

第四章 倡議行動策略分析

第三章耙梳媒體改革運動所組的政策背景、以及媒體改革運動流變，藉以瞭解「無線電視公共化」議題在台灣社會中的重要性、以及特殊性。接著第四章首先釐清媒改社進行「無線電視公共化」議題倡議行動的遠程、近程目標，以及目標下的倡議對象為何。第二節則呈現媒改社倡議行動策略如何影響倡議對象，並討論媒改社作為獨立的社運組織，如何透過倡議行動爭取公共化議題存在空間。第三節則呈現媒改社資源配置情況，並討論媒改社的資源配置是否有助於倡議行動的實踐。

第一節 倡議行動目的與對象

本節試圖釐清複雜的政治、經濟環境中，媒改社所設定的行動目標、以及行動目標之下的倡議對象。Kingdon（1984）指出社會運動組織為了進行議題倡議目的，主要會對以下對象進行倡議行動，包括了政府部門、大眾媒體、以及一般民眾，最主要的目的即是利用各方壓力，逼迫政府將議題列入政策議程中。因此本節主要討論媒改社倡議行動的目的，以及行動的倡議對象為何，以幫助釐清媒改社所接觸的各個對象，如何對政府形成直接、以及間接的壓力，最後讓公共化議題成為政策議程。

媒改社的前身「無盟」，瞭解到媒體改革運動往往受政治、以及商業的利益關係所牽制，而這些因素長期以來早已成為深植在社會場域裡的霸權，因此無盟決定轉型為媒改社。媒改社組成後，長程目標沒有改變，依舊是以「媒體結構改造」為努力方向，但在階段性目標上出現轉折，將「建立公電視集團」的目標，

擴大為「公共廣電集團」：將國營的行政電台（例如警廣、教育電台）、族群頻道（例如客家、原住民頻道）、以及國民黨擁有的廣電媒體（例如中廣）都列入整合的範圍之中（管中祥、張時健，2005）：

無盟時期是台視華視公共化，但 2003 年我們提出公共廣電集團，因為我們評估時機上應該成熟了：當初的想法只有在台視華視上，2003 年 12 月黨政軍退出媒體的案子通過了，所有國營媒體都應該要退出，所以我們轉向到公共廣電集團這個訴求上。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

如同 Jenkins（1987）所言，教育民眾所帶來的倡議效果，會遠高過於組織直接對政府進行倡議的效果，雖然以一般民眾為訴求對象無法直接將議題推進政策議程，但民眾形成強大共識後，往往會給予政府極大壓力。因此，為了貫徹改造媒體結構的遠程目標，媒改社更加重視長期的公民媒體素養教育，期望民眾能夠具有媒體批評意識，進一步集結大眾的媒體改革意識、以及論述，由下而上地對政府施給壓力，而不只是如同無盟時期般，僅是少數有志之士向政府倡議公共化理念（林麗雲，2003）。因此除了政府單位之外，公眾也成為媒改社時期主要的倡議對象。

另一方面，媒改社也積極地與相關的社會運動組織結盟，希望能夠集結更強大的批判論述、以及行動力，在媒體表現批評、以及媒體工作者權益...等相關議題中，透過與其他相關組織結盟的力量，引起社會大眾的關切，並且給予政府單位壓力，加速媒體改革的進度。為了集結理念相近的改革意識，媒改社也向相關的社會運動組織倡議公共化議題，這些組織包括了記協、媒觀、苦勞網、台灣人權促進會、民間司改會、全國教師會...等等（管中祥、張時健，2005）。因此相關的社會運動組織，也成為媒改社在行動前，首先需要溝通、以取得共識的倡議對象。

媒改社多以投書、主動提供新聞稿等方式操作媒體宣傳，但是並不直接將媒體納入倡議對象，甚至並不特別期待電子媒體的報導與支持（2006，魏均，深度訪談），然而，透過不斷的投書，可以幫助媒改社對無法觸及的倡議對象解釋公共化議題內涵，並塑造組織身分以及形象。也就是說，媒改社利用平面媒體倡議公共化理念的同時，也利用議題的衝擊性，強烈反對既定的無線電視結構、以及政府單位背離公共化方向的媒體決策，增加了公共化議題的討論空間、以及見報率，這樣的傳播策略實際上是以政府單位為主，其次則希望激起社會各界的關注與討論，目的是希望透過社會各界的關注，給予政府單位壓力。

從本研究分析可以得知，爲了達成建立公共廣電集團的目標，媒改社的倡議行動對象包括了政府單位、公眾、媒體、以及相關社會運動組織四類，媒改社希望動員各個倡議對象，以利直接、或是間接地影響政府進行公共化的政策擬定、以及政策執行。因此，本研究將媒改社進行無線電視公共化議題倡議過程中，所接觸的倡議對象，整理如圖二，並依據媒改社的直接行動、以及與其他單位的聯盟合作等倡議行動，對於公共化政策所造成的的直接影響、以及間接造成的影響整理如下圖：

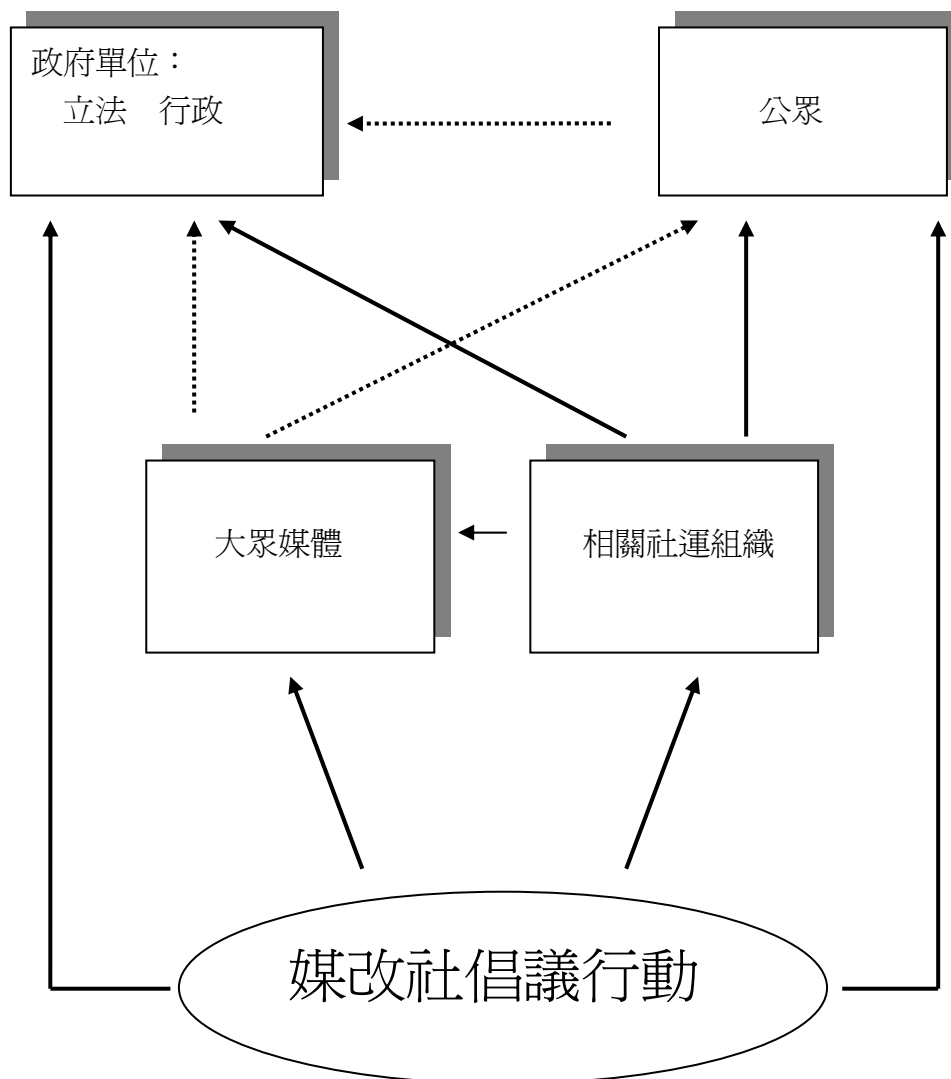


圖 4-1：媒改社倡議對象影響政策架構圖¹

資料來源：本研究整理。

¹ 直線為媒改社倡議行動所造成的直接影響、虛線則為間接影響。

第二節 倡議行動策略

本節即探討媒改社在各種權力架構下，如何針對組織的目標與倡議對象，發展出公共化議題的倡議策略。

Buchholz（1986）認為組織對於關注的議題應有一套管理模式，才能發展出適合該組織的議題倡議策略，這些步驟包括了倡議行動前規劃、倡議行動實踐、以及倡議行動檢討。本研究也依據以上步驟檢視媒改社的倡議行動策略，因此本節分為三部分，分別是媒改社對於公共化議題的倡議行動前規劃、倡議行動實踐、以及倡議行動後的成果評估。

一、倡議行動前規劃

Heath & Nelson（1986）認為組織尚未進行倡議行動前，會蒐集各種資料以利偵測議題所處的環境，包括了政府政策方向、以及公眾對於該議題的態度，最後則評估組織內部、外部跟因素，根據關鍵點擬定出倡議行動策略。因此，本研究根據以上步驟將媒改社的倡議行動前規劃，依序分為「觀察政府態度與引導公正期望」、以及「行動評估考量」兩面向加以探討。

（一）觀察政府政策與引導公眾期望

媒改社關心的議題很多，舉凡全民媒體素養、保障傳播從業人員工作權、傳播生態...等都是媒改社重視的議題（媒改社章程），不過媒體的結構性改造仍是媒改社成立的最主要宗旨（媒改社成立宣言），因此媒改社在資訊蒐集上也可以分為兩個層面討論：一是有關公共化議題的相關資料蒐集、一是其他媒體相關議

題的資料蒐集。

總體說來，媒改社沒有特定的資訊蒐集方式，但人脈管道的建立、以及報章雜誌的資訊是用來偵察政策環境改變的最主要方式：

我們對於資訊蒐集方式，應該是說用「察覺」的。例如我們有人在台視、華視擔任董事，像是石世豪以及郭力昕，他們擔任董事就可以感覺到內部的氣氛是什麼…，我們也觀察阿扁在公開場合的發言，發現他不是真的要去做這件事情（公共化），這就是對政府瞭解的方法。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

政府那邊是透過媒體記者，或是執委裡頭有人參加政府的諮詢會議，比如說新聞局常常會有一些政策擬定的小組、或是委員會，就會有一些比較新的消息。有時是我們根據媒體上的報導來做瞭解，或是執委、社員們自己在各種管道，不管是網路上、私人方面的消息提供出來都有。（媒改社魏玟，2006，深度訪談）

對於蒐集公共化議題的相關資料方面，由於這是媒改社長期在推動的工作，所以會建立比較固定的資訊來源，大多是依賴政府單位、或是媒體組織內部的個人資訊提供：

例如公視內部有我們的成員，他們會提供一些消息。另外就是立法院，我們也跟關心這些法案的立法委員接觸，他們也提供一些消息給我們。因為公共化是特定的議題，才會有這些管道。（媒改社魏玟，2006，深度訪談）

除了對政府政策有所瞭解之外，媒改社也觀察社會大眾對於公共化議題的認知程度。在資訊來源方面，他們除了觀察媒體輿論、以及投書，藉以評估公共化議題在社會當中是否成熟之外，也主動舉辦連署、或是演講，觀察群眾的反應，瞭解大眾對於公共化的態度：

例如去看一些媒體的討論，發現他們會覺得這個東西是可行的、或是投書中發現反對公共化的團隊越來越少、或者是我們在跟反對公共化的人討論的時候，他們也提不出具體的反對理由…我們也發動連署，觀察連署裡面名單，身份非常非常多樣，這就是一個對於社會大眾的觀察，來連署的這些人當中職業有工人阿、倉儲人員阿、家管人員阿，除非他是來亂的，不然基本上我們會相信他。而且根據苦勞網辦的網路連署中，這份簽署的速度是最快的，可以在很短的時間達到一定的量。另外一個指標，就是我們會去社區大學作演講，幾乎所有的人都會簽（連署）。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

因此，本研究發現媒改社在蒐集資料上，可以分為長期推動的公共化議題、以及非公共化議題兩方面，前者會有比較穩定的資訊管道，後者則利用不定期的活動、或是輿論作為資訊蒐集方式。

不過，不管是對於公共化議題、或是其他相關議題的資料蒐集，有一個共同特徵即為媒改社很著重「人際」這項來源管道，例如立委、媒體記者、媒體內部工作者...等等。以人際為主的資訊管道來源可以幫助媒改社清楚地指認出公共化所處的環境，也可以瞭解可能影響議題發展的關鍵點，但也顯示了媒改社內部並沒有建立一套有規劃過的資訊蒐集系統，一旦媒體組織、或是政府單位的人士有所異動，媒改社很容易就喪失這部分的消息來源。另外，媒改社也從社會討論風氣中瞭解公共化被接受的程度，企圖瞭解公共化議題在大眾社會中的成熟度，但

是利用辦活動、演講、以及連署的方式所能接觸到的民眾，仍然多是關心媒體問題的小眾，尤其會參與活動、討論的民眾主動性較高，這群人對於公共化議題的認知未必能夠代表整體社會大眾。

（二）行動評估考量

Buchholz（1986）提出議題倡議的第二步驟即是對各種蒐集資料資料後，會依照重要程度進行評估分析，當作行動前的考量。與此模式相呼應的是，媒改社在取得各方資料後也會針對各個關鍵點加以評估考量，同樣也是分為公共化議題、以及其他相關議題兩種層次來評估。如第三章所言，由於媒改社成員皆長期關注媒體議題，同時是由專業的學院教授、以及少部分的媒體工作者組成，因此對於媒體議題相當瞭解，以致於媒改社成員接收到相關議題的資訊後，不太需要做多餘的評估，就可以根據專業知識直接行動，做出回應：

如果議題是比較偏向內容的，或是突發的話，那大概沒有什麼偵測議題的時間…，不過如果是公共化運動的話，我們就會比較策略性、具有規劃性地去看這樣的議題…，包括我們做政策研究，我們也會去調閱新聞局有關無線電視改革的案子…，那就是在做政策評估，我們必須要進入到一個體制當中，做體制評估的研究案。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

對於公共化議題的相關資訊，媒改社則是有計畫地進行各方面評估，才擬定出倡議行動策略。在倡議行動前的評估，媒改社首先考慮的是政府的態度：

新聞局開一些有關於無線電視相關的會議也會找我們去，我們也會接觸行政單位的官員、幕僚官員，透過很多的方式去瞭解政府的態度可能是

什麼。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

不過政策發展過程中除了政府之外，還有諸多單位都是考慮的因素，包括媒體企業、或是法律因素…等：

我們會先瞭解這個問題的關鍵在哪裡，他的關鍵可能是在立法院的過
程、或者是他可能是私人企業、媒體的一些問題、或是牽涉到法律的問
題，所以瞭解問題的關鍵在哪裡要從那個面向切入。(媒改社魏玟，2006，
深度訪談)

其次，媒改社在談公共化之前關注的是社會大眾對於公共化的瞭解，如果大
眾也逐漸認知到公共化的內涵，便考慮直接向民眾說明實踐公共化的細節：

另外就是我們在媒改社成立之後就開始會想要推一些計畫…，當時我們
期待社會不是停留在要不要公共化的討論，而是應該要直接轉向如何公
共化，我們就會評估這個議題在社會當中是否已經成熟。(媒改社管中
祥，2006，深度訪談)

評估過政府、相關單位、以及社會大眾認知等各面向之後，最重要的是媒改
社會評估組織內部的回應能力有多少，包括了金錢、時間、人力等考量：

第一個是看（事件）是不是我們關心的議題。第二是說看當時候的人力
資源有沒有辦法做，沒有辦法做的話就用最簡單的方式做，如果有辦法
做的話就多做。如果覺得應該要多做，但是沒有力氣、沒有人力資源也
沒有辦法，這個非常機動性，我們當然知道最大的效果是什麼，可是我
們不一定有辦法作。(媒改社魏玟，2006，深度訪談)

在成員時間有限的情況下，組織的回應就產生了特定的運作模式。換句話說，媒改社的成員們多為兼職人士，因此組織規模、以及人力、時間並非完全充足，但這並不會造成媒改社行動上的侷限，因為他們會依據組織的限制，提出適合組織的行動策略：

我們曾經也想過是不是要到街頭上去連署，可是我們沒有多餘的時間以及金錢，這就是基於資源的考量…，因為我們都不是專職的人員，每個人都很忙…所以會去考慮我們內部成員的身份，我們大多是學院教師、或是媒體工作者…，如果我們是專職的社運人士，我們一定是走社區。不過我們還是沒有放棄走社區，我們還是辦了很多校園巡迴的座談會²，這也是社區的一種。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

除了評估組織資源作為倡議行動前的主要考量因素之外，由於公共化議題的討論已經進入政府的決策單位，的因此倡議行動可能帶來的衝擊性，也是媒改社考量因素之一：

我們會考慮到底要罵新聞局、還是罵扁政府、或是要批評在野黨到什麼樣的程度。如果你罵得太凶，他們會惱羞成怒，所以會思考如何拿捏在輿論上攻擊的力道，或是說在面對許多阻礙的時候，會考慮挑那一個出來做論述批評。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

由以上資料可以得知媒改社在擬定倡議行動之前，主要的評估面向包括組織外部、以及內部的考量：組織外部考量包括了主要關係人是政府或是其他相關單

² 例如在基隆市、台北市、台北縣、新竹縣、宜蘭縣、苗栗縣、台東縣等 10 所以上社區大學，開設了 29 門媒體素養課程。

位、議題發展的關鍵點為何、社會大眾對公共化議題的認知是否成熟，組織內部則以資源為最大的考量，例如金錢、時間、人力...等是否能夠配合倡議行動、最後也會思考倡議行動可能帶來的衝擊性為何。

不同於一般企業，媒改社作為媒體社會運動組織，在行動前無法使用大量、精準的數據，藉以評估議題所處的政經環境，也無法清楚預計行動所能帶來的影響範圍、以及影響力，因此媒改社必須在大致評估過相關因素後就直接行動，才能進一步評估政府態度、或是議題在社會中被重視的程度。

二、倡議行動實踐

這部分陳述媒改社的倡議行動策略，分別討論媒改社的傳播策略、參與政策執行策略、聯盟策略、困窘策略、以及日常行動策略，並且瞭解行動所帶來的反應與結果。

（一）傳播策略

Buchholz（1988）認為組織在倡議行動中使用傳播策略：可以主導議題的內涵框架，形塑大眾觀點，刺激社會討論的風氣，因此組織通常會積極主動地利用廣告、年度報告、新聞稿、記者會...等活動吸引媒體報導。

媒改社進行公共化議題倡議時，也會對於政府政策、或是相關新聞即時地做出回應，如舉辦記者會、並且提供聲明、或是新聞稿給記者、媒體：

我們其實對於時事的反應速度是蠻快的，不管是個人或是團體、不管是聲明或是對媒體開刀，大概在事件發生的當天或是隔天我們就會有聲明出現。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

總計媒改社從成立之後截至 2006 年五月底，將近三年的時間內，其新聞稿以及聲明多達六十篇、並且對於一般公眾發行電子報³、建立網路論壇⁴…等，其內容含擴了媒改社各個關懷面向：包括了對於媒體結構異動的相關議題提出立場說明之外，也對媒體表現、新聞記者工作權…等時事做出立即而明白的批評。

媒改社立即提供記者媒體新聞稿、或聲明的倡議行動策略，最大的好處即為：可以在媒體議題發生初期，主導大眾對於議題的認知框架。比較特別的是，媒改社的聲明大多是針對政府政策而來，所以倡議對象仍是以政策制訂者為主，因此媒改社提供新聞稿與聲明的行動，在「與政策對話」的功用上大於「形塑民眾觀點」的作用。

因此，除了利用媒體發言表達媒改社對於政策的態度之外，媒改社成員還會分工在平面媒體上投書，利用更淺顯易懂、以及深入的論述引導民眾認知。投書行動最主要的用意就是希望可以帶來社會大眾的討論，促動輿論以利進一步給予政府壓力：

為了製造一些外部壓力，我們還會在報紙上面投書，或是先發新聞稿，看發完新聞稿外界會有什麼樣的反應，再做接下來動作。（媒改社魏玓，2006，深度訪談）

媒改社利用投書、主動提供新聞稿…等倡議行動操作媒體宣傳，除了因為瞭解議題的新聞價值之外，也瞭解組織成員對於公共化的論述能力夠強、夠專業，因此這也是媒改社進行媒體宣傳的最大優勢：

³ 訂閱網址：<http://www.twmedia.org/modules/news/article.php?storyid=24>。

⁴ 網址：<http://www.twmedia.org/modules/news/>。

因為我們對議題的專業性能力是很強的…，我們的文字能力很強，所以投書幾乎都會上…，所以我們會主動地去提供我們發言的內容。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

媒改社運用媒體版面宣傳公共化理念的倡議行動，也吸引了其他媒體改革團體、以及關心媒體發展的立委們的關注。相關的媒體改革團體以及立委們認為媒改社成員多是傳播學院教授，成員當中也包括了新聞工作者，因此媒改社十分瞭解媒體運作過程，對於論述的曝光率有很大的優勢：

他們每次一遇到事情就會集體安排、分工投書，不斷地透過發表，攻佔主要媒體的言論版面。(新聞記者協會何榮幸，2006，深度訪談)

也許因為他們都是媒體的專業…，他們也有新聞記者的成員…，講得比較白一點，他們在整個新聞製造過程的機器中，佔了生產的一部份，他們本來就是媒體環境的一環，包括具有生產論述的、培養記者人員的、也有本身就是記者…。作為整個社會動員的過程，媒改社站在一個接近新聞媒體運作的位置，這是他很大的優勢。(王拓立委前助理溫炳源，2006，深度訪談)

相較於其他社運團體，媒改社承認組織十分瞭解媒體選擇新聞呈現的標準，不過，前媒改社召集人管中祥認為媒改社的言論見報率之所以高，是因為公共化議題本身具有很強的政策討論空間，尤其公共化議題進入政策辯論之後已經不單純是個社會問題而已，而是政治相關問題，致使出現在媒體的機率就會提高，這也提供了媒改社操作媒體策略時的空間與機會：

我舉個例子來講，我們去抗議，媒體不見得會登，但如果我們要去罵阿扁，他就一定會登阿。以報面來講，我們通常會出現的版面都是在二版、三版…，我覺得是議題本身的整肅性是很強的，例如我們動不動就批評陳文茜、陳水扁，因為他們是事件、相關的人員，對記者來講他們不會把他當做是媒體議題，他們會當作是政治議題。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

不過媒改社在媒體宣傳的倡議行動中，有一項十分重要的特徵即：他們並不特別期待電子媒體對公共化議題發揮宣傳的影響力，所以不管是廣告、新聞稿、投書、聲明…等等都以平面媒體、或是網路為主要宣傳平台，這也是他們在媒體宣傳行動的侷限之一：

平面媒體比較會對政策有多一點的報導，我們也會比較期待平面媒體的報導。電視媒體從來就沒有期待，因為他（電視媒體）本來就不處理這麼複雜的議題…，而且我們改革的方向就是指向他們，所以我們比較會經營平面媒體方面。（媒改社魏玟，2006，深度訪談）

評析媒改社在傳播策略上的倡議行動，最常使用的就是發表新聞稿、聲明、以及投書、舉辦記者會；媒改社利用資訊津貼方式降低記者尋求報導的成本以及時間，資訊津貼的方也的確順利地增加了公共化議題論述的見報率。更進一步探討媒改社處於整個社會運動的報導脈絡中，所具有的優勢有二：首先，媒改社成員多為學者專家，其論述被認為具有可信度、權威、專業，致使媒體容易報導媒改社所發表的消息及論述。第二，公共化議題反對的是既定的無線電視傳播產業結構，尤其進入政策討論後，議題本身極具話題性，這也提供了媒改社在倡議行動上的操作機會。然而，由於公共化議題致力改革的正是無線電視本身，所以媒改社選擇平面媒體做為傳播策略中的主要倡議平台，但同時也暴露出倡議管道的

侷限：無法大量憑藉電視媒體作為意理宣傳管道，這也是議題本身的特殊性所帶來的倡議行動限制。

（二）參與政策執行策略

參與政策執行策略是促使議題進入政策議程的重要過程（吳宜蓁，1998），反觀媒改設也有一連串參與政策執行的倡議行動策略。早在 2000 年陳水扁就邀請媒改社前身「無盟」撰寫傳播政策白提書，公共化議題也是在當時進入議程階段，因此當時的無盟、到今日的媒改社都積極參與民進黨政府的媒體政策討論，期望發揮最大的影響力。在倡議行動上，傳播學者於 2000 年幫陳水扁撰寫《傳播政策白皮書》即為參與政策執行的初步動作，無盟成立後即與陳水扁政府分道揚鑣，卻也努力與各任新聞局長進行溝通，例如陳水扁上任後的第一任新聞局鐘琴，與何榮幸、馮建三、以及蘇正平討論過無線電視台應該如何落實傳播政策，當時何榮幸、馮建三、以及蘇正平一致主張應該要考慮公共化的方向，對鐘琴進行遊說（何榮幸，2006，深度訪談）。

陳水扁上任後的第二任新聞局長為蘇正平，無盟仍然持續拜會蘇正平，並瞭解到政府對於實施公共化最大的疑慮在於財源問題，因此無盟著手進行「公共化可行性評估報告」，提出收回台視、與華視中的民股、以及財團法人股的方案（翁秀琪等，2001），經過無盟多次與蘇正平的溝通，蘇正平也是第一位公開宣佈支持公共化的新聞局長（張文輝，2000）。

無盟跟歷任新聞局長都有過溝通，除了蘇正平正式宣示過贊成公共化的方向之外，其他新聞局長並沒有正面支持公共化，行政長官們的態度讓無盟成員認為政府當局並沒有誠意要落實公共化政策：

蘇正平之後是葉國興，葉國興的時候在委員會是有被逼出來腳說要一公一民，但實際上我們瞭解葉國興對於公共化的態度是很保留的，葉國興之後是黃輝珍，黃輝珍幾乎什麼都沒有做，而且對公共化也不是很支持。我們在實際上的過程也越來越覺得即使新聞局長有心要推動公共化，總統府那邊的態度好像始終很保留，而且有意無意地在阻擋（何榮幸，2006，深度訪談）。

最後無盟決定解散，除了批評陳總統沒有主張推動公共化之外，也批評媒體高層的運作被外界質疑為酬庸、或是泛政治化，因此無盟轉型為媒改社（楊羽文，2002）。轉型後的媒改社無法直接為政府政策撰寫評估報告，卻也積極爭取政府公開標案的機會：

除了我們在蘇正平時期出了一本無線電視可行性評估報告，後來有一份外界沒有看到的案子，是我跟魏玓、以及程宗明等，去標的公股釋出條例以及廣電法修法的一個案子。我們沒有標到，被台北大學標走…，他們標到案子之後有來找我們，然後我、魏玓、跟程宗明就去做。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

媒改社更是持續地向各任新聞局長進行溝通，並且積極拜訪關心公共化議題的立委，進行遊說：

我們跟每一任的新聞局長都會進行溝通…包括林佳龍、姚文智以及現在的鄭文燦，他們一上任都會直接跟我們聯繫…。有些委員是關心文化議題的，例如在民進黨的管碧玲，當時是謝長廷當行政院長，我們說她是謝系人馬，所以我們會想要去遊說她。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

在立法遊說的過程中，媒改社提供了大量的資訊給倡議對象，資訊的提供有助於立法人員加速瞭解議題內涵，釐清實踐公共化的幾個關鍵，並且提高立委向行政單位說明的意願，使立委成為公共化議題在立院的代言人，加速法案法案的進行：

因為這個團體所以讓我更願意更投入，他們整理出來的訊息對我非常有幫助…，有幾次會議中，例如新聞局局長也在的場合，我們會以立法院的角度來發言，建議國家的媒體政策…，這也是跟我的工作——立法院身為一個監督部門——非常的符合，所以我們在這樣的場合，就提出這樣的意見。（王拓立委前助理溫炳源，2006，深度訪談）

媒改社在遊說的同時，也提出公共化的可行性評估，甚至也因此改變了部分立委的想法。有些立委在接觸媒改社後，對於公共化的認知以及態度越來越趨向支持——以往政府單位對於公共化的認知比較簡單，只將公共化的內涵簡化成政治問題、或是商業問題，但在媒改社涉入溝通後，公共化的討論層次已經提升到如何操作的細節部分：

只有碰到媒改社，才能真的理解公共化概念其實有一些配套…，比如說你要如何去找錢，這些都跟他們接觸過才能看到的。就是實踐上的細節、策略等等，這些基本上是「要怎麼做」的問題，至少是要讓人家覺得可行的。（王拓立委前助理溫炳源，2006，深度訪談）

我們溝通的多是技術面的操作方式，譬如像這次公股釋出條例所涉及的層面很多，我們會大致瞭解媒改社他們對這些議題的立場，細節部分就用 mail 方式作溝通。（立委李永萍，2006，深度訪談）

媒改社也替立委撰寫媒體政策草稿，讓公共化議題能夠透過立委，進入行政院的議程討論：

為了反對行政院版本的公股釋出條例草案，我們找媒改社替我們撰寫過另一份草案，然後我們依據媒改社版本，經過部分修正後，向行政院提出我們的版本。（立委管碧玲助理陳鳳瑜，2006，深度訪談）

在拜會立委的過程中，媒改社除了提供資訊以外，也積極澄清溝通過程中政府部門所提出的疑慮，甚至刺激政府單位思考，等於是幫倡議對象上了一課：

我們剛開始矇矇懂懂，對於整個媒體的政經結構與生態沒那麼清楚，比如說我會問他們為什麼要公共化而不是自由化？他們就解釋。這個理由本來對我而言是不存在的，剛開始我是不瞭解的，但他們會教我。我還會產生一些疑惑、或是看到社會其他部門的反應，他們講的方式讓我還蠻能接受的。（王拓立委前助理溫炳源，2006，深度訪談）

媒改社在參與政策執行的倡議過程中，不只積極地對於行政、立法單位進行遊說，也會企圖延滯不利於公共化的政策：

例如說今天我知道公視法的修訂、或是公股釋出條例這個東西，在立法院裡面可能有人想要阻擋他，我們還是得趕快去做（遊說），因為我們知道這個影響會很大，我們不想讓影響擴大。（媒改社魏玓，2006，深度訪談）

媒改社在參與政策擬定、執行的過程中，對於執政黨與在野黨都有深入的接觸，其功能之一便是成為執政黨與在野黨之間的溝通橋樑，創造了影響公共化政

策發展的機會：

我是在野黨立委，反而沒有跟政府有太直接的溝通，所以很多關於跟政府方面的溝通，甚至是政府的意向，都是我們需要向媒改社瞭解的。甚至是我覺得比較好的主張，我也會請我們助理主動發 e-mail 給媒改社，向他們建議，那他們有什麼樣的議題、或是新的進展也都會提供給我們…，這其實也不一定每個團體都可以做得到，但是媒改社有這個功能。

（立委李永萍，2006，深度訪談）

媒改社能夠參與政策執行的優勢，還包括了媒改社本身對於黨派的公正立場，也就是說公共化議題並不是為了保障私人利益，他們關注的是全民所使用的的媒體環境，因此媒改社並不幫任一政黨護航，這樣的態度也讓在野黨立委們較能接受媒改社的理念：

媒改社所主張的東西對他們個人沒好處，整體作為一個社團，意識型態問題並不嚴重，而且也沒有在政黨上選邊站，他們是為了政策與理想，保持了一定的彈性，就是說他們發現執政黨沒有心要執行的時候，他們也會接觸在野黨，希望給執政黨壓力，這是他們的優勢之一。（立委李永萍，2006，深度訪談）

但另一方面，李永萍立委認為由學者組成的社團，其想法往往過於理想化、理論化，不瞭解現實狀況的難度，也無法從各方面關照細節，是這媒改社在參與政策執行的缺點，當然也會影響對於立委的遊說成效：

媒改社成員比較容易遭到的批評就是，因為他們很積極參與議題，所以他們也會被政府延聘去作審議委員等等，那你如果還是抱持學者想法去

操作實際層面的話，不會想到員工權益這一面向…，也不會考慮法律間的競和關係，一下把人家執照取消之後，結果政府打的每一個官司都輸掉…這也說明你完全是學界出身的，現實感很不足，所以當立法權掌握我們這些立委的手上時，我們就必須很謹慎。他們可以提出他們的主張，我們也不必照單全收。（立委李永萍，2006，深度訪談）

綜觀媒改社在參與政策執行上的倡議行動，最常使用的方式就是向行政、立法單位進行遊說，並且提供資訊讓政府單位瞭解公共化議題的內涵以及關鍵點，以刺激、澄清政府單位的想法，其次，也直接提供政府單位細部的策略執行操作步驟，增加公共化的可行性。另外，在倡議議題的同時，針對不利於公共化發展的政策也都會努力進行遊說、表達組織意見，延滯政策的執行。

從立委角度探討媒改社的遊說倡議，媒改社之所以顯得重要，就是因為具有幫助在野黨、執政黨溝通彼此在媒體改革方面的理念差異，這樣的功能同時也增加了媒改社向政府單位進行直接溝通的機會。其次，媒改社在遊說倡議過程中，也因為議題本身的公益性、以及組織在黨派立場上的中立，而大增遊說的優勢。然而，媒改社的成員中學者身份居多，也造成媒改社的倡議對象—政府部門，會質疑媒改社理想性過高、無法關照所有面向，為媒改社的倡議行動帶來威脅。

（三）聯盟策略

組織的聯盟可以讓目標一致的團體，彼此支援、合作，以解決社運組織資源不足的問題（吳宜蓁，1998）。因此，媒改社作為社會運動組織，在倡議過程中也會尋求意理相近的社會運動團體進行活動上的結盟，也就是說，他們平常保持意理上的溝通，遇到議題時就可以因為明白彼此理念而迅速進行合作：

我們跟一些社團都有很密切的聯繫，如果剛好跟彼此關心的議題有關，就可以合作得很快，因為平常有在聯繫、理念也很清楚。公共化這個議題長期是我們在推動的，所以多是我們主動，他們也許都知道說我們在這方面都長期有在關注，他們也很清楚我們的訴求，所以就會來。(媒改社魏玟，2006，深度訪談)

在倡議行動上，媒改社首先拜訪各個相關的社運團體，向他們解釋公共化理念，希望能夠刺激相關的社運團體開始思考公共化，甚至瞭解公共化的重要性：

苦勞網真的有在處理這個問題（媒體結構）的時候，跟媒改社的推動還是有很直接的關係…，所以說如果沒有媒改社來跟我們接觸的話，公共化的議題對我們來說不會這麼重要…，刺激我們在內部也有進行一些公共化的討論，這種討論的出現，跟媒改社要來找我們合作，有很大的關係。(苦勞網孫窮理，2006 深度訪談)

媒改社不但刺激相關社運團體形成內部討論之外，更能直接、或是間接地影響他們的態度。以苦勞網為例，他們在媒改社拜訪過後，組織內部經過一番討論，最後在態度上同意公共化的方向：

我對公共化的態度是由組織內部討論而來。我一直覺得沒市民社會的存在談公共化是空的…，但也有人覺得說眼前找不到更好的辦法去處理現在資本化的媒體，基本上我提不出對策出來，所以我也覺得他可以是個策略。像這種情況，如果沒有媒改社去操作的話，我們內部要出現這樣討論的機會也會比較少。(苦勞網孫窮理，2006，深度訪談)

在認知、態度上獲得相關社運團體支持之後，媒改社也願意提供人力、或是

想法，支援其他社團的活動。媒改社支援的範圍不只是與公共化議題相關的活動：凡是涉及媒體議題的討論或活動，媒改社都願意提供本身的立場、想法、或是資訊。透過支援相關社運組織的倡議行動，有助於跟其他團體平常就能建立更多的合作關係：

像譬如說獨立媒體研習營的話，媒改社會有人力來支援，一起參與籌備的工作，那議題上面有找管中祥來一起談…。還有一次，鐵馬影展也找媒改社的一些成員一起來談他們的想法。（苦勞網孫窮理，2006，深度訪談）

陳水扁剛當選總統時，那時候選舉糾紛很大，我們有合辦一個紅樓座談，那個其實是由傳鬥發起，再去找其他團體發表對看法…，如果是電信公共化這件事情很明顯地是我們在做，然後找媒改社來背書，就媒體改革議題上，我們跟媒改社是很密切的。（傳學鬥李信漢，2006，深度訪談）

在資訊上，他們也會透過 mail list 將消息告訴我們，我們就能取得一些比較不容易觸得的資訊。（傳學鬥林靖堂，2006，深度訪談）

相對的，相關的社運團體認同公共化的意理後，也能在媒改社倡議公共化的大型活動中提供具體的支援：

幫他們弄連署聽起來雖然不是什麼了不起的回應，我們也在幫別人做連署，但起碼這是我們具體的回應。（苦勞網孫窮理，2006，深度訪談）

在議題上的合作，像是公共化運動、或是演唱會這一些大型活動，他們提案我們就會去做。（傳學鬥李信漢，2006，深度訪談）

除了大型活動外，媒改社舉辦的小型講座也會請媒觀、記協、苦勞網...等團體做各方面的支援：

他們辦的座談會也會找我們去，我們會提供我們的看法，例如平宗正事件他們辦了座談會我就有去，因為這個議題跟我們的角色、以及工作為置有關。（苦勞網孫窮理，2006，深度訪談）

透過以上資料可知，媒改社平常就會與相關的社會運動團體進行聯繫，這些社會運動團體大多為關心媒體問題的組織，包括了記協、傳學鬥、以及媒觀等。這些團體願意跟媒改社進行合作，一方面是因為他們同意、並支持媒改社對於公共化的理念，另一方面是因為在合作過程中，媒改社也提供了這些團體一些期待，例如苦勞網希望媒改社能夠成為一個中介，讓苦勞網找到一群關心媒體改造的群體，進而與這些群體產生互動：

我比較期待的是，透過媒改社這個群體，接觸到的媒改社的群眾，甚至可以跟他們互動，那媒改社在這方面也的確扮演了這樣的角色，我相信有一些學生也有在看苦勞網，應該還滿多的。（苦勞網孫窮理，2006，深度訪談）

另一方面，媒改社也吸納不同性質的社團，結合更大的社會改革聲浪，以突顯議題的重要性，例如他們為了抗議新聞局企圖讓台視、華視形成「一公一民」的產業結構，於是邀請了台權會、民間司改會、台灣促進和平基金會、人權促進會、記協、傳學鬥...等社運團體一同向新聞局抗議（伍崇韜，2004）。此外，媒改社在發起網路連署活動中，除了集結 142 位傳播學者支持媒體公共化之外，也更邀請五十個獨立音樂樂團、以及獨立音樂工作者共同參與連署，網路連署活動

得到各方的迴響：連署人數不但突破四千，另外還包括了閃零、濁水溪公社、大大樹音樂圖像...等四十餘個運動社團皆公開表示支持（劉郁青，2004）。媒改社試圖集結不同性質、不同領域的各個團體一同發聲，最主要的功能、以及目的就是期待對政府形成更巨大的壓力，並擴大議題倡議的分貝，以吸引社會大眾的關注。

總地說來，媒改社在諸多活動中與其他社運組織的合作十分密切，不管是大型活動，例如連署、或是遊行，或者是小型如講座等活動，都能獲得相團體的支援。探究媒改社之所以能夠順利地與其他團體形成結盟，除了來自於媒改社積極主動的拜訪，刺激了相關組織形成對於公共化的想法之外，另一方面也是因為媒改社在相關議題上也願意提供其他社運組織幫助，包括了人力、想法、或是資訊...等。媒改社不只尋求各個媒體改革組織在理念、行動上的認同與支持，也將公共化的概念往其他性質不同的社運組織擴散，並取得合作關係，一同對社會發聲、對政府形成壓力。

（四）困窘策略

Berry（Berry，1977）認為，為了刺激政府改變政策，組織往往會製造議題的衝突性，向大眾揭露政策的疏失，而政府基於感受到群眾集體要求改革的壓力，被迫做出回應。如同 Berry 所言，媒改社在倡議行動中，也曾使用過困窘策略給於政府壓力。

媒改社的前身「無盟」基於不滿政府的媒體改革政策以及態度，因此三位在台視、華視董事會的成員，分別是林孝信、石世豪、郭力昕，在無盟後期辭去了董事職務，直接以行動表達對政府延宕公共化政策的不滿，並召開記者會要求陳總統與執政黨立刻實踐其媒體改革競選政見（林佳樺，2002）。無盟最後為了逼

迫陳水扁實踐媒體改革政見，因此於 2002 年十月召開記者會，並且在各大報刊登廣告，公開批評，表示不再容忍陳水扁悖離競選時承諾過的無線電視公共化政見，無盟成員譴責政府的動作吸引了 TVBS 等電子媒體的報導，也因此得到專訪；《聯合報》與《中國時報》更以二版全版報導無盟的理念與行動（林麗雲，2003）。

無盟轉型為媒改社之後，仍不見陳水扁實踐媒體改革的理想，因此在 2004 年五月號召多個社團，以「白賊扁，不要臉，說一套，做一套」、以及「只騙選票，亂跳支票」為口號，抗議新聞局企圖將台視、華視私有化，並且演出行動劇諷刺民進黨政府（袁世忠，2004）：

我們一直要求阿扁兌現，2002 年批評延宕的廣告出來，到我們開了記者會，到最後一天無線公股條例，我們都在罵阿扁，阿扁你要說清楚，你到底想做什麼？我們是在要求一個政治人物兌現他的選舉承諾！（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

媒改社揭露陳水扁上任後並沒有履行競選期間的承諾，甚至以批評的字眼極力表達媒改社的不滿，一方面能夠刺激政府改變對公共化的態度，一方面增加議題的衝突性，吸引媒體報導，期望給予政府更大的壓力。媒改社以激烈的行動、及言論逼迫政府面對公共化議題，的確也都得到政府、以及相關單位的回應，促成社會的一片討論：在無盟後期三位成員辭去台視、華視董事職務後，民進黨馬上說明新聞局對於公共化的疑慮，並且重申實踐公共化的決心（陳嘉宏，2002）。當時台視董事長江霞提出公共化其實是泛政治化的觀點，華視董事郭力昕則再次重申公共化關注媒體產權的內涵（林家樺，2002）。無盟以解散製造對政府的抗議時，民進黨副秘書長李應元不但表示黨政軍退出三台是執政黨的理念外，更提出修正〈廣電法〉輔助媒體改革的想法（劉寶傑，2003）。2004 年媒改社連同其

他社運組織前往新聞局抗議後，也得到當時新聞局副局長洪瓊娟的回應，表示新聞局對台、華兩視公共化或是民營化並沒有預設立場（黃兆璽，2004）。

雖然媒改社的困窘策略比起參與政策執行策略，更容易損失較多的決策參與機會，也容易為公共化的實踐帶來風險，但是卻也成功地激發社會各界的討論，讓公共化的內涵可以再一次獲得澄清、與討論。媒改社雖然以困窘策略向政府溝通，但由於媒改社是以改革者自居，其前身「無盟」也曾經參與過陳水扁競選時候的《傳播政策白皮書》撰寫工作，致使民進黨政府並不因媒改社的困窘策略而推翻曾經承諾過的政見，甚至會順勢回應媒改社的訴求，並表示支持；其次，媒改社逼迫政府直接回應，也同時加深了社會大眾對於媒體公共化的關注，並增加社會大眾瞭解公共化論述內涵的機會。

（五）日常行動策略

為了吸引一般大眾對公共化議題的好奇與支持，媒改社針對一般民眾設計諸多日常的活動，包括提供民眾各種講座、活動，藉以提高民眾對公共化議題的認知，例如 2004 年四月媒改社就與苗栗社區大學、媒觀，一同發起全國第一次「關機運動」，鼓吹民眾體驗關掉電視機的生活，體驗沒有電視介入家庭生活的生活，並在活動期間安排戶外活動、以及講座，讓媒改社與大眾談論台灣媒體現象以及優質節目的選擇（劉榮春，2004）。

三、倡議策略成果評估

雖然倡議行動的檢討並沒有一定的標準，而且社會運動的成效也難以被量化，但是對社會運動組織而言，經驗的承傳是非常重要的工作（Buchholz，1986），因此，媒改社也會針對行動的程序細節、或是沒有注意到的各層面利益關係進行檢討：

比如說這次去跟某個立委談，後來發現不是我們想像的那樣、或者他跟其他立委有什麼樣的關係我們沒有注意到、或是政治人物有一些特殊考慮的因素…等等，我們回來後會思考，看看下次有什麼要注意…。另外有些是很技術上的細節，我們當然也是有做檢討。又例如辦活動沒有人來，我們會看是不是新聞稿發的不好…通常是一個比較大的活動，或是有延續性的活動碰到阻礙、挫敗的時候會做反省。（媒改社魏玟，2006，深度訪談）

媒改社除了對倡議行動的實踐細節做檢討，這部分可由倡議對象的立即反應得知行動的成效；另一方面，媒改社也會檢討組織行動是否提升了倡議對象對於公共化議題的認識，這部分則以「行動是否達到議題的擴散、宣傳」來反省，他們認為只要媒改社的活動激起部分人士的興趣，媒改社在某種程度上就已經達到公共化宣傳的目的：

我們這種運動團體有長期、以及短期的成效的評估。短期成效就是去看（議題的發展）有沒有朝著我們希望的方向去改變。有些東西是長期的活動，有多少人來聽、有多少人來看這就是一種成效，如果有人還要跟我們聯絡這也是一種成效。（媒改社魏玟，2006，深度訪談）

媒改社對於各個倡議行動的檢討，更重要的是觀察「外界對於公共化的回應」，這也是媒改社實踐倡議行動的最大用意：

遊說的話，可能會想說有沒有用…。抗議事件上，應該不是在做檢討，而是在做評估，就是看他達到什麼樣的效果，那我們是不是要再往下走，或是改走別的（方法）？我覺得不是在檢討那個事件的本身，而是在評

估事件所產生的效益。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

在檢討倡議行動的同時，特別需要注意的面向是：媒改社的行動成果不一定會在行動過後立即呈現，也就是一次行動與其產生的成果之間，並非簡單的對照關係；媒改社往往需要多次的行動之後，公共化議題的內涵才會在社會、或是政府單位中被認知、被彰顯，這是因為大眾、以及相關單位都需要時間來認識公共化議題的內涵：

比如說今天辦了一場記者會沒有人來，就企業來講成效是零，可是對我們來講不是。可能是今天這個記者看了這個東西沒有興趣、或是他有興趣可是他的長官沒有興趣，但下一次不見得。可能會因為這一次（媒改社的倡議行動）讓他們瞭解到有人在談這些東西，他就會累積他的知識，下一次可能就會有人來。(媒改社魏玟，2006，深度訪談)

另外，組織本身倡議經驗的累積也是媒改社檢討時關注的面向之一：

我們當然希望很多記者來報導，可是如果沒有，他也不見得是零成效，因為我們自己練習了一遍記者會、我們也把聲明稿寫好了，就是說我們自己操作了一遍這些活動，這對組織來講是有成長的。(媒改社魏玟，2006，深度訪談)

作為一個媒體改革運動組織，媒改社倡議行動最大的成果在於「提出了一個媒體改革的想像，為理想的台灣媒體環境畫出一個理想的藍圖」，也因此，媒改社的長期目標在於「與現有的無線電視體制產生對抗，進行意識型態的鬥爭」，如此的行動意義更甚於階段性的無線電視公共化目標：

比如說大家不喜歡財團化，但也提不出不要民營化要幹嘛，那我們提出了公共化…，我覺得最大的價值在這裡，就是把一個公共化的概念，透過媒體改革運動的過程傳達出去，所以對我來講沒有台視、華視公共化也可以，但我們對未來的想像就多了一點。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

總結以上資料，我們可以說媒改社的倡議行動檢討，並非由短期、而立即的社會現象來觀察。作為社會運動組織，媒改社最主要的目的在於「擴散、宣傳」公共化的意理，刺激更多單位、或是大眾認識公共化議題的內涵。因此，行動後的檢討應該以長期的「行動累積」觀之，檢討的面向也依諸多層次作為倡議經驗的累積，包括了媒改社組織內部的實踐經驗、外界回應、以及公共化是否成為新的媒體環境想像藍圖等。

在現實的社會層面上，媒改社倡議公共化的行動，也確實帶動了其他社會層面都在思考公共化，包括了教育公共化、電信公共化...等（林志成、王超群、蔡旻岳，2006），因此以「擴散公共化意理」這個層面而言，媒改社的倡議行動可以說是成功而有用的：

因為全球化的趨勢，電信產業也是媒體產業的一部份，所以藉著中華電信準備要被民營化這個議題，我們就把公共化的意涵再做擴大，也談公有電信的公共化…。公共化絕對可以在更接近大眾一點，不是只能談媒體。（傳學鬥李信漢、林靖堂，2006，深度訪談）

我覺得（媒改社的行動）成效是蠻大的，就以一個社會運度的角度，他們的運作也讓這個社會開始對公共化有些看法。（苦勞網孫窮理，2006，深度訪談）

除了以「擴散公共化意理」這個層面來評估媒改社在現實社會中的行動成果，對於「公共化政策的推動」上，媒改社也發揮了他的影響力，使得政府的媒體政策逐漸往公共化的方向修正：

就事實上來看，華視幾乎是完全的公共化，媒改社可以做到這樣已經不是台灣一般的社會運動團體也可以做到的成果。（苦勞網孫窮理，2006，深度訪談）

目前已經有一個階段性的成果，也就是華視走向公共化、也要開始修公視法、建立公媒體集團等等的這些部分，在這個過程裡面 NCC 又成立了、然後目前政府組織也談組織改造，也就是新聞局會走入歷史，交給文化觀光部。所以目前而言，媒改社的作法大體而言是成功的吧，未來如果可以繼續保持彈性、以及理想性的話，我想還是可以保持一個理想狀態。（立委李永萍，2006，深度訪談）

他的確有一些的成果，國家也接受了這樣的想法，我相信國家現有的政策，顯然跟當初政府的想法是有差距的，換句話說，現在的公共化結果，相較於當初政府所推行的那一套，政府一定是相當不滿意的。這樣的一個構想，最後變成國家的政策結果，那這樣已經是很成功了。（王拓立委前助理溫炳源，2006，深度訪談）

在媒體結構改革的成果上，相關的媒體改革組織認為媒改社的影響力已經處於媒體結構改革這方面的領導地位：

他們的成果可以說是在推廣公共廣電團上面。他們的能量是非常大的，

可以說現在沒有任何的媒改團體跟他們比起來是更有影響力的，所有可以看得到的、想得到的國內媒改團體，都與媒改社有關，所以只要提到媒體改革的話，媒改社是處於領導地位的。（傳學門李信漢，2006，深度訪談）

因此，媒改社不論是在公共化的意理倡議上達到了成果之外，對於政府的媒體政策也發揮了影響的效果；從立法人員的角度而言，媒改社的倡議行動是成功的；從其他媒體改革組織的角度而言，媒改社也在媒體改革的場域之中取得了領導地位。因此我們可以說，媒改社長期以來對於公共化的倡議策略是成功而有用的。

第三節 資源配置運用

在文獻探討中就已經指出，組織擁有的資源包括了物質性資源、組織性資源、政治性資源、激勵性資源、以及無形性資源五種（Ornstein & Elder，1978）。因此本節依據這五種資源對於組織倡議行動的幫助，依序評估媒改社的資源配置運用情形。

一、物質性資源

物質性資源可以分為資金、以及組織規模兩部分。在資金方面，媒改社主要是以收取社費為穩定的資金來源，其餘便是接受其他社團不定期的捐贈：

在錢的部分，我們也沒有錢，我們有一個基金會裡面的基金都是大家自己掏腰包，因為我們不是法人組織，所以有沒有公開去募款，另外還有

就是某一個基金會捐給我們 30 萬，這些就是全部的資金來源了。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

在金錢的花費上，由於媒改社平常多以論述發言為主，鮮少辦大型活動，唯獨一次花費較多的是舉辦公共化演唱會，其餘則是影印資料時會花費到部分資金，可以說因此倡議行動中不太需要過多的資金：

行動上不太需要花錢，因為常用的方式是演講，所以不用印很大的海報…，只有宣傳、遊說時候會印資料給大家，錢是花在影印上比較多，活動上比較大的支出就只有公共化演唱會。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

媒改社另外則透過與相關單位的合作、或是人情請託的方式，省下了倡議行動的部分花費：

媒改社有一個兼職的助理，是媒觀付了每個月的工讀金，那他也順便來幫媒改社做事…。後來有做一個公共化的廣告，那個也是同學幫我們做的。大部分不太需要錢，因為都是自己人（會幫忙）。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

因為媒改社大部分是以論述為主，所以不太需要人力支援活動；媒改社最常行動的方式就是進行國會遊說，但這也不太需要過多的人力資源：

平常沒有什麼活動需要人，國會遊說需要成本會最少，就是我們可以派一組人去做，有空去做就可以了。(媒改社魏玟，2006，深度訪談)

事實上媒改社所擁有的金錢、人力並不龐大，但這不會直接為媒改社帶來倡議行動上的侷限，主要是因為媒改社通常以發新聞稿、以及投書，作為主要的倡議行動方式；論述上的行動多過於活動上的舉辦，因此不需要太過龐大的資金、以及人力才能運作：

這個組織的模式不是以基金會的方式運作，所以我們不需要有辦公室、秘書人員這樣的作法，我們不是用這樣的架構在運作。你當然可以說我們資源不夠，不過另一方面你也可以說我們並不需要這麼多資源。（媒改社魏玟，2006，深度訪談）

其次，由於媒改社在倡議行動前，就會針對組織的物質性資源做評估，才進一步擬定適合媒改社的倡議行動，因此資源雖然不夠充足，卻也沒有為行動帶來侷限。整體說來，我們可以觀察得知：媒改社的物質性資源、與組織倡議行動模式是一個相互形成的結果：論述行動在倡議過程中佔了很重要的一部份，所以比較少大型活動的舉辦，所以不需要很大的組織規模以及資金就能運作；相反的，由於媒改社沒有很充足的組織規模以及資金，因此也發展出以論述、遊說為主的行動方式，這是一個相互形成的結果。

二、組織性資源

組織性資源可分為三方面探討，包括了領導者功能、成員的行動力或是凝聚力、以及組織的專業知識。

由於媒改社是由一群理念相同的成員組成，所以媒改社並不需要特別對內喚起成員們知覺意識；此外，媒改社對外是由「召集人」發言，大部分的決策是由成員共同討論而取得共識，因此也不需要「領導人」這樣的概念：

召集人就是發言人，也不能說是領導者，但是是對外的主要代表。因為他叫召集人，所以他不是一个決策的決定者，他會統整大家意見，對外發聲。(媒改社魏玟，2006，深度訪談)

媒改社召集人對外代表組織發言，因此在發表聲明、以及新聞稿之前會統整大家看法，不過在緊急事件發生、或是其他單位透過電話訪問媒改社時，召集人具有相當的彈性、以及專業自主的表現空間：

通常我不會直接回應，不過電話訪問我就會直接回。在一個事件發生之後，我就會很主動去蒐集成員看法，除非是太緊急了，要不然我還是會去詢問大家的意見。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

在組織的組成上，由於媒改社成員包括了學者、以及媒體工作者，每個人的專業意理都非常深厚，同時對於組織的宗旨、以及倡議行動都具有共識，因此成員的凝聚力、以及行動力是相當一致而強大的：

相較於我所認識的其他的學界團體，媒改社的學者已經算是我見過最有行動力的學者，例如跟新聞局長溝通、跟立法委員遊說、以及去新聞局抗議等等的行動，媒改社裡頭這些學者都很有行動力。(記協何榮幸，2006，深度訪談)

媒改社成員的專業背景，往往也能為組織的倡議行動帶來很大的幫助，尤其中國時報資深記者何榮幸也是媒改社一份子，因此可以幫助提供媒改社對於現實狀況的掌握：

(媒改社的其中一個重要的資源)跟何榮幸有關，因為他是媒改社的人，所以他會提供一些訊息，有時候會把一些觀察到的東西來跟我們說。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

何榮幸本人也認為媒改社學者在意理、概念上提供主幹，而他則代表記協加入媒改社之後，進一步輔助了媒改社在現實感方面的掌握，包括對於立法進度的瞭解、以及主流媒體對於媒改社的報導等，在何榮幸加入媒改社之後，都帶來相當的幫助：

一些最具體的例子就是我跑立法院，所以應該優先遊說哪些立委來進行公共化的理念，還有什麼時候應該去加強推動立法，對於立法過程中遊說的進度、分寸的拿捏，這些方面我都覺得我有代表記協在這些方面提供現實感、以及倡議行動的幫助。那另外，我自己也利用在中國時報寫專欄、小社論，以及一些報紙上的特稿、分析評論的機會，發現有相關新聞的時候，盡量去推動公共化的理念…，我在我自己可發揮或影響的主流媒體版面裡面，代表主流媒體的立場去鼓吹、推動公共化的理念，澄清一些外界對於公共化的疑慮，這一系列的評論甚至也得了曾虛白新聞評論獎，我覺得也幫了不少忙。(記協何榮幸，2006，深度訪談)

透過以上資料可以得知媒改社的整體組織性資源非常豐富，比較特別的是媒改社組織裡頭，沒有明顯的垂直式層級劃分，而是採扁平式的分工合作，因此每個成員都可以發表自己的專業意見，交由召集人統整、發表。另外，成員的行動力與凝聚力，也因為成員們的專業知識而獲得共識，因此能夠發揮強大而方向一致的倡議行動力量。最後，由於媒改社也吸納了中國時報的資深記者何榮幸，因此對於倡議策略的擬定上有絕對的幫忙。透過以上分析，本研究認為媒改社所擁有的組織資源，整體而言是非常豐富而厚實的。

三、政治性資源

政治資源包括了對政治過程運作的瞭解、以及政治上的聲望。比起一般的社運組織，媒改社對於政府單位的行政立法過程，都有較深入的瞭解與互動：

我覺得越來越瞭解政治運作的過程，就是包括實際上的行政組區，或是整個政府在思考問題的癥結點是什麼。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

雖然媒改社很清楚政策的決策過程，以及政府單位考量決策的癥結點，也明白地知道主要推動公共化的立委有哪些人，不過政治人物的流動性很高，這樣的現象使得媒改社難以持續累積過去所有針對政府單位的倡議成果：

我們跟政治人物不見得會越來越熟，我講一個例子，行政院像是一個非常大的衙門，進去都黑黑暗暗的，可能有一個天體，一個燈光，我們去拜訪行政院的委員，同樣的燈光，同樣的光線，同樣的長廊，然後同樣不進入狀況的人，我們講著同樣的話，也就是說他們根本不懂，所以我們就必須把跟上一個人講過的話再重新跟他講一遍，其實那心裡面的感覺是蠻妙的…，那你就必須從頭到尾再跟他重講一遍。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

面對無法控制的政治流動性，媒改社能做的就是持續地向關心公共化議題的政治人物保持互動：

其實是有在累積的，不是每次都是一個重新開始的狀況，像跟永萍他們就會比較熟悉，有一些立法委員他連任上了我們就不用再講一遍，還是

有在累積，他不是完全空的。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

另一方面，媒改社也在對政府制訂媒體政策的過程中，努力發揮影響力，提升媒改社知名度。雖然媒改社成員並沒有直接參加公職人員競選，但在政府的媒體政策擬定、執行過程中，媒改社都極力介入、發揮影響力；甚至，每一任新聞局長上任後，便會主動直接與媒改社進行意見溝通，所以也間接地累積了媒改社在政治場域中的聲望，形成政治性資源。

四、激勵性資源

無盟組織在轉變成媒改社之前，在其聲明中提及：「我們沒有興趣說『那美好的一仗，我們已經打過』。因為，我們不會離開台灣媒體改革的運動場。」(轉引自林麗雲，2003：167)。

由於媒改社本來就是以使命誘因號召有志一同的改革者，共同組成改善台灣媒體的改革社團，所以組織內部具有相當程度的激勵性資源，包括改革的使命感、以及歸屬感。這幫助了媒改社雖然面臨複雜的是複雜的政治、經濟等勢力，卻仍然願意持續高昂的改革意志，為公共化理念奮鬥。

媒改社對於公共化理念的堅持不只帶給成員使命感、以及歸屬感，也渲染了其他的媒體改革運動組織，讓情感因素維繫了共同努力的目標：

我們就像一個幫派，一個有機體，我們都沒有什麼錢，或是我們為什麼可以不需要透過正式的會議就可以做出決定，因為我們彼此信任，或是我們的目標一致，我們有情感在裡面。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

因此，雖然媒改社無法提供物質性的利益、或是優惠給組織成員，但是他們本來就是基於共同的意理而組成媒改社，並且與理念相近的團體產生產生合作關係，所以組織成員之間擁有相當堅定的使命感、甚至是感情。媒改社的激勵性資源並不亞於一般的利益團體，這也是媒改社在其他資源不夠充足的情況下，仍能維持運作的主要因素。

五、無形性資源

由於媒改社的成員是由學院教授、以及媒體工作者組成，因此媒改社很自然地在公共化的領域中，給人專業、權威的鮮明形象：

就算是新聞局長換了，但是只要一談到公共化，就算我們沒有跟他們接觸，他們也會自動來找我們，那是因為我們在這個運動場域累積了一些專業的整體形象。（媒改社魏玟，2006，深度訪談）

媒改社之所以具有強烈的專業形象，最主要是來自於成員的學者身份，組織成員的身份無形中也幫助媒改社獲得更多的新聞報導機會，因此不斷地累積媒改社更多的能量、以及知名度：

我們非常非常符合傳統新聞學消息來源的根本…，因為學者的身份就是非常符合典型消息來源的身份，再加上慢慢的這幾年對於公共事務的投入或是發言，他（媒改社的形象）的能量、以及知名度是不斷在累積的。（媒改社管中祥，2006，深度訪談）

媒改社的專業形象，甚至可以直接說是學者形象，當然對於倡議行動有所幫助，因為學者身份在社會上具有顯著的社經地位，其聲望的運用能夠增加倡議行

動的影響力：

例如要去立法院做遊說的時候，如果是學生只能接觸到立委助理，不過如果是以學者身份，就可接觸到立委，所以形象資產上是很有用的。(媒改社魏玟，2006，深度訪談)

雖然媒改社的學者形象為媒改社的權威、知名度具有加分作用，但是媒改社並不刻意操作這樣的身份，甚至認為學者形象會為倡議行動帶來羈絆，因此鼓勵社員以其他身份對相關議題發言，淡化媒改社只有學者成員這樣的形象：

有必要的話會用到媒改社的形象這個東西，不是特別去經營、利用，而是運用這個東西讓自己的影響力更大。(媒改社魏玟，2006，深度訪談)

我們不會去經營這個身份，我們有時候會覺得這個身份對我們來講是一個困擾，他們一天到晚叫我們彈頭學者，我們是蠻困擾的，他們會說我們理想性高，不知道實務的狀況，這反而是負面的…。我們甚至鼓勵社員去投稿，不要讓人家以為媒改社只有教授、助理教授等等，我們鼓勵社員用自己的名義，各種不同身份，可能是學生、或是其他的。(媒改社管中祥，2006，深度訪談)

由此可知，雖然媒改社的學者形象雖然十分鮮明，必要時候對於議題倡議也多有幫助，但學者形象也為媒改社帶來倡議行動的羈絆。為了避免外界認為媒改社多為學者、不懂得實務操作，媒改社並不特意累積學者形象這項無形性資源，甚至處於消極經營的態度，以避免為倡議行動帶來負面效果。