

1942年创刊

青年记者

www.qnjz.com



文章标题

全部

指定年份

2013

搜索

[· 首页](#) · [杂志简介](#) · [刊首快语](#) · [前沿报告](#) · [传媒骄子](#) · [新闻茶座](#) · [· 经历](#) · [· 冷风劲吹](#) · [· 边看边说](#) · [· 传媒透视](#) · [· 国际媒介](#) · [· 专栏作家](#)
[面对面](#) [专题](#) [博士笔谈](#) [理论视野](#) [新闻采编](#) [经营方略](#) [广电视听](#) [新媒体](#) [素养/管理](#) [名家风范](#) [往期回顾](#) [主编信箱](#) [新闻实践](#)
[媒体脸谱](#) [政经资讯](#) [观察与批评](#) [调查与研究](#) [传媒个案](#) [新闻与法](#) [学子论文](#) [网文精选](#) [编读网来](#) [经营专区](#) [采编技法](#) [传媒史话](#)

## 虚假电视购物广告：新闻GDP主义的产物

时间:2010-11-10 17:14:00 作者:; 来源:

● 杨延华

2010年3月15日，中国新闻网转发一条消息，有网友因深受电视购物之害而在网上发起孝子联盟，助老人免被电视购物忽悠。不少网友表示支持。在3·15消费者权益保护日，电视购物依然是讨论和关注的焦点。

如今，每天打开电视，那些屡禁不止的医疗、保健、美容等虚假广告依然充斥着电视荧屏，从“不花钱的超低价手机”，“不用交上网费的笔记本电脑”，到具有各种神奇功效的“全球限量”金手链、项链、大钻石之类的购物广告……电视购物广告几乎被受众们认为是视觉垃圾，到了人人喊打的地步。今年春晚，由李伟建和武宾表演的相声《超级大卖场》也拿电视购物“开涮”，李伟建称“就是把一根牙签夸成参天大树，把一只猴子夸成齐天大圣，把一间小屋夸成豪华别墅，只要能赚钱就要不择手段”，着实对电视购物行业的诸多怪现象进行了讽刺。

### 电视购物怪现象及其根源

根据我国《广告法》的规定，虚假广告是指以欺骗方式进行的内容不真实的广告宣传。鉴别广告的真实与否，要看广告宣传的内容是否都有事实根据，还要看广告所宣传的商品或服务与用户或消费者所实际购买到的商品或服务是否一致。虚假广告根据其欺骗手段和程度的不同，可以分为欺诈性广告，吹嘘、夸大性虚假广告和假冒伪劣性虚假广告三种。①虚假广告的播出既损害了消费者的合法权益，也损害了媒体在人们心目中的形象，透支了电视媒体的公信力。一般广告发布前通常要经过“广告主提出申请——相关部门批准——媒介审查发布——相关部门监督”四个阶段。而媒介在其中充当着把关人的角色，起着关键的桥梁作用。也就是说，虚假广告的出笼，媒体有着不可推卸的责任，因为受众大多是通过媒体传播的广告信息来获得对广告产品的认知。近年来，我国也相继出台了一些法律来规范电视购物虚假广告，国家也三令五申要对虚假广告进行严惩，但收效甚微，相反，虚假广告有愈演愈烈的趋势。据国家工商总局的最新统计信息显示，2009年3月15日至2010年3月14日，全国工商系统12315投诉举报电话共受理电视购物类申诉2686件，比上年增长55.17%，增幅较大。

为什么有的购物广告假得过头，但依然能够堂而皇之地登上电视荧屏呢？

虚假电视购物广告之所以生命力如此旺盛，与其背后利润丰厚的利益链条有着密切关

::: 业界资讯 :::

- 业界资讯集萃2013. 4. 1
- [欢迎关注青年记者微信、微博](#)
- 业界资讯集萃2013. 3. 25
- 业界资讯集萃2013. 3. 18
- [第九届学子论文评选启事](#)
- [第八届学子论文获奖名单](#)
- [第八届学子论文评选奖励办法](#)
- [青年记者入选全国核心期刊](#)
- [青年记者电子版机构用户增长2](#)
- [今参考加快向山东第一刊迈进](#)

More...

::: 友媒动态 :::

- “爱上电视”北京台创意大征集
- 浙报采编大楼开工建设
- 威海日报社办网络电视台
- 电视苏军“情感”升级
- 上海文广重组新媒体
- 广州日报报业集团品牌发展路
- 辽宁日报传媒集团新址奠基“
- 人民日报实行统一版数、统一
- 辽宁日报报业集团更名为辽宁
- 宁夏日报报业集团挂牌成立

More...

::: 学子论文评选 :::

- [第九届学子论文评选启事](#)
- [第八届学子论文获奖名单](#)
- [第八届学子论文评选奖励办法](#)
- [第八届学子论文评选启事](#)
- [第七届学子论文评选揭晓](#)
- [第七届学子论文获奖名单](#)
- [第七届学子论文评选奖励办法](#)
- [第七届学子论文评选启事](#)
- [第六届新闻学子论文评选揭晓](#)
- [第五届学子论文评选揭晓](#)

More...

系。某些电视媒体不顾社会责任，眼睛只盯着广告费，对广告内容把关不严，致使媒体的公信力受到极大损害。媒体是虚假广告产业链中得利最大的一环。而消费者权益意识淡薄，也为虚假广告提供了生存的空间。据人民网粗略计算，以国内一线卫视如湖南卫视、浙江卫视、安徽卫视每分钟5000至7000元的广告收费计算，一段10分钟的电视购物广告成本在5至7万元。而假设在节目播出的10分钟内，能接到全国各地消费者打进的1000个电话，按有效订购电话20%计算，有200个打进电话的消费者会购买，从每个消费者身上也至少要赚250元，才能不亏本，这还不包括运费、人工费、税收等成本。因此，一些电视购物广告在各大卫视疯狂宣传的同时，亦在不断虚抬产品价格，从消费者身上赚取暴利。②国家虽每年都要出台相应法律来遏制虚假广告，但执行力度值得商榷，有法不依、执法不严的情况普遍存在，致使媒体有恃无恐。今年2月份，国家工商行政管理总局等12部委出台《2010年虚假违法广告专项整治工作实施意见》，要求对医疗、保健、非法低俗广告重拳出击。但类似这样的意见出台总是雷声大雨点小，受众对此也产生了审美疲劳。另外，虽然有些媒体及广告商得到了相应惩罚，但违法的成本远远低于其获利，这也是虚假广告屡禁不止的原因之一。

目前我国对虚假广告采取的主要是事后追究的监管方式，只对药品等少数几个行业的广告实行事前审查制。即便是药品之类需经事前审查的广告，在虚假广告所能带来的暴利面前，有些广告主也往往可以对原来送检的广告版本进行增删甚至篡改。比如2006年被药监部门公开叫停并取缔广告批准文号的黄金搭档，就是通过篡改审批内容的方式增加了许多虚假广告信息，于是很多虚假广告就绕过了政府监管。③虚假广告严重侵犯了消费者的合法权益，影响了广告业的健康发展，致使媒体的公信力下降，对我国传媒业的发展极为不利。GDP主义的核心就是要把中国社会货币化或者商品化。杜绝新闻GDP主义，并不是说媒体不能追求经济效益，而是要将社会效益和经济效益有机结合。媒体担负着传播信息、教化大众的职能，对社会的健康发展、国家的长治久安起着至关重要的作用。

### 防治虚假广告的对策

如何防治虚假广告呢？笔者认为可以从以下几方面入手：

1. 媒体要严格自律。媒体作为社会公共资源，应该以为人民服务为己任，必须把社会效益放在首位，不能为了经济效益而置社会公众利益于不顾。而且，新闻媒体要对其广告从业人员进行相应的职业培训，如职业法规、职业道德和专业知识等，提高对虚假广告的认识。

2. 加大对虚假广告的处罚力度。对虚假广告发布者的处罚既要明确还要有可操作性。在我国台湾地区虽没有关于电视购物的专门法律，但通过电视法加强了对电视广告的管理，规定了电视广告的播放时间、播放方式、广告内容的审查、核准与禁止等。在欧美地区，如果播放虚假广告，媒体和广告商将会面临巨额经济赔偿直至破产，甚至是面临牢狱之灾。以上措施都值得我们借鉴。

3. 积极引导消费者对广告进行监督，提高消费者的自我保护意识。美国的消费者自我保护意识很强，对于虚假广告，他们通常会采取法律手段来保护自己的合法权益。如2003年肯德基在美国推出的电视广告中打出了“健康牌”，称肯德基炸鸡“有人体必需的碳水化合物，是每日菜单不可缺少的组成部分”。这一广告夸大了肯德基炸鸡的功能，在播出后引起了很多人的不满，美国联邦贸易委员会专门对此展开调查。在各方的压力下，肯德基公司很快停播了这则广告。④可见，制定公众举报虚假广告制度，动员全社会对广告进行监督，并设立相应的投诉机制和奖励机制，有助于对消费者合法权利的保护。

注释：

编读网来

- 青年记者2013年2月上评刊
- 青年记者2013年1月下差错
- 青年记者2013年1月上评刊
- 青年记者2012年12月下差错
- 青年记者2012年12月上评刊
- 青年记者2012年11月下差错
- 青年记者2012年11月上评刊
- 青年记者2012年10月下差错
- 青年记者2012年10月上评刊
- 青年记者2012年9月下差错

More...

经营专区

- 山东邮政全力扶持《今参考》
- 《今参考》杂志全力配合邮局
- 山东邮政公司充分肯定《今参
- 《齐鲁晚报》、《今参考》被
- 欢迎订阅《青年记者》
- 欢迎订阅《今参考》

More...

友情链接

- 中国记协网
- 人民网传媒
- 新华网传媒
- 搜狐传媒
- 凤凰传媒
- 网易传媒
- 新浪传媒
- 大众网
- 半岛网
- 鲁中网

More...

①甘忠泽：《现代广告管理》[M]，复旦大学出版社，2000年版

②邢婷婷：《电视购物虚假广告屡禁不止 谁在纵容欺诈行为？》，《通信信息报》，2010年3月19日

③刘振：《虚假广告泛滥背后的媒介职守》，《声屏世界》，2007年11月

④王忻：《美国怎样禁止虚假广告》，《环球时报》，2004年9月3日

（作者单位：郑州大学新闻与传播学院）

来源：青年记者 2010年10月下

编辑：解西伟

【发表评论】

【打印本文】

【收藏本页】

【返回顶部】

【关闭窗口】

讨论区

已有 0 位对此新闻感兴趣的网友发表了看法

[点击查看](#)

我来评两句

请 [登陆](#) 后发表评论。如果您还不是本站会员,在此[注册](#)

• 所有评论仅代表网友个人观点 • 请各位遵纪守法并注意语言文明

[发表](#)

#### 大众网版权与免责声明：

1、大众网所有内容的版权均属于作者或页面内声明的版权人。未经大众网的书面许可，任何其他个人或组织均不得以任何形式将大众网的各项资源转载、复制、编辑或发布使用于其他任何场合；不得把其中任何形式的资讯散发给其他方，不可把这些信息在其他的服务器或文档中作镜像复制或保存；不得修改或再使用大众网的任何资源。若有意转载本站信息资料，必需取得大众网书面授权。

2、已经本网授权使用作品的，应在授权范围内使用，并注明“来源：大众网”。违反上述声明者，本网将追究其相关法律责任。

3、凡本网注明“来源：XXX（非大众网）”的作品，均转载自其它媒体，转载目的在于传递更多信息，并不代表本网赞同其观点和对其真实性负责。

4、如因作品内容、版权和其它问题需要同本网联系的，请30日内进行。

地址：济南市经十路16122号 邮编：250014 编辑部电话：（0531）85196697 85196066 85196311 85196286

投稿邮箱：qnjzbj@qq.com（停用qnjz@vip.sina.com）

网站电话：（0531）85196311

Copyright©2001-2007 qnjz.com All Right Reserved

转载需注明来源，未经许可，不得转载

鲁ICP备07006503号