

委託研究計畫之研究主題與重點

擬委託計畫名稱		電視新聞置入性行銷案例研究			
計畫編號		計畫性質		<input checked="" type="checkbox"/> 行政政策 <input type="checkbox"/> 科技研發	
計畫領域		<input type="checkbox"/> 電信 <input type="checkbox"/> 自動化 <input type="checkbox"/> 土木 <input type="checkbox"/> 機電 <input type="checkbox"/> 航太 <input type="checkbox"/> 海洋 <input type="checkbox"/> 運輸 <input type="checkbox"/> 氣象 <input type="checkbox"/> 地震 <input type="checkbox"/> 觀光 <input type="checkbox"/> 綜合			
預定執行期限	全程	年 月 日 至 年 月 日			
	年度	98 年 7 月 2 日 至 98 年 10 月 30 日			
經費概算	全程	千元			
	年度	300 千元			
<p>一、計畫背景與目的：(簡述研究計畫之目的、緣起與重要性，並說明與當年度業務施政之關聯性、配合性及前後連貫的整體性)</p> <p>(一) 我國現行廣告規範並不足以讓消費者的權益受到應有的保護，其中愈來愈多廣告主和媒體藉由電視新聞和節目進行商業訊息的置入，企圖以「偷渡」訊息的方式影響消費者。美國、歐盟、加拿大、日本、韓國等國，已在相關法規中立法訂定與時俱進的廣告及置入性行銷相關規範，我國的政策法規應該如何配套，這些都是當務之急。</p> <p>(二) 由於新聞節目具公信力和即時性，觀眾在未有防衛心理的收視情境下，極可能受到置入資訊的影響而不自知，本會刻正進行衛星廣播電視法修正，爰明定新聞節目不得進行置入，並採取重罰手段遏止；新聞置入性行銷在未來明文禁止後，其標準與界線為何，如何進行適當規範，有待更具體的研究。</p>					
聯絡人	朱其慧	職稱	專員	聯絡電話	3343-2663

表幅不足，另紙繕寫

二、委託對象之條件：(說明研究機構的性質及計畫主持人需具備專長條件)

研究機構性質：學術單位

主持人需具備專長條件：具備法律、傳播、廣告行銷相關領域專長

三、預期完成的工作項目：(若分年進行，得分年列述)

1、案例分析

- (1) 台灣電視新聞商業置入性行銷的運作型態及表現型態為何？新聞報導與商業置入性行銷之差異與區別為何？如何規範電視新聞商業置入性行銷？
- (2) 選取 15~20 則具研究價值之新聞報導負面案例（本會可提供案例）。

2、焦點座談

瞭解新聞頻道製作新聞報導時，商業置入性行銷之操作、型態、新聞呈現的方式；進行至少一場新聞實務工作者之焦點團體座談或深度訪談（人數為 8~10 人）。

- 3、將上述案例分析及焦點座談之綜合結論，提出「電視新聞商業置入性行銷型態、認定與規範原則」及政策建議。

四、預期成果、效益及其應用：（說明預期完成之具體成果，儘量依條列舉，並按計畫性質詳述所獲得的效益，以及未來在施政上的應用）

本研究之目的，期能針對新聞置入性行銷之原則，訂定明確的規範，除可作為媒體參考外，亦可避免對置入敏感性較低或容易受其影響的觀眾，在無防禦的心理下誤信置入商品的宣稱。

五、經費細目概估：(總經費： 300 千元)

- | | |
|-----------|-----------|
| (一)人事費： | (二)儀器設備費： |
| (三)消耗材料費： | (四)業務費： |
| (五)旅運費： | (六)管理費： |

表幅不足，另紙繕寫