

臺灣臺南地方檢察署辦理

「111年地方公職人員九合一選舉」反賄選宣導成果報告

本次選舉是我國規模最大且全面性之地方選舉，本署在葉檢察長督導下，由主任檢察官帶領相關科室人員分別組成查察賄選執行小組及反賄選宣導小組，二者明確分工，各司其職，相互合作；所謂檢舉乃查賄之母，「**強力查賄就是最好的反賄選宣導！**」本署秉持嚴查、嚴防、嚴辦之精神，以具體查賄績效加深民眾反賄選觀念及提高檢舉賄選意願，「**全力查賄**」、「**齊心反賄**」！反賄選宣導小組因地制宜擬定反賄選宣導計畫，並按月檢討反賄選宣導辦理情形，且依據選舉查察情形，審時度勢，適時修正宣導計畫，以調整更適切的宣導內容與方向。茲將反賄選宣導成果區分為五大面向分述說明如下：

一、宣導普及程度：

- (一)結合公部門及民間團體，廣為運用海報、跑馬燈、廣播帶及影片等宣導素材，潛移默化建立反賄選價值觀：結合臺南市府各局處、警察局、選舉委員會、市調查處、政風單位、區公所、里辦公室、民眾活動中心、社會勞動及義務勞務機關(構)、司法保護據點、學校、廟宇、郵局、百貨公司等公部門與民間團體，發送張貼反賄海報、播放反賄光碟(含短片及廣播帶)及跑馬燈訊息，同時也利用其各項活動場合進行反賄選宣導；更於大型路口跑馬燈、大型電子看板播放宣導短片、反賄選文字，將反賄選訊息融入民眾生活，潛移默化建立反賄選價值觀。共計文宣運用及張貼逾 2,670 處，跑馬燈、短片及廣播運用逾 2,150 處；結合教育局印製反賄標語貼紙 5,000 個，貼在聯絡簿對學生及家長共同宣導反賄選。
- (二)反賄行動車深入大街小巷，貼近民眾生活宣導：結合 233 輛郵局郵務車、103 輛環保清潔車打造成反賄行動車。郵局郵務車藉遞送郵件穿梭在大街小巷，亦深入偏僻鄉鎮，將反賄選資訊傳遞、遍布臺南市家家戶戶；另透過環保清潔車每天清運垃圾時強力放送反賄選資訊，市民能感受到反賄選氛圍，自然而然記住檢舉專線，有效提高反賄選訊息之普及度。
- (三)結合公私部門中、大型活動設攤宣導反賄選：本署結合各項中、大型活動設攤宣導反賄選，藉著活動吸引人潮與各種族群對象，達到深入社區、多元分眾的宣導效益。共計辦理 959 場宣導活動，宣導 42,801,184 人次。
- (四)加強網路宣導及媒體報導，拓展反賄訊息宣傳之速度與廣度：本署於官方網頁及臉書開設「反賄選宣導專區」，適時披露查賄及反賄選資訊，同時邀請轄內公部門單位及民間團體加入網頁宣導，並透過臺南市政府官方

LINE 推播反賄選訊息；結合廣播電臺、有線電視節目專訪本署檢察長。本署官方網頁及臉書粉絲專頁刊登 64 則反賄查賄相關訊息；自製「府城獅吼」及「眾神護臺灣」等反賄宣導短片 YouTube 計有 1,795 觀看次數；南市警局臉書直播「檢察官與民有約暨社區治安會議」計有 1,575 觀看人次；(臺南市政府 LINE 推播反賄訊息 7 則傳送 118 萬 7,806 名 LINE 用戶)；廣播電臺節目專訪 30 分鐘播出，同時媒體報導計 105 則。

二、結合資源程度：秉持「簡化業務」、「拓展績效」之宣導策略，積極結合政府部門與民間團體資源，發展在地特色，以最小成本創造最大效益。

(一)執行策略：

- 1.創意行銷：**以「創意行銷」概念辦理活動記者會吸引媒體與民眾注意，提高反賄選訊息之可見度，吸睛而具高效益。
- 2.善用媒體及網路資源：**結合有線電視、廣播電臺公益託播及網路行銷，低成本而具高曝光度。
- 3.強調資源連結：**整合本署與結合單位之活動，以小而美、小而省、小而廣的宣導方式，深入民眾日常生活，多元而具高廣度。
- 4.培訓反賄種子人員：**運用政風人員、公部門員工、榮譽觀護人等擔任反賄種子，開拓反賄人力資源，普及反賄資訊且民眾接受度高。

(二)結合政府部門：結合臺南市政府各局處、警察局、選舉委員會、市調查處、政風單位、部隊、里辦公室、民眾活動中心、國中、小學單位披露反賄訊息，運用政風人員、公部門員工等擔任反賄種子，於適當場合時機進行反賄宣導，結合單位近 2,400 處，**節省人力 2,400 人次，共 300 萬元。**

(三)結合民間團體：邀集宗教信仰中心「南鯤鯓代天府」、在地「統一 7-ELEVEN 獅」球隊、臺南市美術館、高鐵站、郵局、社會勞動與義務勞務機構、司法保護據點、廟宇、市場、廣播電臺、有線電視業者等一起加入反賄行列，結合單位近 1,000 處，**節省人力 1,000 人次，共 136 萬元。**

三、網路宣導作為：本署創新行銷吸睛活動，佳評如潮~

(一)南檢組成「抓鬼特攻隊」打擊賄選：本署結合臺南市美術館辦理「亞洲的地獄與幽魂」專展，由檢察官組成「抓鬼特攻隊」強力打擊賄選，發送本署限量製作之六法全書樣式精裝筆記本，專治賄選、買票鬼，並順應策展脈絡，張貼印製「反賄檢舉抓鬼專線」及本署檢舉信箱 QR code 之貼紙於紅色外封上，以達另類吸睛反賄之效。

(二)南檢攜手統一獅「府城獅吼、全民反賄選」：中華職棒賽事向來受民眾歡

迎且眾所矚目，本署結合臺南在地「統一 7-ELEVEn 獅」球隊職棒賽事，邀請最高檢察署邢泰釗檢察總長蒞臨指導；臺南高分檢朱家崎檢察長擔任開球嘉賓，球賽現場及媒體轉播高曝光率，加深全國球迷反賄選的印象。

(三)「眾神護臺灣、全民反賄選」：臺南具有眾神之都美譽，宗教信仰是人民的精神支柱，也是穩定社會的基石，本署與臺灣王爺總廟-南鯤鯓代天府共同舉辦「眾神護臺灣 全民反賄選」感恩祈福活動，引起廣大迴響，相關活動並剪輯成「眾神護臺灣 全民反賄選」宣導影片，期透過宗教勸人向上的正向力量，傳遞「端正選風、禁絕不法」正確法紀觀念。

(四)「反賄一路郵你、不法金流不漏接」府城反賄走透透：由於郵局長期誠信、具效率的服務，受到民眾高度的信賴，且郵局的業務貼近民眾生活，本署設計動感、活潑的反賄選磁貼及看板，結合臺南郵局 105 個支局 233 輛郵務汽機車，透過郵務車遞送郵件時，穿梭在臺南市各大街小巷，並深入於偏僻鄉鎮，將反賄選資訊遍布臺南市各地區，傳遞到家家戶戶。

(五)「檢舉有撇步、放送報你知」—結合環保局啟動反賄選廣播行動車：本署葉淑文檢察長以國、台語錄製反賄選廣播，結合臺南市政府環保局每日 103 輛環保清潔車深入大臺南市各大街小巷「走透透」播放，貼近民眾生活，節省宣導成本，讓反賄選風氣深入城鄉各角落。

四、分眾宣導程度：

(一)高風險對象熱點分析：為將有限資源做更有效之運用，本署參考上次選舉期間（108 年 1 月至 110 年 12 月）涉及選罷法及與選舉相關犯罪，就犯罪類型、行政區域、性別及年齡等，依此作成「熱點分析」圖表。

(二)特定對象：

1.市長及議員、里長參選人：結合臺南市選委會辦理「反賄選公約簽署活動」邀集參選人出席，共同宣達反賄選意念，共計 125 名參選人參與。

2.轄區 16 警分局辦理「檢察官與民有約暨社區治安會議」：結合轄內 16 個警分局邀集里長、社區發展協會理事長、義警、民防、守望相助隊、宗教宮廟團體及地方意見領袖等對象辦理「檢察官與民有約暨社區治安會議」，共辦理 16 場次，宣導 2,198 人次。

3.政風單位及公務人員：政風單位及公務員嚴守行政中立，依法公正執行職務之義務，因此結合政風業務聯繫會報及分區查察會議辦理反賄選宣導，強化宣達反賄選觀念，共辦理 52 場次，宣導 3,769 人次。

4.農田水利會人員：嘉南農田水利會會員人數多達 20 多萬人，特結合水利會廉政法治教育課程辦理反賄選宣導，共計 6 場次，宣導 330 人次。

- 5.區公所調解委員：結合檢察官視察各區之調解業務，針對調解委員進行反賄選宣導，共計 2 場次，宣導 120 人次。
- 6.設籍離島、離島住居民者：離島因其特殊地域性且地小人稀，易有人情請託壓力，特結合金門同鄉會進行反賄選宣導及查賄規劃、擴大區域聯防效益，以徹底阻絕離島幽靈投票部隊，共辦理 2 場次，宣導 110 人次。
- 7.學生、家長：結合教育局、國中小學及幼兒園辦理校園反賄選宣導及反賄貼貼樂活動，共結合 292 所學校，反賄貼貼樂 5,000 份，結合辦理 90 場次活動，宣導 12,000 人次。
- 8.新住民：新住民取得身分證或是新二代擁有投票權的人口越來越多，為避免新住民因語言、文化不同而不諳法令涉入賄選陷阱，特結合新住民家庭服務中心及移民署辦理反賄選宣導，共辦理 2 場次，宣導 380 人次。
- 9.觀護個案：受保護管束人、社會勞動人及緩起訴被告等多為有投票權但守法觀念卻較為不足的一群人，觀護人室辦理各項活動之際進行反賄選宣導、反賄選宣導測驗單檢視其對於反賄資訊之了解程度，共辦理 31 場次，宣導 520 人次；每天於諮商輔導約談等候區播放反賄短片宣導，建立反賄觀念，共計 7740 人次。
- 10.榮譽觀護人：結合榮譽觀護人研習及會議等活動介紹反賄選方案與宣導技巧，運用榮觀擔任反賄種子協助反賄選宣導。宣導 5 場次，278 人次。

五、反賄選宣導效益：

- (一)檢舉賄選及查察賄選績效：本署提供電話、臉書、LINE 等多元檢舉賄選管道，在本次選舉中，接獲檢舉進而分案偵辦賄選件數 309 件(統計 111 年 7 月至 111 年 12 月間，選偵新收 58 件、選他新收 251 件)，同時也查獲本次全國首件議員候選人現金買票案，被告經法院裁定羈押禁見，並經檢察官偵查終結起訴。
- (二)網路及各項創意宣導成果：廣泛運用臺南市各官方網頁、本署與協辦機關(關)構臉書粉絲專頁、自製宣導短片及透過電視新聞媒體 YouTube 播放、結合各項活動擺設反賄選攤位、以及配合環保清潔車與郵務汽機車等加強反賄選宣導，反賄選宣導遍布 37 個行政區、共計辦理 959 場次宣導活動、活動參加人數超過 70,000 人次、數位媒體與語音廣播觸及和互動人數達 1,800,000 人次以上；相較於過去，本次本署反賄選宣導的網路聲量及媒體報導數量為歷年最高，顯示民眾對於本署高度的關注與肯定。