

答：一、學童交通安全向為本府教育局業務推行之重點。愛心商店的主要精神就在於主動結合社區資源，發揮守望相助的精神，以確保學童安全。目前推展學區內商店加入愛心商店行列學校的執行情形，本府教育局將於五月三十日前完成調查並提出報告。

二、本府教育局將於本年度內規劃完成全台北市愛心商店執行計畫，此愛心商店計畫，將從調查學區內治安死角、可列為愛心商店的商家，建立學童上下學安全路線著手，並請管區派出所列為重點巡邏，宣導愛心商店社區安全責任，建立安全導護網，形成區域聯防系統。

三、本府教育局也將統一設計愛心商店識別標誌，於適當時機由政府統一授證，張貼於愛心商店明顯位置；並於九十年度編列預算辦理觀摩會，全面推展至各校。

四、另為確保學童安全，本府警察局責由派出所邀請轄區國小以下的學校、家長會、導護媽媽、里長、社區發展協會、女警隊、交通隊等單位共同會勘，結合校園周邊熱心住家、商店、金融機構、二十四小時超商等處所建構成完全走廊一四七條路線，提供給學校列管加強對學童宣導使用，並於「社區治安會議」時提出宣導，供社區居民參考。

五、有關所提重慶國中位於大同區與士林區交界，形成三不管地帶，且學校附近高速公路下涵洞位置偏僻且照明不佳，學童安全毫無保障案，經查該校與明倫高中併立，轄區分局已將該址列為治安重點加強巡邏，目前係由蘭州街派出所結合動區查察同仁加強防範，以維該校學童之安全，至於該址照明不佳，業請本府工務局公園路燈工程管理處勘查裝設照明設備。

答覆單位：台北市政府（教育局）續覆

答：一、目前推展學區內商店加入愛心商店行列學校，國民小學有四十八所，愛心商店有三千二百〇八家；國民中學有十二所，愛心商店有六百七十四家；高級中學有一所，愛心商店有十家。

二、本市愛心商店執行情形，目前尚無統一識別標誌，本府教育局將於本年度內規劃完成台北市愛心商店執行計畫，將相關愛心商店事宜具體推展。

一〇二

質詢日期：八十九年四月二十四日

質詢議員：許富男

質詢對象：文化局龍局長、政風處

質詢題目：違法出版品「文化快遞」，出版慢吞吞！

編印發行圖利廠商！精緻文化傾向的內容錯誤百出！  
說明：文化局是推動台北市文化政策的主管機關，並兼管中山堂、文獻會、美術館、市立交響樂團、市立國樂團和社教館等單位業務。

龍局長身為文化局行政主管，仍像龍作家般的本位主義心態，為何不統合所屬單位既有的官方刊物（例如：社教館的「藝文通訊」、文獻會的「台北文獻」、市立國樂團的「北市國樂」、美術館的「美術館」等）澈底檢討，並研擬合併製作一份全台北市民都需要的文化資訊刊物呢？

今日，文化局迫不及待出版的「文化快遞」，是一份只為特定人士傳遞精緻文化訊息的刊物！從「發行計

劃書」可知，編輯內容是針對藝文活動之愛好者與主要消費群、藝術工作者、藝文事業從業員、文化界意見領袖等對象的口味。如此對特定對象而言，只是又多一份資訊刊物而已？但是對其他台北市民來說：「文化快遞」是何物呢？龍局長個人文化觀擬定的措施，如何落實文化生活化呢？

本席對「文化快遞」的發行有許多質疑點，更不認同下列文化觀：

一、「文化快遞」是違法出版品——違法文化

文化局的官方文化刊物「文化月訊（文化快遞）」是一份月刊，為何不向行政院新聞局依出版法登記發行呢？至今已公開發行三期，不守法行為作何解釋？

二、標榜文化「快遞」發行卻慢吞吞——說謊文化

一份月刊型的資訊刊物，應是每月一日以前出刊，又標榜「快遞」理念，出刊日期竟是十五日，將刊物送到指定分送地點更是二十日左右。慢吞吞的製作出刊和發行動作，豈是合約書第四條上所寫：每月一日出刊，最遲不得延至每月第六日。並於每月第五日前刊物放置、寄發至本局所指定的地點，最遲不得延至第十日。即使是合約所擬的出刊日期和放置定點日期，更讓本席質疑文化局的能力？一份刊有四月份藝文資訊的官方刊物，在四月中旬才出刊，那前十五日左右的藝文資訊有何功能呢？台北市期待五月份的「文化快遞」，應該在四月底就出刊、分送指定地點，文化局做得到嗎？

三、官方刊物竟刊登民間的商業廣告——貪瀆文化

文化局委託編印合約書上，無任何一條條文允許在官方刊物上刊登民間廠商的商業廣告。今日依合約編印的二十大張、八個版面創刊號第一期，在第四版出現半頁廣告、第八版又出現四分之一頁廣告，甚至第一版右上角出現一則廣告，註明「本期文化快遞：由統一獨家贊助」。這種明顯地圖利廠商的圖利行為之嫌，請政風處深入調查，龍局長有貪瀆之嫌否？並將結果提供本席追蹤！

因為文化局每期以 386666 元委託「象形文字傳播公司」編印，今日創刊號若由「統一」公司獨家提供，請文化局說明這期委製費？和象形文字傳播公司所販售廣告金額？並請文化局提供「文化快遞」所有招標？議價？比價？和預算金額？核定底價？決標金額？等相關資料。

四、精緻文化傾向的內容，錯誤百出！資訊不全！——監督不週的瀆職文化

創刊號第一期右上角出現「本期文化快遞「試刊號」：」的試刊號明顯錯誤，和第三版中「朱銘美術館」和「敦煌藝術中心」展覽圖片應對調等錯誤，都不應出現在官方文物品，監督不週是唯一理由。在馬市長「懲由上起」的處罰新政策，龍局長應承擔何種責任呢？

本席並對編輯內容中，執筆者觀點、題材的取向和藝文場所藝文活動的報導，建請文化局應接納不同立場的撰文，資訊要廣泛，題材要多樣化、生活化

，不應只做精緻文化的報導。同時要求依合約第九條第一款和第二款處罰「象形文字傳播公司」違約，並將扣款金額繳庫，並將處理過程作成報告，送交本席追蹤參考。

**答覆單位：**台北市政府（文化局）

答：一、查出版法業於八十八年一月二十五日由總統府公告廢止，同年一月二十七日生效，此後凡相關出版品之發行，包括新聞紙類均不須送審登記。議員所詢「文化快遞」違法發行一事，顯係誤會。

二、「文化快遞」招標案自八十九年三月七日上網公告至三月二十日截止收件，三月二十四日開標議價完成，因而延誤四月份創刊號之出刊時程，敬請諒察。未來各期將依照合約規定，於每月一日準時出刊。

三、「文化快遞」招標案相關資料：原預算數為 5,040,000 元（12000 份\*12 月\*35 元），因慮及招標作業於三月底完成，實際執行作業期程為九個月，自行調整預算數為 3,780,000 元（12000 份\*9 月\*35 元）。試刊號第一期於二月出刊（一大張、二萬份）、第二期於三月出刊（一大張一小張、五萬份）由統一企業贊助 1,000,000 元辦理試刊，未動支本府文化局預算。其中試刊號第一期單份成本約為 1053 元，試刊號第二期單份成本約為 1579 元。本刊物自創刊號起辦理公開招標，上網公告期間為八十九年三月七日至三十日。投標家數計四家（象形文字傳播、宜果國際文化事業、華岡興業基金會、活力廣告事業等），經資格審查合格家數為二家（象形文字傳播、活力廣告事業）。得標廠商為象形文字傳播

。開標之核定底價為 3,500,000 元，議價後決標金額為 3,480,000 元。合約議訂期間為八十九年四月一日至十二月三十一日（自創刊號至第九期，共九期），每期委託製作費為 386,667 元，每月發行二大張、三萬份，製作費用增加部份，請得標單位尋求民間單位贊助。創刊號由統一企業贊助三十萬元，故本期實際製作費用為 686,667 元（每單份成本為 2289 元）。

（二）廣告贊助之規範：【文化月訊（文化快遞）】月刊委託編印合約書合約第三條：「：：乙方（象形文字傳播有限公司）可因應內容及設計上之需要酌予增加張數及印製數量，其差價由乙方自行負擔，其贊助單位須經甲方（台北市政府文化局）同意。」第五條：「負責事項。一、甲方（）每期內容與廣告之審定：：」。基於試刊號之執行經驗，文化局發現由於每期「文化快遞」所需刊載的訊息量龐大，故應以二大張為宜；又倘依試刊號之紙質、邀稿內容、印刷品質等水準為標準，則二大張「文化快遞」每單份成本約為 23 元。依每期委託製作費 38 萬餘元計算，只能刊印約一萬七千份。故為能增加發行量以擴大文化資訊服務之效益，文化局爰設定發行量目標為三萬份，其所需費用之差額約三十萬元，則責成承包廠商募款贊助。復因為贊助廠商勢必要求刊登廣告，因此，文化局原則上同意「文化快遞」可刊登廣告，惟其廣告商品與版面內容均須經文化局審定（合約書第五條）。文化局考慮「文化快遞」所能允許刊登廣告之版面大小，並參考市售報紙廣告之計費標準並設定承包廠商每期應爭取贊助款三十萬元，刊登約半版廣告，

使發行量達到三萬份之目標。由於募款額度與廣告版面之大小及發行量成正比，而廣告版面之大小與廣告之內容均由文化局嚴格把關，因此承包商絕無可能藉由爭取贊助而圖取暴利。相反地，承包商卻須負擔無法爭取到贊助款的風險。事實上，以該刊物之發行量而言，要爭取鉅額贊助恐非易事。「文化快遞」之所以開放民間贊助與刊登廣告，無非是希望藉由政府推動藝文資訊普及的帶動作用下，鼓勵民間力量的參與與支持，藉以降低政府財務支出之負擔，並創造企業與文化合作之可能性。

四如前所述，由於本期作業期程稍嫌倉促，議員所指證之錯誤已責成承包單位更正，文化局未來將加強監督。至於編輯內容方向上，「文化快遞」並未自詡為精緻文化的代表，文化局只是努力向市民展現：一流的城市，當然值得擁有一份內容充實、製作精良的藝文資訊報導。

答覆單位：台北市政府（政風處）

答：一有關質詢「官方刊物竟刊登民間的商業廣告——貪瀆文化」乙節，說明如後：

(一)該刊物本府文化局預算為新臺幣(下同)三七八萬元(12000份\*9月\*35元)，核定底價為三五〇萬元，自四月創刊號起辦理公開招標，計有象形文字傳播、宜果國際文化事業、華岡興業基金會、活力廣告事業等四家廠商參加，經資格審查合格者為象形文字傳播、活力廣告事業等二家，由象形文字傳播以三四八萬元得標。合約期間為八十九年四月一日至十二月三十一日(自創刊號至第九期計九期)，每期委託製作費為三八萬六、六六

七元，每月發行二大張、三萬份。

(二)另查試刊號第一期於二月出刊(一大張、二萬份、單份成本約為1053元)、第二期於三月出刊(一大張一小張、五萬份、單份成本約為1579元)，由統一企業贊助一百萬元辦理試刊，並未動支該局預算。創刊號由統一企業贊助三十萬元，故該期實際製作費用為六八萬六、六六七元(每單份成本為2289元)。

(三)該局原定發行量為二大張計印製三萬份，每單份成本約為23元，依每期委託製作費三八萬餘元計算，只能刊印約一萬七千份，其所需費用之差額約三十萬元，係由承包商依據該局【文化月訊(文化快遞)】月刊委託編印合約書第三條規定：「……乙方(象形文字傳播有限公司)可因應內容及設計上之需要酌予增加張數及印製數量，其差價由乙方自行負擔，其贊助單位須經甲方(台北市政府文化局)同意。」第五條規定：「負責事項：一、甲方( )每期內容與廣告之審定……」，自行募款贊助，並須負擔無法爭取到贊助款之風險，該刊物可刊登廣告，惟其廣告商品與版面內容均須經該局審定，而所刊登廣告版面大小係參考市售報紙廣告之計費標準。

二綜前所述，本案尚無該當圖利廠商罪嫌之具體不法事證。

一〇三

質詢日期：八十九年四月二十四日

質詢議員：羅宗勝

質詢對象：文化局長龍應台