**附表**

2012年10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 |
| 中國時報 | 48 | 1 | 0 | 2 |
| 聯合報 | 45 | 0 | 0 | 11 |
| 聯合晚報 | 42 | 2 | 0 | 5 |
| 自由時報 | 24 | 0 | 0 | 0 |
| 蘋果日報 | 22 | 0 | 0 | 0 |
| 合計 | 181 | 3 | 0 | 18 |

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。兩者均以「置入性行銷」計算。

二.各主要報紙的「烏龍新聞」評比中，也把未註明政府機構者、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者，不列入計算。

●「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10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 | 13（含中國廣告11） | 2 |
| 聯合晚報 | 7（含中國廣告5未註明政府機者2） | 0 |
| 中國時報 | 4（含中國廣告2未註明政府機者1） | 1 |
| 蘋果日報 | 3 | 3 |
| 自由時報 | 1 | 0 |
| 合計 | 28（含中國廣告18、未註明政府機構者3） | 6 |

※10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22則（含自殺19則）、蘋果日報18則（含自殺14則）、中國時報14則（含自殺12則）、聯合報8則（含自殺8則）、聯合晚報則無。合計62則（含自殺53則）。