



## 要管好广告，先管住平台（纵横）

王石川

2月26日，工商总局等11部门发布关于印发《整治虚假违法广告部际联席会议2018年工作要点》的通知，要求加大整治重点领域和农村、城乡接合部等重点地区，重点查处事关人民群众身体健康、生命安全的虚假违法广告，显示了监管部门的治理决心和手段。面对虚假违法广告具有的反复性、顽固性等特点，强化创新、提高监管效能，应成为监管部门的主动选择。

一个基本的共识是，虚假违法广告本不该面世，更不能堂而皇之地登陆各大平台。但吊诡的是，问题广告屡禁不止、层出不穷，有时甚至陷入“发如韭，剪复生”的怪圈。有的问题广告“一路绿灯”，在互联网、广播电视平台上露脸，乃至长期“霸屏”。问题出在哪里？炮制者固然可憎，一些贬损自身公信力为虚假违法广告“站台”的平台也难辞其咎。

问题广告大行其道，往往有平台“加持”。去年年底，工商总局公布多批虚假违法广告典型案例，其中不乏一些平台大肆播放问题广告的现象。所以，如果广告主投机取巧，平台则须瞪大眼睛，严格审查。如果该审核却不审核，置广告法于不顾，自然应该被追究、处罚。值得一提的是，以往

**批注 [A1]:** 这篇材料主要讲怎样处理虚假广告的问题，并且上升到国家治理的高度。提高综合治理水平，也是十九大提出的目标，也是这次公考的热点，大家要做好相关积累。

**批注 [A2]:** 可以直接作为材料，让大家分析。



解析人民日报，让自己面试话与众不同！加 qq 群 649400092

相关平台发布虚假违法广告往往被罚款了事，而此次发布的工作要点强调，职能部门对相关责任单位和责任人不再止于行政处罚，还包括约谈告诫、纪律处分等综合治理手段，“对涉嫌犯罪的，移送司法机关”。更有威慑力的措施，提醒相关平台真正做到守土尽责。

守土有责、守土负责，事后查处固然重要，事前防范也不可或缺。在此次发布的工作要点中，“加强重点媒体监管”

“强化互联网平台责任”“落实属地监管责任”等要求，就体现了二者的紧密结合。狠抓广告发布前审查责任的落实，并督促广告经营者、发布者健全管理制度，严格履行广告发布前的审查义务和责任，问题广告兴风作浪的生存空间才会更逼仄，乃至完全堵住其“抛头露面”、坑害世人的漏洞。

底线不可触碰，法律不容挑战。对于与公共利益息息相关的广告平台来说，更须敬畏法律，把底线伦理放在重中之重的位置，而不是在利益驱动下为不法广告“背书”。特别是一些虚假违法广告事关人民群众身体健康、生命安全，如果为其提供播放机会，导致无辜民众受害，更是于法不容。

从推动协同共治到加大惩戒力度，再到坚持常态化治理，只要最大限度压缩问题广告问世渠道，不仅能还平台朗朗晴空，还能使消费者免受危害。平台越来越干净，既是民众之幸，也是自身健康发展之基。

**批注 [A3]:** 转化为自己的语言熟记，在很多题目中都可以用到职能部门对相关责任单位和责任人不再止于行政处罚，还包括约谈告诫、纪律处分等综合治理手段。

**批注 [A4]:** 万能句，很多怎么看、怎么办的题都可以用到。

**批注 [A5]:** 从法律角度来阐述，熟记！

**批注 [A6]:** 熟记