kết nối mạng Internet và sự thu hút của Streamer đủ lớn.

Thứ hai, Streamer là nghề có tính định hướng cộng đồng. Việt Nam đang nằm trong top 20 nước có số người sử dụng Internet cao nhất thế giới. Theo Tổng cục Thống kê, tỷ lệ người sử dụng Internet ở Việt Nam năm 2019 đạt 68,7% so với tỷ lệ trung bình của thế giới là 51,4%, tỷ lệ này chỉ thấp hơn các nước phát triển (86,7%) nhưng cao hơn các nước đang phát triển (44,4%) và các nước Châu Á – Thái Bình Dương (44,5%). Như vậy, việc tiếp cận những buổi phát trực tiếp đối với người Việt Nam là khá dễ dàng, các Streamer dần trở thành những thần tượng của giới trẻ. Một Streamer có thể có riêng cho mình lượng người theo dõi lên đến hàng chục, hàng trăm nghìn người xem trực tiếp trong cùng một thời điểm – một điều thường thấy trong những buổi phát trực tiếp của các Streamer nổi tiếng. Vì vậy, những nội dung mà họ truyền tải có sức lan toả lớn và trở thành những xu hướng mới trong cộng đồng.

Thứ ba, Streamer là nghề nghiệp vừa mang tính nghệ thuật, vừa mang tính sáng

tạo cao. Một Streamer thu hút được đông đảo người xem, người hâm mộ phụ thuộc chủ yếu vào 03 yếu tố: Khả năng sáng tạo nội dung, khả năng truyền đạt nội dung và cách thức làm truyền thông. Quá trình phát triển nội dung của một Streamer có thể thông qua nhiều hình thức khác nhau, ví dụ như hát, chơi trò chơi điện tử, giao lưu với người xem, người hâm mộ,... Hoạt động này mang tính nghệ thuật cao, đòi hỏi sự đầu tư thời gian và tâm huyết của một Streamer không kém gì so với các loại hình nghề nghiệp mang tính giải trí truyền thống khác.

Thứ tư, Streamer không chỉ hoạt động trong lĩnh vực trò chơi điện tử. Có rất nhiều người hiểu hoạt động của một Streamer chỉ là chơi game và chia sẻ những nội dung số đó của họ một cách trực tiếp. Tuy nhiên, những nội dung mà một Streamer truyền tải cần được hiểu rộng hơn, bao gồm cả hoạt động phát trực tiếp nhằm mục đích buôn bán, quảng bá hàng hoá dịch vụ, bình luận viên bình luận phim, ca nhạc hay những người tư vấn tâm lý,... trên không gian mạng.

2. Sự ra đời và phát triển của nghề Streamer trên thế giới

Những ứng dụng sơ khai nhất của hoạt động livestream (phát trực tiếp) được biết đến với tên gọi “upstream” và được các binh lính Mỹ ở nước ngoài sử dụng thường xuyên để có thể nói chuyện trực tiếp với người thân của mình. Đây có thể được coi là một hình thức cải tiến từ việc sử dụng các công cụ để thực hiện cuộc gọi có âm thanh và hình ảnh như Webcam hay video call đã tồn tại trước đó. Trải qua một giai đoạn hoàn thiện và phát triển, các ứng dụng livestream bắt đầu phổ biến trên mọi lĩnh vực.

Đầu tiên, hoạt động phát trực tiếp trở nên phổ biến ở một số quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc và Mỹ với nội dung chủ yếu là livestream các trận thi đấu thể thao điện tử hoặc bình luận khi chơi trò chơi điện tử. Tiếp sau đó là sự bùng nổ của hoạt động livestream diễn ra ở Trung Quốc. Đất nước hơn một tỷ dân này đã đưa việc phát sóng trực tiếp phát triển mạnh, trở thành một kênh mua sắm quảng bá hàng hoá. Xu hướng mới này đã lan toả khắp Trung Quốc và nhiều nước tại Châu Á. Thị trường thương mại điện tử phát trực tiếp của Trung Quốc đạt 1,05 nghìn tỷ NDT (tương đương 158 tỷ USD) trong năm 2020. Thương mại điện tử thông qua hình thức livestream dự kiến tiếp tục tăng trưởng nhanh chóng vào năm 2021 và đạt 2 nghìn tỷ NDT (tương đương 302 tỷ USD)³.

Trên thế giới, năm 2018 có 47% người xem phát trực tiếp, do vậy, nhiều nội dung phát trực tiếp hơn đã được tạo ra so với năm trước (IAB). Cũng trong năm 2018, 44% người xem trực tiếp cho biết họ xem truyền hình ít hơn do có sự xuất hiện của phát sóng trực tiếp (IAB). Trong tháng 12 năm 2019, người dùng Internet dành tới 1,1 tỷ giờ để xem những buổi phát trực tiếp của các Streamer (StreamElements)⁴. Quý 2 năm 2019, người dùng Twitch đã dành tới 2,9 tỷ giờ cho các nội dung số được phát trực tiếp (StreamElements). Đến cuối năm 2020, phát sóng trực tiếp dự kiến sẽ chiếm 82%

tổng lưu lượng truy cập Internet (Go-Global)⁵. Thị trường phát trực tiếp dự kiến sẽ đạt 184,2 tỷ USD vào năm 2028 (Grand View Research)⁶.

3. Thực trạng hoạt động nghề nghiệp Streamer tại Việt Nam

Cùng bắt nhịp với xu thế chung của toàn thế giới, hoạt động nghề nghiệp của các Streamer tại Việt Nam đã bắt đầu phát triển từ những năm 2011. Nổi tiếp đà phát triển đó cho đến nay, hoạt động nghề nghiệp này đang có những bước tiến rõ rệt, đóng góp một phần không nhỏ cho sự tăng trưởng của nền kinh tế đất nước.

3.1. Tổng quan về nghề Streamer tại Việt Nam

Hoạt động livestream phát triển mạnh kéo theo sự xuất hiện của các nền tảng phát trực tuyến lớn trên thế giới như Twitch, Youtube Gaming, Mixer,... tại Việt Nam. Bên cạnh đó, những nền tảng mới như Facebook Gaming, Nimo TV, Nono Live đã góp phần tăng tính cạnh tranh và tạo ra động lực phát triển cho thị trường phát trực tiếp. Đến nay, tuy chưa có con số chính xác về doanh thu của hoạt động livestream nói chung tại Việt Nam nhưng theo ước tính, tổng chi tiêu cho hoạt động quảng cáo trực tuyến đối với hoạt động livestream dao động từ 8 - 10%. Theo đó, thị trường livestream tại Việt Nam có giá trị xấp xỉ 20 triệu USD trong năm 2018 (theo thống kê *Livestream*

³ Báo cáo thị trường thương mại điện tử phát trực tuyến của Trung Quốc năm 2020 của chuyên trang thống kê KPMG

⁴ Thống kê “Platform market share hours watched in the month of December 2018 vs December 2019”, StreamElements - Công ty chuyên thống kê của Anh, truy cập ngày 16/9/2020.

⁵ Thống kê “The State of Live Streaming – Statistics and Trends”, Go-Global. Link: <https://www.go-globe.com/live-streaming-statistics/>, truy cập ngày 17/9/2020.

⁶ Thống kê của Grandviewresearch. Link: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/video-streaming-market>, truy cập ngày 16/9/2020.

kiếm chục triệu USD của Brands Việt Nam – chuyên trang thống kê các nhãn hàng tại Việt Nam).

Năm 2020, nền kinh tế trên toàn thế giới nói chung và kinh tế Việt Nam nói riêng đã phải đối mặt với những thay đổi không ngờ bởi sự ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, trong khi hầu hết các ngành nghề đều bị đình trệ thì đây lại là cơ hội cho nghề Streamer phát triển. Tính từ thời điểm Thủ tướng Chính phủ ban hành Chỉ thị số 15/CT-TTg ngày 27/3/2020 và Chỉ thị số 16/CT-TTg ngày 31/3/2020 với các nội dung chính liên quan đến việc giãn cách toàn xã hội, hạn chế giao tiếp và tạm dừng hoạt động kinh doanh, buôn bán không thiết yếu thì hành vi của người tiêu dùng đã thay đổi hoàn toàn. Thống kê từ Statista cho thấy, các hoạt động giải trí ngoài trời đã giảm 19% so với năm 2019, 43% người dùng giảm thiểu thời gian mua sắm bên ngoài, 49% người dùng dành nhiều thời gian trên Internet hơn và 69% người dùng tăng thời gian sáng tạo và theo dõi các nội dung livestream tại nhà⁷.

Báo cáo Ảnh hưởng của COVID-19 tại thị trường Việt Nam của Adsota cho thấy, lượng người theo dõi các livestream trò chơi điện tử tăng 67.81%, thời gian theo dõi tăng 18.74%, tương tác tăng 41.61% và lượng tìm kiếm tăng 66.34% so với năm 2019, tổng số lượt xem livestream trò chơi điện tử trên Facebook Gaming đạt mốc 119,2 triệu, tăng lên 81,37% so với khoảng thời gian hai tuần cùng kỳ tháng trước đó⁸. Tính năng phát trực tiếp Facebook

Gaming bắt đầu đặt chân vào thị trường Việt Nam từ năm 2018, đến thời điểm hiện tại, nền tảng này đã phát triển mạnh khi xây dựng được một mạng lưới các nhà sáng tạo nội dung phát trực tiếp trò chơi điện tử với hơn 300 Streamer và hơn 80 triệu người theo dõi (tính đến tháng 9 năm 2020 theo thống kê *Livestream kiếm chục triệu USD của Brands Việt Nam*).

Hoạt động bán hàng trực tuyến trên nền tảng Facebook hay các nền tảng giải trí khác như Tiktok, Youtube... cũng đang là những mảnh đất “màu mỡ” cho các Streamer. Chỉ tính riêng tại hai thành phố lớn là Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh, đã có tới trên 30.000 chủ tài khoản có hoạt động quảng cáo bán hàng thông qua hình thức livestream trên nền tảng Facebook trong năm 2017.⁹ Trong năm 2020, ước tính nguồn thuế thu được từ hoạt động kinh doanh, bán hàng qua mạng của các tổ chức, cá nhân (Facebook, YouTube, Google...) là khoảng trên 1.000 tỷ đồng. Căn cứ hồ sơ khai thuế của người nộp thuế và cơ sở dữ liệu của cơ quan quản lý thuế, tổng số thu năm 2019 và năm 2020 đối với các cá nhân có thu nhập từ hoạt động thương mại điện tử (Google, Facebook, Youtube...), Cục Thuế thành phố Hà Nội đã thu được 148 tỷ đồng. Trong đó, năm 2019 là 25 tỷ đồng, năm 2020 là 123 tỷ đồng (tăng 492%)¹⁰.

⁹ Thế Lâm (Báo Lao động), “Kinh tế livestream”: Doanh thu khủng, thất thu thuế... khủng không kém. Link: <https://nhipsongdoanhnghiep.cuocsongantoan.vn/kinh-doanh/kinh-te-livestream-doanh-thu-khung-that-thu-true-khung-khong-kem-3549111.html>, truy cập ngày 01/01/2021.

¹⁰ Ngô Minh, “Một cá nhân kinh doanh online ở Hà Nội nộp thuế 23 tỷ đồng”. Link: <https://zingnews.vn/mot-ca-nhan-kinh-doanh-online-o-ha-noi-nop-thue-23-ty-dong-post1174029.html>, truy cập ngày 01/01/2021.

⁷ Báo cáo Khủng hoảng COVID-19: Tác động và tìm năng phục hồi, Công ty quảng cáo Adsota phát hành.

⁸ Báo cáo Khủng hoảng COVID-19: Tác động và tìm năng phục hồi, Công ty quảng cáo Adsota phát hành.

3.2. Những mặt tiêu cực của nghề Streamer tại Việt Nam

Streamer là một nghề nghiệp mang tính tự phát, do đó, tồn tại song song với sự phát triển của nghề nghiệp này cũng là một số những hệ lụy xấu đối với đời sống xã hội, cụ thể:

Thứ nhất, Streamer sử dụng những nội dung hạn chế trẻ vị thành niên để thu hút người xem. Phần lớn các Streamer đều là người đã trưởng thành, vì vậy, việc đề cập đến những nội dung hạn chế đối với đối tượng trẻ vị thành niên là hành vi bình thường và một số Streamer đã lợi dụng điều này nhằm thu hút người xem. Tuy nhiên, đối tượng trẻ vị thành niên vốn là độ tuổi mà các đặc điểm về thể chất và tâm sinh lý chưa phát triển đầy đủ, thiếu nhận thức và hiểu biết về vấn đề giới tính. Điều này xuất phát từ thực trạng hoạt động giáo dục giới tính tại Việt Nam còn hạn chế, cộng thêm tâm lý tò mò muốn khám phá thế giới thì việc những đối tượng này bị thu hút bởi các nội dung nhạy cảm là điều dễ hiểu. Từ đó, nhóm đối tượng là trẻ vị thành niên tìm đến những buổi phát trực tiếp của các Streamer ngày càng nhiều, nếu không có sự điều chỉnh một cách kịp thời của pháp luật thì sẽ để lại hậu quả là làm sai lệch những suy nghĩ, hành vi, xuất hiện lời nói trái chuẩn mực đạo đức xã hội, hay xa hơn nữa là gia tăng tình trạng tội phạm là người chưa thành niên.

Thứ hai, Streamer sử dụng ngôn từ trái thuần phong mỹ tục và đưa thông tin giả mang tính kích động người xem. Đánh vào sự tò mò, tính hiếu kỳ của người xem chính là một trong những điểm cốt yếu mà một Streamer cần làm. Tuy nhiên, một thực trạng đáng lo ngại xuất hiện

trong thực tiễn là có rất nhiều Streamer tại Việt Nam nổi tiếng nhờ khả năng sử dụng ngôn từ tiêu cực, lối nói chuyện trái thuần phong mỹ tục hay đưa ra những thông tin sai sự thật để thu hút sự chú ý của cộng đồng.

Thứ ba, trình độ học vấn và nhận thức pháp luật của một bộ phận Streamer còn nhiều hạn chế. Nghề Streamer không đòi hỏi đối tượng hành nghề phải qua một trường lớp hay phải có một loại bằng cấp, học vấn nhất định mới được hành nghề, các Streamer có thể đến từ mọi lứa tuổi, mọi trình độ học vấn và mọi sắc tộc. Vì vậy, hiện nay một bộ phận không nhỏ Streamer có nhận thức pháp luật, kinh nghiệm sống ở mức hạn chế. Đây là một thực tế rất nguy hiểm khi những người đi truyền cảm hứng, truyền động lực và cả kiến thức xã hội lại có nhận thức về pháp luật, đời sống không đúng chuẩn mực thì nội dung họ truyền đi sẽ để lại những hệ lụy tiêu cực với một bộ phận dù là ít hay đông đảo người xem.

3.3. Sự thiếu hụt về chính sách quản lý thuế đối với nghề Streamer tại Việt Nam hiện nay

Hoạt động phát sinh lợi nhuận đối với một Streamer khá đa dạng, có thể kể đến những nguồn thu mang tính chính thống như: Thù lao, tiền lương thông qua việc giao kết hợp đồng lao động đối với các công ty truyền thông hoặc các nền tảng phát trực tiếp nhằm thu hút người xem dựa trên sự nổi tiếng của họ. Một Streamer cũng có thể tham gia các sự kiện, đóng quảng cáo, làm đại diện cho các nhãn hàng và nhận về những khoản tiền không nhỏ. Những hoạt động trên đã chịu sự điều chỉnh một cách đầy đủ của pháp luật dân sự, pháp luật lao động,

tạo cơ sở cho việc thực hiện tốt hoạt động kiểm soát thuế của cơ quan chức năng.

Tuy nhiên, các Streamer còn có thể nhận được những nguồn thu lợi nhuận từ một số hình thức khác và cơ sở để kiểm soát thuế đối với những nguồn lợi nhuận này trên thực tế còn nhiều hạn chế, cụ thể:

Thứ nhất, thu nhập của Streamer thông qua các kênh “donate”, số lượng người theo dõi, lượt xem quảng cáo. “Donate” là hình thức kiếm tiền thông dụng nhất của các Streamer. Từ “donate” trong tiếng Anh có nghĩa là “quyên góp” hoặc “đóng góp tiền”; theo đó, người xem sẽ đóng góp một số tiền tùy theo khả năng cho các Streamer họ yêu mến để giúp người ấy có kinh phí duy trì hoạt động nghề nghiệp.

Một Streamer còn kiếm được lợi nhuận từ số lượng người ấn nút theo dõi kênh của họ, các nền tảng phát trực tuyến sẽ nhận tiền từ các nhãn hàng và trả lại cho các Streamer số tiền tương đương với lượng người theo dõi, người xem trực tiếp mà họ thu về.

Trên thực tế, cơ quan thuế Việt Nam đã có sự phối hợp với một số nền tảng phát trực tuyến lớn như Google, Facebook, Youtube... nhằm kiểm soát thuế với những nguồn thu này. Mỗi khi thực hiện chi trả cho cá nhân Việt Nam, các nền tảng phát trực tuyến đó sẽ thông báo danh sách kèm theo số tiền cho phía cơ quan thuế Việt Nam để có thể tổng hợp, theo dõi và thu thuế theo quy định của pháp luật. Tuy nhiên, xuất phát từ việc các hình thức “donate” và chi trả lợi nhuận cho Streamer rất đa dạng, có những hình thức thông qua các trang trực tuyến, tổ chức thanh toán quốc tế không có trụ sở tại Việt Nam và bản thân

những tổ chức này cũng không có chính sách hướng đến việc công khai thông tin về thu nhập của Streamer, cộng với sự chủ động trốn tránh của các Streamer dẫn đến tình trạng khó khăn trong kiểm soát thuế, gây thất thoát cho nguồn thu quốc gia.

Thứ hai, thu nhập của Streamer thông qua livestream buôn bán hàng hoá, dịch vụ. Nhờ lợi thế giá cả hợp lý, giao dịch thuận tiện nên hoạt động livestream buôn bán hàng hoá, dịch vụ ngày càng trở nên phổ biến và mang lại doanh thu lớn. Tuy nhiên, trên thực tế đa số các chủ thể livestream bán hàng đều trốn tránh việc thực hiện nghĩa vụ đăng ký, kê khai và nộp thuế cho Nhà nước.

Nhằm mục đích siết chặt việc quản lý thuế đối với các chủ kinh doanh qua mạng nói chung và những chủ kinh doanh qua hình thức livestream bán hàng nói riêng, Luật Quản lý thuế năm 2020 được ban hành và có hiệu lực kể từ ngày 01/7/2020 với một điểm mới quan trọng là việc các ngân hàng thương mại có nghĩa vụ phải cung cấp thông tin số tài khoản theo mã số thuế của người nộp thuế cho cơ quan quản lý thuế. Bên cạnh đó, các ngân hàng thương mại có trách nhiệm khấu trừ, nộp thay nghĩa vụ thuế của tổ chức, cá nhân ở nước ngoài kinh doanh thương mại điện tử có phát sinh thu nhập từ Việt Nam... Các vấn đề này đều đã được cụ thể hoá tại Điều 30 Nghị định số 126/2020/NĐ-CP ngày 19/10/2020 quy định chi tiết một số điều của Luật Quản lý thuế. Việc quy định này được ban hành là cấp thiết nhưng về hiệu quả áp dụng và tính khả thi thì còn cần thời gian để nghiên cứu, đánh giá. Căn cứ tình hình thực tiễn, ngay sau khi được đưa vào áp

dụng, những chủ kinh doanh trực tuyến đã thực hiện nhiều hành vi khác nhau nhằm “lách” luật như yêu cầu người mua hàng khi chuyển khoản tiền để chi trả cho mặt hàng cần giao dịch thì không cần ghi nội dung chuyển khoản nhằm che giấu hoạt động mua bán hàng hoá, từ đó vượt qua sự kiểm soát của các ngân hàng thương mại và cơ quan quản lý thuế.

4. Đề xuất, kiến nghị

Từ thực tiễn và nhằm đảm bảo các Streamer hoạt động trong khuôn khổ pháp luật, tác giả đề xuất, kiến nghị pháp luật cần công nhận Streamer là một nghề hợp pháp và là một nghề kinh doanh có điều kiện, cụ thể:

Thứ nhất, pháp luật cần sớm công nhận Streamer là một nghề hợp pháp. Theo đó, cần bổ sung quy định tại nhóm nghề 2513 thuộc Phần II Phụ lục II – Giải thích các nghề thuộc danh mục nghề nghiệp Việt Nam theo Quyết định số 34/2020/QĐ-TTg ngày 26/11/2020 của Thủ tướng Chính phủ về Ban hành danh mục nghề nghiệp Việt Nam. Cụ thể, quy định nhóm nghề 2513 – Nhà phát triển web và truyền thông địa phương bao gồm: Lập trình viên hoạt hình, Lập trình viên trò chơi máy tính, Nhà phát triển Internet, Lập trình viên đa phương tiện, Nhà kiến trúc trang web, Youtuber và Vlogger. Văn bản này được ban hành như một sự công nhận đối với hai nghề mới xuất hiện trong thời đại công nghệ 4.0 giống như Streamer là Youtuber và Vlogger. Việc không đề cập đến Streamer là một thiếu sót lớn và bổ sung Streamer vào nhóm nghề trên là cần thiết.

Thứ hai, cần bổ sung thêm quy định “Hành nghề Streamer” vào danh mục 227 ngành nghề kinh doanh có điều kiện được quy

định tại Phụ lục IV Luật Đầu tư năm 2020. Khi một chủ thể muốn thực hiện hoạt động nghề nghiệp này phải đăng ký với cơ quan chức năng để được cấp Chứng chỉ hành nghề. Chứng chỉ hành nghề Streamer ở đây đơn thuần chỉ là một loại thủ tục hành chính với mục đích quản lý, thu thập thông tin của các chủ thể hoạt động trong lĩnh vực livestream và hoàn toàn không có ý nghĩa trong việc đánh giá năng lực nghề nghiệp. Đây là một biện pháp nhằm nâng cao mức độ quản lý của Nhà nước đối với các Streamer đang hoạt động và cả những chủ thể đang có ý định thử sức với loại hình nghề nghiệp này. Hành vi, lời nói và nội dung mà họ truyền tải sẽ có sự kiểm tra, giám sát mạnh mẽ đến từ phía của cơ quan chức năng, từ đó, hạn chế sự lan truyền của những văn hoá phẩm đồi trụy, nạn tin giả, cũng như giảm thiểu những chiêu trò mà các Streamer tạo ra.

Xét trên khía cạnh phục vụ công tác kiểm soát thuế, việc cấp Chứng chỉ hành nghề sẽ là cơ sở cung cấp các thông tin cơ bản nhất về hoạt động có phát sinh lợi nhuận của một Streamer như lĩnh vực hoạt động hay các tài khoản cá nhân tiếp nhận nguồn thu từ hoạt động hành nghề của họ, từ đó, cơ quan thuế có thể thực hiện chức năng, nhiệm vụ của mình một cách dễ dàng hơn. Ngoài ra, việc tuyên truyền, phổ biến về nghĩa vụ nộp thuế đối với các khoản thu nhập của Streamer giai đoạn trước khi Cấp chứng chỉ hành nghề sẽ góp phần nâng cao ý thức thực hiện nghĩa vụ thuế với Nhà nước.

Hoạt động cấp Chứng chỉ hành nghề Streamer cần có sự phối hợp thực hiện giữa Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội cùng với Bộ Thông tin và Truyền

thông. Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội có trách nhiệm tổ chức, hướng dẫn việc thu thập, lưu trữ, tổng hợp thông tin thị trường lao động liên quan đến nghề Streamer, từ đó có các phân tích, dự báo làm cơ sở phục vụ cho hoạt động cấp Chứng chỉ hành nghề Streamer trong phạm vi trách nhiệm quyền hạn được quy định tại Chương 3 Luật Việc làm năm 2013 về Thông tin thị trường lao động. Bộ Thông tin và Truyền thông chịu trách nhiệm chính trong hoạt động cấp Chứng chỉ hành nghề Streamer, Cục Phát thanh, Truyền hình và Thông tin điện tử chịu trách nhiệm trực tiếp; Vụ Pháp chế thuộc Bộ Thông tin và Truyền thông chịu trách nhiệm xây dựng Đề án cấp chứng chỉ và các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan. Thanh tra ngành Thông tin và Truyền thông, Sở Thông tin và Truyền thông các tỉnh, thành phố chịu trách nhiệm thực hiện kiểm tra, giám sát cũng như quản lý hoạt động của các Streamer được cấp Chứng chỉ và các nhiệm vụ khác theo quy định của pháp luật.

Đề án Cấp chứng chỉ nghề Streamer bao gồm các nội dung chính: Một số khái niệm chung liên quan đến nghề Streamer; phạm vi và thời hạn sử dụng của Chứng chỉ; đối tượng cấp Chứng chỉ; quyền và nghĩa vụ cơ bản của người được cấp chứng chỉ; điều kiện cấp Chứng chỉ; thủ tục cấp chứng chỉ; thu hồi, cấp lại và không cấp lại chứng chỉ; tổ chức chịu trách nhiệm thi hành; kinh phí triển khai thực hiện.

Hiện nay, có nhiều ý kiến trái chiều đối với vấn đề công nhận Streamer là một nghề tại Việt Nam. Một số ý kiến cho rằng, Streamer liên quan đến truyền thông hơn là thương mại điện tử, hơn nữa nó chỉ là

hoạt động nghề nghiệp mang tính thời điểm, nên để xã hội tự điều chỉnh, rồi pháp luật mới đi sau. Tuy nhiên, từ những phân tích trên cùng việc nắm bắt tình hình phát triển trong thực tiễn của nghề Streamer, việc công nhận Streamer là một nghề kinh doanh có điều kiện là cấp thiết. Sự ra đời của một bộ quy tắc chung trong hành nghề Streamer sẽ là cơ sở đảm bảo cho việc duy trì và phát triển loại hình nghề nghiệp mới này một cách ổn định và bền vững tại Việt Nam, góp phần bắt kịp với xu hướng phát triển chung của thế giới./

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ngô Minh (2020), "*Một cá nhân kinh doanh online ở Hà Nội nộp thuế 23 tỷ đồng*". Link: <https://zingnews.vn/mot-ca-nhan-kinh-doanh-online-o-ha-noi-nop-thue-23-ty-dong-post1174029.html>, ngày truy cập 16/9/2020;
2. Chuyên trang thống kê điện tử Statista (2020), "*Impact on consumer behavior due to COVID-19 among urban citizens in Vietnam 2020*". Link: <https://www.statista.com/statistics/1102863/vietnam-impact-on-shopping-after-covid-19-outbreak/>, ngày truy cập 17/9/2020;
3. Chuyên trang thống kê điện tử Stream Elements (2020), "*Platform market share hours watched in the month of December 2018 vs December 2019*". Link: https://cdn.streamelements.com/static/Q4_December.pdf, ngày truy cập 16/9/2020;
4. Chuyên trang thống kê điện tử Grandviewresearch (2020), "*Video Streaming Market Size, Share & Trends Analysis Report By Streaming Type, By Solution, By Platform, By Service, By Revenue Model, By Deployment Type, By User, By Region, And Segment Forecasts, 2021 – 2028*". Link: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/video-streamingmarket>, ngày truy cập 16/9/2020;
5. Chuyên trang thống kê điện tử Go-Global (2020), "*The State of Live Streaming – Statistics and Trends*". Link: <https://www.go-globe.com/live-streaming-statistics/>, ngày truy cập 17/9/2020.