2012年四月置入性行銷類別統計表（附表1）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 則數  報名 | 註明政府機構者 | 未註明政府機構者 | 置入性行銷 | 中國廣告 |
| 中國時報 | 21 | 4 | 0 | 0 |
| 聯合報 | 19 | 0 | 0 | 0 |
| 聯合晚報 | 16 | 0 | 0 | 0 |
| 蘋果日報 | 15 | 0 | 0 | 0 |
| 自由時報 | 10 | 0 | 0 | 0 |
| 合計 | 81 | 4 | 0 | 0 |

附註：一.未註明政府機構者，係指未符「預算法第六十二條之一條文」規定者；置入性行銷，則是將政府廣告性質改以新聞編寫方式表現，亦未符「預算法第六十二條之一條文」規定者。（例如6月6日「桃園河川中心動土」，聯合報在A11版註明「桃園縣政府廣編」。中國時報則在A5版採「新聞」編寫方式處理，就有「置入性行銷」之嫌。）兩者均以「置入性行銷」計算，視同「烏龍新聞」。

二.各主要報紙的「烏龍新聞」評比中，係將未註明政府機構者、置入性行銷、中國廣告，都列為「烏龍」計算。

三.類此置入性行銷和中國廣告等刊登行為，若依新聞正確編寫規範、「預算法第六十二條之一條文」規定及符合兩岸相關法規後，將不再列入計算。

●**「預算法增訂第六十二條之一條文」中華民國100年1月26日華總一義字第10000016621 號 基於行政中立、維護新聞自由及人民權益，政府各機關暨公營事業、政府捐助基金百分之五十以上成立之財團法人及政府轉投資資本百分之五十以上事業，編列預算辦理政策宣導，應明確標示其為廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式進行。**

2012年四月烏龍新聞統計表（附表2）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 則數  報名 | 烏龍新聞則數 | 備 註  (有更正者) |
| 中國時報 | 8（未註明政府機構者4） | 1 |
| 蘋果日報 | 2 | 1 |
| 自由時報 | 2 | 1 |
| 聯合報 | 1 | 1 |
| 聯合晚報 | 0 | 0 |
| 合計 | 13（未註明政府機構者4） | 4 |

※四月各主要報紙的「烏龍新聞」評比（未註明政府機構者、置入性行銷、中國廣告，都列為「烏龍」計算）。依序為：中國時報8則（含未註明政府機構者4則、更正1則）、蘋果日報2則（含更正1則）、自由時報2則（含更正1則）、聯合報1則（含更正１則）、聯合晚報則無。合計13則，刊更正者4則。

※四月違反新聞倫理道德規範的示意圖和照片，依序為：自由時報29則（含自殺28則）、中國時報22則（含自殺17則）、蘋果日報19則（含自殺12則）、聯合報16則（含自殺16則）、聯合晚報1則（含自殺1則）。合計87則（含自殺74則）。