2012年9月置入性行銷類別統計表（附表一）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 |
| 聯合晚報 | 37 | 0 | 0 | 1 |
| 聯合報 | 34 | 1 | 0 | 3 |
| 中國時報 | 29 | 2 | 0 | 1 |
| 蘋果日報 | 19 | 0 | 0 | 0 |
| 自由時報 | 13 | 0 | 0 | 0 |
| 合計 | 132 | 3 | 0 | 5 |

附註：一.未註明政府機構者，係指未符「預算法第62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62條之一條文」規定者。（例如去年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，也將未註明政府機構者、置入性行銷、中國廣告，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62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62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50％以上成立之財團法人及政府轉投資資本50％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9月烏龍新聞統計表（附表二）

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 則數報名 | 烏龍新聞則數 |  備 註(有更正者) |
| 聯合報 | 8（含中國廣告3未註明政府機者1） | 2 |
| 中國時報 | 4（含中國廣告1未註明政府機者2） | 0 |
| 蘋果日報 | 2 | 1 |
| 聯合晚報 | 1（含中國廣告1） | 0 |
| 自由時報 | 1 | 0 |
| 合計 | 16（含中國廣告5、未註明政府機構者3） | 3 |

※9月各主要報紙違反新聞倫理道德規範的示意圖和照片，依序為：自由時報23則（含自殺21則）、蘋果日報16則（含自殺12則）、中國時報11則（含自殺8則）、聯合報8則（含自殺7則）、聯合晚報則無。合計58則（含自殺48則）。