

文化」，不過是電子花車上脫唱耍弄的清涼秀，歌仔戲與布袋戲而已。

#### 四兒童藝術節，集中式活動另一典例

兒童藝術節預算編列一千五百萬，活動目的標榜文化走入社區，是文化局推動文化走入社區的一個重大指標，但以今年的舉辦方式（集中式）與過程觀之，整個系列活動可說是熱鬧有餘內容缺乏，更暴露出文化局對委辦單位的無力監督。

1 二千年兒童藝術節，除社區主題館項目在萬華、中正兩區舉辦外，其餘的活動皆集中於市府A9停車場與大安森林公園，活動地點過度集中，與推廣社區文化活動的宗旨明顯相違背，文化深入社區，走入生活，不過是句口號。

2 文化局心態只重舉辦「活動」，卻完全漠視本身人手缺乏，行政與監督能力不足之缺陷，導致委外單位恣意妄為，活動的品質與內涵大為走調，例如在大安森林公園所舉辦的藝術市集與民俗童玩活動淪為承辦單位的招商大會與趕集即是一例。

3 二〇〇一年的兒童藝術節，如果不能擺脫定點式與集中式的型態，真正將活動深入社區，走入生活，而仍停留在「熱鬧活動」的性質，倒不如停辦，將省下的經費直接投注於各社區的文化活動，落實「文化走入生活」口號。

#### 答覆單位：台北市政府（文化局）

答：一按文化局所推動藝文發展之政策，除有文化局主動辦理台北詩歌節、台北電影節、兒童藝術節等大型活動及讓

文化生根、深入生活的藝文紮根社區活動外，亦設有藝文補助申請機制，提供獎助社區藝文工作者及民間團體辦理各項藝文之保存、創作、傳習、展演等，以兼具藝文發展深度與普及性。另文化局附屬之台北市立美術館、台北市立社會教育館、市立交響樂團、市立國樂團、文獻委員會、中山堂管理所等，皆已長年推動美術、戲劇、舞蹈、音樂、史料等多元藝文業務，著有績效普獲市民肯定及熱烈參與；且九十年年度各館（團、會、所）預算之編列，文化局皆已先行邀集各附屬機關會通盤檢討，以整合、統籌分配市府公共资源，應無獨厚文學而排擠其他領域資源之虞，併此敘明。

二有關羅議員宗勝、許議員富男、陳議員秀惠之寶貴建議，本府深感敬謝並已交文化局列入九十年年度「藝文工作策劃與推動」參考。

六十九

質詢日期：九十年一月九日

質詢議員：羅宗勝、許富男、陳秀惠

質詢對象：文化局

質詢題目：「文化快遞」三合一省經費，更可充實內容，讓傳遞管道更全面

說明：

一、文化局編列「文化快遞」，大方向正確，對提供市民藝文活動資訊有一定功能，但在內容編排、發刊日期以及發放管道等方面還大有改進空間，如果能結合內容、性質相近的局內其他刊物，做一完整的資

源、資訊整合，不僅可使刊物的可讀性更爲提高，印製目的更能發揮，還可省下重覆編印的經費，一舉數得。

二、今年度發行之刊物缺點有：

1 出刊日期延遲：文化快遞以介紹台北市主要藝文活動爲主要發行目的，出刊日期應提早在當月一號以前，但目前的出刊日期往往在每月份的四或五號才置放於定點。

2 發行管道單一：該刊物目前的置放點幾乎僅在各捷運站出入口，流通管道過於狹隘，取閱讀者層面有一定侷限，在活動資訊告之的及時性與普及性有不足之缺失。

3 活動介紹限於北市：文化快遞刊載的藝文活動與主辦單位，絕大部分侷限於市府各局處與文化局隸屬各館、團，而同樣位於北市的其他中央館、場，諸如故宮、國父紀念館、歷史博物館等均未明列，使得活動介紹之廣度及層面略顯不夠。此外，對於私人活動、場所之介紹取捨，沒有一個審核標準，刊載與否有全憑主事者個人喜好之嫌。

4 內容未能深入淺出：文化快遞的閱讀對象定位於全體市民，內容應在深度與專業性之外，留意文字、用語的大眾化，且不宜對某項特定領域作過多或過於艱澀的介紹與描述。

三、文化快遞在九十年編列四百三十二萬預算，但其內容與發行目的卻與文化局隸屬的社教館（藝文通

訊），美術館自行編印的刊物有極多雷同之處，如果文化快遞能在版面的編排做適度的調整，除改正前述多項缺失外，再將藝文通訊及美術館活動表中更詳盡的資訊刊載其中，如此「三合一」的整合，不僅可讓文化快遞的內容更爲充實、可讀，也可省下重覆編印所需額外經費，一舉數得。

答覆單位：台北市政府（文化局）

答：一、有關議員對「文化快遞」所提寶貴意見及應改進缺點，本局研議辦理如左：

(一) 出刊日期延遲：依據本刊物與廠商簽定合約，廠商需於每月一日出刊，每月十日前放置於各點，是以並無延遲情事，再者，本刊爲廣泛蒐羅國內、外各項藝文資訊，均需於每月二十日截稿，再經本局審稿後送印，均於月底才能完成。惟考量本刊爲市民獲得藝文資訊重要依據，擬於九十年於合約書中要求廠商提前出刊，俾利市民於月初取閱。

(二) 發行管道單一：本刊物爲捷運局唯一核准放置之報刊，除於五十五個捷運站依乘客數量多寡分別放置二千份至八百份外，並於圖書館總館及各分館、兩廳院、本局所屬館所及各區公所發放，本府大樓一樓四個民眾服務台亦可索取。爲深入市民生活，本局將行文民政函各區公所除放置本刊物供民眾取閱外，另並張貼於公所及里辦公室布告欄，以增加市民藝文資訊接收管道。另並以公文交換方式，主動提供本市各級學校本刊資訊，以利藝術教育之推廣。

(三) 活動介紹限於臺北：本刊主旨在於廣泛收集本市各項

藝文展演資訊，以月曆形式表列每日藝文活動，方便市民選擇有興趣參與的活動。對於中央單位如故宮、史博所舉辦之大展亦於第二版文化月曆報導。對於民間團體或個人之展演亦由委員及資深藝文新聞採編人員作介紹，均秉持資源開放，推廣藝文活動、培植藝文團體之宗旨發刊。

(四)內容未能深入淺出：本刊要求每位撰稿者以新聞寫作方式呈現，盡量深入淺出，以口語法方式表達，務必使藝術融入市民生活中，本局當力求改進，使本刊更平民化生活化而不失其專業性。

二、有關「文化快遞」應與本局所屬社教館發行之「藝文通訊」、「北美館之「現代美術」月刊整合，擬辦如下：

「藝文通訊」內容與本刊二、三版「文化月曆」雖有相似，但重點不同，文化快遞收集刊登本市各項展演，包含故宮、史博及各項國際重要藝術展演等報導，內容較藝文通訊廣泛；「藝文通訊」則較多報導天文館、兒童育樂中心、動物園、圖書館等親子及社區藝文活動。「現代美術」為專業性視覺藝術專刊，而本刊為資訊呈現與重要活動介紹，具有快報性質，似不宜與「現代美術」較重論文性質之學術專利重疊。本局爾後將檢討刊物定位及區分，以使資訊分眾，避免資源重疊。

七十

質詢日期：九十年一月九日

質詢議員：羅宗勝、許富男、陳秀惠

質詢對象：文化局

質詢題目：亞太文化之都仿如國際大拜拜。  
說明：文化局九十年度「國際文化藝術交流」科目編列七

〇、二二二、五〇〇元預算，但大半金額用於舉辦「亞太文化之都」且採「分散式」隱藏編列。進一步審視其經費用途及規劃，整個活動宛如嘉年華會的「國際大拜拜」。大筆經費用於華而不實的「國際性」活動，不僅無助於台北市民對所謂國際文化的認識，更易對本土性預算產生嚴重「排擠效應」，因此，本質詢小組堅決主張全數刪除「亞太文化之都」所有相關預算。

一、預算編列「化整為零」，集中於「亞太文化之都」文化局在九十年度「國際文化藝術交流」項目編列了七千餘萬，其中兩筆最大花費在於委辦「國際城市及華文世界文化藝術交流」與「二〇〇一年亞太文化之都」（各佔三千萬），但前項的文化台北之旅（六五〇萬）及國內外文化人士互訪交流（四三二、五萬），不論行程安排或邀訪對象，都明顯是配合「亞太文化之都」的舉措，顯見文化局在編列該筆預算係採「分散式」編列，將「亞太文化之都」的預算隱藏於上述項目之中，意圖「暗渡陳倉」。

二、「亞太文化之都」耗費鉅資的「國際大拜拜」「文化台北之旅」的六五〇萬經費，悉數用於租車、車體彩繪，以及開幕、記者會等硬體及宣傳費用，「文化專車」美其名搭載參加「亞太高峰會議」的各城市「文化首長」及表演團體赴各地方參訪，但走馬看花之餘，性質更似「進香團」的參訪專車。