

# 新媒体环境下的集体行动动员机制： 组织与个体双层面的分析

邓力

## 摘要

在现代政治当中，新媒体在与集体行动相关的政治传播中发挥着愈发重要的作用。本文从集体行动中的新媒体传播现象出发，分别从组织动员和个体动机及认同两个层面探讨新媒体环境下出现的网络集体行动及其传播的相关特性。首先，新媒体起到了迅速散播动员信息的作用，并塑造了以虚拟抗议为例的网络集体行动。其次，带有个人化特性的新媒体对于集体行动的动员结构、组织方式、抗争剧目与框架过程四个面向皆有所影响。最后，新媒体改变了人们参与集体行动时的动机与认同，原有的公私边界发生变化，甚至可能改变集体行动这一概念本身的定义。

## 关键词

新媒体、集体行动、动员结构、参与动机、集体认同

## 作者简介

邓力，中国政法大学新闻与传播学院讲师，邮箱：lyndengli@gmail.com。本文是北京市哲学社会科学规划项目“转型期社会冲突事件中的媒体角色与公众认知”（编号14SHC035）阶段性成果，本文同时受到中国政法大学校级人文社会科学研究项目与中国政法大学青年教师学术创新团队支持计划资助。

## Changing Mobilization Mechanism of Collective Action in the New Media Environment: An Analysis on Organizational and Individual Levels

DENG Li

## Abstract

This paper investigates the role of new media in collective action which has been discussed in recent political communication research in depth. First, while new media facilitates the dissemination of mobilizing information of offline collective action, it also helps in forming online collective actions such as virtual protests. Second, this paper theorizes how the new media

has changed the key aspects of collective action dynamics identified by traditional collective action theories. Third, this paper explores how the individualistic characters of ICT-mobilized collective actions have changed the individual-collective dichotomy from the social-psychology analysis approach.

### Keywords

new media, collective action, mobilizing structure, motivation for participation, collective identity formation

### Authors

Deng Li is a lecturer at the School of Journalism and Communication, China University of Political Science and Law. Her email address is lyndengli@gmail.com. This study was supported by a grant from the Beijing planning office of philosophy and social science, titled with “The role of media in the public perception of conflict events in a transitioning society” (Project Number:14SHC035). This study was also supported by the University Fund of Social Science & Humanities and the Program for Young Innovative Research Team in China University of Political Science and Law.

作为现代政治的重要范畴之一，以社会运动、抗争政治为代表的集体行动其导火索往往是通过新媒体首次发出的动员信息。尤其是社交媒体出现后，新媒体在与集体行动相关的政治传播中发挥着愈发重要的作用。对于转型社会的社会治理而言，在应对抗争事件时需要准确认识并把握这一动态关系，才能有效解决社会冲突。本文考察新媒体在集体行动的生成与发展过程中发挥何种作用，从而为社会动员增加新的维度与形式。具体的思考角度是，传播动员信息的新媒介渠道是否会改变甚至重塑社会动员的结构与形式，是否会改变人们参与集体行动的心理与行动机制？这些研究问题无论是在全球语境中，还是在中国转型社会的语境中，都具有较高理论价值与现实意义。

本文首先来看传统意义上的集体行动中出现的新媒体传播现象，接下来探讨新媒体环境下出现的网络集体行动及其传播特性。在这些现象描述的基础上，本文从两种理论维度考察新媒体如何改变社会动员机制或个人参与动因机制：首先在传统集体行动理论框架下，从组织动员层面探讨新媒体在动员结构、组织形式、抗争剧目、框架过程这四个维度上对集体行动的影响；其次在社会心理学层面，从参与者个体层面探讨新媒体对参与者认同形成与参与动机的影响。此种梳理意在从西方相关政治传播研究的不同理论路径出发，了解新媒体对集体行动各个层面的影响，为本土研究提出可借鉴的理论模式或概念出发点。

## 一、集体行动中的新媒体角色：基本概念与典型事件

### （一）集体行动的概念界定

在介绍集体行动中的新媒体传播现象之前，有必要对与集体行动紧密相关的概念进行辨析。对抗争性的集体行动的界定，主要来自“社会运动”与“抗争政治”这两个概念。社会运动的发生源于“某些个人、群体或/及组织，基于共同意念、利益和集体认同，之间形成非正式互动关系与网络，并参与到政治或文化的冲突之中”（Diani, 1992; Nash, 2000:122）。这一定义展开来，可见社会运动是具备了四个要素的集体行动，即互动关系网络、集体认同、社会变革诉求、超越了单个群体或机构的组织网络；同时也说明社会运动的四个特点，即集体性、组织性、持续性与非体制性。而“抗争政治”这个概念的提出，是因为 McAdam, Tarrow 和 Tilly (2004) 等研究者不满足于将社会运动与其它抗争形式如革命、公共政治等研究对象隔离开来进行研究，因此以此概念将各种以大众动员为基础的集体行动包括进来，其定义是“诉求者与其诉求对象之间偶然发生的、公共的、集体的互动，其中政府是诉求的提出者、对象，或第三方，而且这些诉求的实现会影响至少其中一方诉求者的利益”（McAdam, Tarrow & Tilly, 2004:5）。相对于主要基于西方民主社会经验的社会运动理论，抗争政治的概念则可以适用于更广的其他政权类型的国家（McAdam, Tarrow & Tilly, 2004: 6; 谢岳，曹开雄，2009）。

不论是持续性较强的社会运动，还是涵盖范围更广的抗争政治，集体行动为获取合法性而依赖于媒体已是不争的事实，甚至有“没有报道的运动就是没有发生的运动”的说法。在媒介化政治的环境下，论述层面的争论已成为集体行动的核心，甚至有“社会运动就是对现实架构的论争”的论断。在大众媒体时代，集体行动的组织者要与其他行动者做意义的抗争（contestation over meaning），不惜以夸张的形式吸引摄像机，赢得报纸版面。而在新媒体时代，围绕社交媒体产生了新的社会构型（social configurations），媒体与社会互动之关系，和以组织为中心的社会动员方式都发生了改变。

### （二）作为动员信息传播渠道的新媒体

首次出现由社交媒体扮演重要角色的政治抗议，是在2001年的菲律宾马尼拉发生的要求总统下台的集体抗议，那时的新媒体是手机短信（Vargas, 2011; Kravets, 2011）；而仅仅十年过去，阿拉伯地区在2010年又一次感受到新媒体引发街头示威的巨大威力，这次的新媒体则是以移动互联网为基础的各种社交媒体（Melber, 2011; Beaumont, 2011）。新世纪以来，不论是新媒体，还是新媒体与社会动员的互动机制

都在短时间内复杂化，亟需相关研究对其机制进行解释与预测。

在阿拉伯世界的动荡中，社交媒体在不同领域展现了它们的动员力量。在埃及，革命的导火索是一段警察贪污腐败的视频和被害人尸体的手机照片。网络上照片的传播和 Facebook 上抗议群体的形成最终导致了街头抗议 (Melber, 2011)。接着抗议的细节在 Twitter 和 Facebook 上被广泛传播，行动者长达12页的运动指南也通过电子邮件被传播出来 (Beaumont, 2011)。在突尼斯，一个突尼斯年轻人因抗议自己的水果店被征收而自焚的行为引发了游行活动。此后，行动者在不同的社交媒体进行传播，大约有两百个街头抗议者通过 Twitter发布消息，而在Facebook上讨论的人数后来也达到200万人 (Beaumont, 2011)。一段首先在 Facebook 传播的抗议视频，也接着由半岛电视台向阿拉伯观众播放 (The Economist, 2011)，可见社交媒体并非只是直接向个人传递信息，还间接通过传统媒体向更广大人群传递信息，对现实世界的革命产生更大影响。

那么在考察集体行动中动员信息的传播过程时，便需要同时考虑传统媒体与新媒体作为动员渠道与动员方式的功能。引发集体行动的事件或信息，如今往往最初由新媒体首次发出，但其大规模传播而起到的更大动员效果，还来自于传统媒体尤其是主流媒体的传播功效。一般来说，传统媒体的功能在于，议题提出者可以影响更大范围内远距离存在的公众。而新媒体有着个人化、流动性与去中心化的特征，它作为动员信息传播渠道的功能是双面的：一方面它可以避免传统媒体审核，快速传播动员信息以促进集体行动 (Diani, 2000)；另一方面也可能传播未经过滤的不准确信息，降低社会运动的信息质量，累积下来可能会将抗争转化为暴动 (Ayres, 1999)，或造成反动员(demobilization)或反对参与的效果(Garrett, 2006:210; Schmitt-Beck & Mackenrodt, 2010)。因此，新媒体扩散信息的能力，并不完全仅依靠它自身的传播力。例如半岛电视台作为传统媒体，也让抗争的景象与新闻在阿拉伯地区传播开来 (The Economist, 2011; Lynch, 2011)。阿拉伯世界的媒体景观因新旧媒体之间的合作而被改变。日益发达的媒介空间为突破威权政体对信息、图像和思想观点的传播控制提供了更强大的力量 (Lynch, 2011)。

### (三) 新媒体动员的现实基础

Gladwell (2010) 指出，新媒体并不是造成革命性事件的关键。相反，他将近年来的社会运动与上世纪六十年代的民权运动进行比较发现，政治运动的两个关键因素是“若干专业、训练有素的积极份子”和“一个层级分明的组织”，而这都是社交媒体所不能提供的。而新世纪以来的这些以社交媒体命名的社会革命，仍依赖着

前述所说的现实基础：在埃及，在开罗解放广场的占领行动中起到了领导作用的是线下组织，包括穆斯林兄弟会和当地的球迷组织等。前者有着纪律严明的组织阶层，而后者则在与警方发生冲突时发挥作用（Kirkpatrick & Sanger, 2011）。行动中还存在经验丰富的领袖，如埃及青年运动的组织者 Ahmed Maher，和为行动创建了 Facebook 群组的谷歌市场总监 Wael Ghonim。同时，在行动中也出现了埃及和突尼斯两地之间对彼此抗争剧目的相互学习，包括线上和线下。一方面，组织者在 Facebook 上通过发布内容与抗争者分享经验；另一方面，开罗的行动者经过了“变革学会”成员的培训，也接受了来自突尼斯和塞尔维亚的建议。从这个案例即可看出，在高风险集体行动中，强关系、纪律严明、策略行动，以及组织中的领导集权与权威依然至关重要（Gladwell, 2010）；而社交媒体的作用，则主要是初步动员群众，并为组织活动提供远距离传递信息的渠道。

有学者批评，在讨论互联网与社会变迁之间关系时，大多数新闻分析和案例研究都缺失了对语境的考察。在影响社会变迁的各类因素当中，作为深层语境的政治、经济动荡等深层次的社会变革，相对于常常仅用来实现社会能动者特定目标的社交媒体，应作为更为重要的考察对象（Vargas, 2011）。若将网络和社会变革直接连接，这种去语境化的研究路径通常被称为“网络中心主义”而并不可取（Morozov, 2011:xvi）。Morozov 还提示我们，新的信息传播技术同样可被用作镇压工具，社交媒体在阿拉伯世界曾经起到的作用，在某些具有现代化网络审查系统的国家中是不可复制的。例如，伊朗警方就曾使用网络上的照片和视频来辨认和逮捕了大约四十位抗议者。

## 二、新媒体对集体行动组织与策略的影响：从传统集体行动理论出发

在前述一系列政治抗争事件中，社交媒体更多是在作为渠道或媒介(vehicular)的层面，起到向外界传播动员信息的作用；而另一些网络抗争的形式，则引发另一种理论取向的讨论，即认为新媒体提供了一种新的社会联结方式，从而直接影响集体行动的构成(constitutive)。新媒体的出现是否改变了集体行动的动员结构与动员形式，是否能塑造出社会动员新机制？对于新媒体对集体行动的影响，一部分学者选择在发展得较为成熟的传统集体行动理论的框架内，去分析以个人化为特征的新媒体对集体行动的不同面向造成哪些改变。这属于在已有的理论范式之内纳入对新现象的分析。本小节即从集体行动理论中的动员结构、组织形式、抗争剧目、框架过程这四个核心概念出发，来看新媒体在这些概念维度上带来何种改变，由此分别探

讨新媒体对传统社会动员机制的改造。

### （一）新的动员结构

首先从动员结构来看新媒体在抗争动员与组织过程中的作用。以McAdam等学者(1996)关于社会运动的理论框架为基础,Garrett较为系统地回顾了相关文献如何论述以个人化为特征的新信息传播技术对集体行动的动员结构 (mobilizing structures)、机会结构 (opportunity structures) 与架构过程 (framing processes) 带来哪些改变。在这三个方面中,他认为被探讨最多的是新信息传播技术与动员结构之间的关系。他提出了新信息传播技术影响参与水平的三种机制,即“降低参与成本、提升集体认同以及营造共同体”(Garrett, 2006)。

传统的集体行动理论认为,正式的社会运动组织和非正式的社区网络,是集体行动中最为重要的社会动员机制 (McCarthy, 1996:141-151)。与之相关的理论议题一般讨论的是集体认同、社区构建与组织在动员中的作用。随着移动媒体的普遍化,这些组织在动员结构中的地位与作用随之弱化,不再成为动员结构的最重要构件。而新媒体在很大程度上改变了集体行动的组织、网络与认同黏合这三个核心构件的形式 (della Porta & Diani, 2006 :20)

对于集体认同而言,尽管新信息传播技术可以做到在分散的人群中培育集体认同,但一些学者的研究表明互联网仅仅只能培育出对于门槛较低的集体行动有意义的弱联系,而无法发展出长期的承诺关系,因而难以形成有可持续性的行动者网络。因此对于一些需要高成本和信任度的抗争行动而言,网络行动主义的模式仍不足以建立一个可持续的行动网络 (Diani, 2000; Van Laer & Van Aelst, 2010)。

随着移动媒体的普遍化,社会组织在动员结构中的地位与作用随之弱化,不再成为动员结构的最重要构件。而新媒体却开始在抗争的组织过程中,作为直接动员的平台发挥作用。比如一些以居民为主体的抗争事件,往往以网络论坛作为最主要的组织形式,而不是依赖社区内的社会网络如熟人关系。尤其是当某些抗争初期的组织化的抗议受到压制时,参与者往往发展出“无组织”的策略(陈晓运, 2012),这种策略与新媒体的传播方式恰恰是契合的。

此外,还有学者关注个性化的通信技术是否会威胁组织化的集体行动中的参与强度和集体认同的稳定性。一项研究调查了2009年伦敦G20峰会中出现的各种抗争群体,来看他们在动员过程中如何使用个性化的社交媒体 (Bennett & Segerberg, 2011)。研究结果表明,更加个性化的传播方式能够在成功维持议题关注度的同时,



还保证了集体行动的高参与强度与群体网络的凝聚力。

## （二）组织与社群建构的变化

新技术对社群建构的作用及组织在集体行动中的角色变化也被广泛讨论。新技术的社群创造能力不仅依靠并且改变了社会运动组织的性质(Diani, 2000; Chadwick, 2007)。

Diani (2000) 在探讨新信息传播技术如何改变社群创建时, 区分了三种社会运动组织的类型。第一种组织通过动员专业资源来吸引更多参与者, 新技术能够让组织的议题传播成本降低, 议题支持者也使用新技术来构建虚拟社区。这种组织以“绿色和平”为代表, 它们能够运用新技术来发展抗争策略。第二种组织需要动员的是参与资源, 更多依靠草根参与和团体激励。对于他们而言, 新技术能够有效地帮助他们维持现存的社会关系网络而不是创造新的网络。第三种组织则是跨国组织, 它们依赖新技术在较为分散的群体中加强沟通。

学者们还研究了新媒体环境下集体行动组织的混杂特质 (Chadwick, 2007; Flanagan, Stohl & Bimber, 2006)。在20世纪90年代中期, 反全球化运动率先使用了新媒体技术进行动员。随后, 一些政治团体和利益集体也都纷纷使用新技术来动员, 适应新媒体传播的剧目不再是社会运动组织的专长, 而成为政治动员中普遍采用的机制化一环。混杂的组织模式的另一种表现是, 在一场社会活动或社会运动中, 会同时存在等级分明的中心组织结构, 和利用网络而形成的松散组织团体。

## （三）抗争剧目发展

除了社会组织, 抗争剧目也是动员个体参与集体行动、建构动员结构的一种机制 (McCarthy, 1996:141-151)。在社会运动理论中, 蒂利等学者发展出“抗争剧目” (repertoire of contention) 这一概念, 指的是“一组为政治行动者所知可用的抗争性表演形式” (Tilly, 1979:126-155; Tilly & Castañeda, 2007)。最初蒂利在提出这一概念时, 针对的是18世纪时的抗争政治, 当时的抗争手法重在公开表演和在街头鼓动旁观者的参与, 因此“剧目”一词也暗含其带有的戏剧元素和表演成份。而随着现代抗争依赖于媒体而发展, 其中的表演性依旧存在, 只是更加侧重于电视画面语言青睐的元素如冲突性等。

抗争剧目是人们所采用的熟悉的抗争形式, 因此也为同时代的传播技术所形塑。有学者认为, 在新媒体环境下, 网络降低了传统抗争策略的门槛, 扩大了抗争者的“剧目库” (Van Laer & Van Aelst, 2010)。一方面, 网络能为示威游行等传统集体行动剧目提供支持和便利; 另一方面, 人们还利用网络发起新的虚拟抗争活

动,如通过电子邮件发起的线上请愿活动,或是攻击目标网站的“虚拟静坐”等等。互联网技术本身在不断更新,社交媒体成为了网络政治抗争和其它网络集体行动的更为有用的工具,它与传统网络传播手段最大的不同之处在于提升参与度和激活用户这两个方面 (Neumayer & Raffl, 2008)。社会行动者必须更新集体行动剧目,以适应新媒体本身的迅速更新 (Van Laer & Van Aelst, 2010)。然而,由于技术鸿沟的存在,新媒体也令抗争剧目出现了新的技术门槛。

线上与线下剧目之间也存在日益强烈的相互影响。这种现象被称为“剧目转换”,可用来解释单个运动当中,以及不同运动之间策略的相互影响 (Chadwick, 2007)。显然,频繁的剧目转换与集体组织组织的混杂性有着密切的关系,而这两者都是新媒体环境下集体行动日益显著的特征。

#### (四) 框架过程与媒体策略的变化

在传统集体行动理论中,框架过程 (framing process) 指的是,策略性地从广为接受的文化意义与信念当中选取特定的话语和叙述,用以定义或描述社会运动,以论证抗争诉求的合理性并动员更广大公众。以往要实现这一目标,主要是通过影响主流媒体的框架。而现在,除了传统媒体,新媒体在社会动员中的作用越来越显著。新媒体可提供免除了传统媒体组织中新闻编辑与审查过程的传播空间,让行动者通过自媒体直接与受众沟通,最大限度地减小或绕过了大众媒体的守门人功能 (Earl & Kimport, 2009)。由此,新媒体对于受压迫或边缘化的群体来说,是尤为重要的表达抗争途径 (Pickerill, 2009: 972)。然而,框架的持续性也成为行动者在使用网络新媒体时遇到的一个问题。多种信息发布平台虽然可以形成一个运动的核心框架,但也可能扰乱其主题的连贯性 (Garrett, 2006: 214)。在这种情况下,大众媒体在框架过程中仍发挥着关键作用 (Bennett & Segerberg, 2011: 775)。

在传统媒体时代,社会运动需要根据大众媒体的特征,针对性地利用媒体吸引公众注意力,在公共论述中将运动合法化,发展出系统的媒介策略 (Ryan, 1991: 4)。以传统媒体为对象的媒体策略,一般强调组织性的社会动员机构与媒体打交道时的策略性与主动性。媒介策略概念的理论前提,是认为媒体是稀缺资源,而社会运动需要通过媒体争取更多的受众,因此虽然媒体与运动存在一种共生关系,但社会运动更为依靠媒体,行动者一般通过理性的计算甚至是专业化的选择或决策,来决定如何对待媒体,是忽视它、攻击它、利用它,或是绕道而行 (Rucht, 2004: 29-56; Rucht, 2014: 19-40)。如果说传统媒体是动员主体需要争取的专业性和组织化的传播资源,那么新媒体则更具个人化的特点,是社会动员主体进行内部动员、发展



认同、形成共同体的重要途径。两种媒体的不同特点,既对动员与组织形式造成不同的影响,也会影响行动者的媒体策略。

### 三、网络集体行动中的动机与认同:社会心理学分析视角

以上的讨论是在集体行动理论的原有框架下,来看新媒体如何在组织结构与框架策略等层面来影响集体行动。本小节则关注参与集体行动的个体,聚焦于新媒体对个人参与的心理动机与认同造成哪些影响。

#### (一) 社交媒体的“微小贡献”策略与动机水平调整

在社交媒体普及之后,个人化的政治参与与社交媒体的人际动员方式相结合,出现了一系列个人化的网络集体行动。在一个社会运动较为普遍的社会中,人们在表达诉求时往往借助已有的社会运动策略(Earl & Kimport, 2009),但此时人们虽然采用集体行动的抗争剧目与策略,但其行动却是独立的,因此也将这些手段进行个性化的改造。一种较为典型的例子是网络粉丝集群,粉丝通过网络上的个人发布而非线下集体行动来表达主张,便形成了一种具有个人主义参与方式的虚拟集体行动。另一种例子即是抗争性的政治消费文化(political consumerism),个体即可以宣称自己抵制某些事物,比如对消费行为的选择也可以是一种个人化的政治表达。当消费者认为选择一杯公平贸易的咖啡而不是连锁品牌咖啡的行为能够影响企业或政府作为时,便体现出公民消费者(citizen-consumer)作出个人选择时的公共诉求(Keum, Devanathan, Deshpande, Nelson, & Shah, 2004)。这样,由个人在日常生活中自发进行的消费行为,由于表达了自己的政治或道德倾向,并通过社交媒体进行人际间的动员,最后可能会形成影响政府或企业的集体诉求与压力(Newman & Bartels, 2011)。这样一种个人化的集体参与形式,被概念化为“联网个人主义”(networked individualism)(Rainie & Wellman, 2012: 12; Wellman, et al., 2003)和“连结型行动”(connective action)(Bennett & Segerberg, 2012)。

如何理解由此类抗争性政治消费文化现象所代表的“成功动员”?一种解释是,新媒体尤其是社会性媒体让人们形成了深度卷入的媒介使用习惯,因此使用者更易于通过新媒体被动员起来,甚至创造出新的行动主义模式(Aaker & Smith, 2010: 113; Shirkey, 2008: 109)。另一方的观点则是新媒体增强动员能力只是表象,其实质是参与行为所需的动机门槛大大降低,人们在通过新媒体参与某种网上集体行动时,并不需要强大到需要做出实际牺牲的动机,只需要能做到简单的转发和跟贴的动机就足够了(Gladwell, 2010)。转发、跟贴等只需通过网络发布文字的参与形式,

都属于 Garrett (2006) 所描述的“微小贡献”(micro-contribution) 策略, 这是由信息传播技术的更新而出现的一种新型的集结方式。

值得进一步追问的是, 在线上由微小贡献累积起来的动员力量, 能否在线下的集体抗争中起到作用? 即围绕网络形成的松散组织形式, 是否有利于线下集体行动中的实际动员? 一种观点是, 小规模贡献通过新媒体可被有效地积蓄成集体的公开的抗争诉求。通过这种累积过程, 新媒体创造出一种新的门槛较低的招募机会(recruitment opportunity)。因此这些发帖与顶贴的话语实践, 形成了公开的抗争诉求, 也为线下的组织抗争的爆发积蓄了力量(Garrett, 2006)。这种小规模和“微小贡献”策略是社交媒体动员的一个显著特征, 由此, 新媒体形成的弱联系, 也能够通过累积产生实际的影响。

## (二) 网络集体行动的个人化特征与“公-私”新边界

联网式或连结型的集体行动一方面以微小贡献策略来激活参与者动机, 另一方面, 高度个人化的社会认同也在动员中起到作用。从社会心理学角度, 学者从个人认同层面来解读新媒体对政治认同的影响, 探究新媒体环境下的“个人与集体”这一对关系发生何种变化。一些问卷调查的结果揭示了由新媒体动员的集体行动具有个人主义特征。一项在抗争现场进行的问卷调查采用了现场随机抽样(“field approximation of random selection”)的方式, 在十个不同抗争事件现场对参与者做调查。结果显示, 由媒介化传播渠道动员而来的参与者, 相比起由面对面人际途径动员而来的参与者, 更倾向于单独前往(Fisher & Boekkooi, 2010)。新媒体带来的新的动员方式改变了参与的性质, 即由于个人越来越倾向于自己参加而非与家人和朋友一起参与抗争, 抗争活动变得不那么像“社会性事件”。在这样的情形下, 社会运动的组织者和政治运动的动员者就需要保证, 参与者在参与网络活动后能够来到现场。Fisher 与 Boekkooi (2010) 采用了“联网个人主义”(Rainie & Wellman, 2012: 12; Wellman, et al., 2003) 这一概念, 来解释那些虽然未形成紧密的组织或社区联系, 却具有“高度内在动员可能”的孤立个体是怎样被网络动员的。

从社会心理学的视角来看, 上述现象也可以使用社会认同的概念来解释。互联网被视为一种将个人隔离于现实社会交往的媒介, 为探究这种带有个人主义特性的媒介如何能激发集体行动, Postmes 与 Brunsting 认为, 即使是在高度个人化的个人认知当中, 也有一种根深蒂固的社会属性。根据社会认同理论, 当个体的社会认同高度内化之后, 即使他们不受群体内部其他人直接影响, 仍然会在行为和认知层面上高度社会化。遵循这一逻辑, 当人们的内在社会认同强调需要采取社会行动时,

网络上这些看似隔绝的个体就能积聚成社会力量。Postmes 与 Brunsting 还区分了线上与线下集体行动背后存在的认知因素。他们的问卷调查发现,与常规的线下集体行动相比,认知因素对线上集体行动的意愿会产生更大的影响 (Postmes & Brunsting, 2002: 299)。在不同的认知因素当中,对行动有效性的考量对参与线上集体行动的影响更大。此外,外围参与者也更容易被动员参与线上集体行动。这种认知属性,也呼应了前文所描述的那些被内在动员却选择独自参与行动的“网络化的个人”的特性。

集体行动变得越来越具有个人主义特征,这并不仅仅源于作为中介的社交媒体的个人特性,还来自于社会参与本身性质的改变:公民的参与行为越来越受到个人价值认同的驱动,而不再仅受其所属团体认同或意识形态的驱动 (Bennett, 2012)。这便是新社会运动理论对当代公民参与的描述,这种理论认为社会运动更多是文化而非政治的(或者“政治”本身就要重新定义)的身份表达与生活实践,而并不是形成组织并策略性地使用政治机会结构所提供的社会资源来达成集体的经济、政治利益诉求。

当个人化的政治参与,与社交媒体的个人化动员方式相结合,此时,原有的“个人-集体”二元划分也出现了变化。为更好地理解并描述这种带有个人主义特征的集体行动,另一些学者尝试对“集体行动”概念做出新的定义。首先,他们将集体行动视为一种关乎公益的由多人进行的边界跨越行为——这里边界指的是每个人原本维持良好和明晰区分的“公与私”的边界——当个人公开表达私人意愿时,便出现了跨越边界的行为 (Bimber, Flanagin, & Stohl, 2005; Flanagin, Stohl, & Bimber, 2006; Flanagin, Flanagin, & Flanagin, 2010)。其次,研究者认为,在跨越边界的过程中,信息与沟通成为了最需要克服的障碍,也决定了集体行动中核心元素的构成。在传统媒体环境下,公私之间的界限牢固而明晰,沟通协作的启动成本也很高,个人在决定是否参与关乎公益的行动时,一般都是单独做出决策。在这样的语境中,讨论“搭便车”问题的出现,或讨论组织在动员中的核心作用,自有其理论意义。而在新的信息传播技术出现后,这两个概念便不再是讨论的重点,因为原有的公私边界不再是铁板一块,而成了两边相互渗透因此容易跨越的模糊边界,沟通成本也大大降低。在新媒体所形成的新的协商与互动氛围中,人们在形成集体认同、参与网络行动时,不再如“理性人”假设那样计算可能的得失 (Bimber, Flanagin, & Stohl, 2005)。互联网为个人在集体行动中主体性与能动性的激发,提供了更多种可能性 (Flanagin, Flanagin, & Flanagin, 2010)。由此,在新媒体环境中,原来起到核心作用的

正式组织在沟通协作与信息传播方面也逐渐失掉其重要地位。

#### 四、小结

本文考察了新媒体与集体行动之互动关系在以下维度上出现的新特点：首先，新媒体让抗争动员与组织过程中出现了新的信息散播方式，然而它所承担的动员信息传播渠道的功能对于集体行动的影响具有两面性。其次，带有个性化特性的新媒体对于集体行动的动员结构、组织方式、抗争剧目与框架过程四个维度皆有所影响，集体行动需要采取与以往与传统媒体互动时不一样的新媒体策略，才能成功构建动员议题并聚合公众认同。最后，新媒体改变了人们参与集体行动时的动机与认同，原有的公私边界发生变化，甚至可能改变集体行动这一概念本身的定义。

新媒体与社会动员的关系研究虽然出现时间不长，但研究数量增长极快。这一领域之所以受到国际学界的重视是因为具有以下两方面的研究意义：第一，从理论发展上来说，新媒体的出现对社会科学各领域研究都是对原有理论进行修正甚至颠覆的重要机会，各学科研究者都在考虑新媒体带来的学科研究范式发展的可能性。而这一课题是传播学理论与政治学理论的交叉领域，新媒体的出现对原有的媒体与集体行动互动机制的探讨、以及社会运动理论等领域的理论发展都开辟了新的空间。第二，从研究对象上来看，这一领域如此受到关注，也与新媒体与社会事件二者关系的发展本身速度极快也有关系：不论是新媒体自身，还是新媒体与社会动员的互动机制都在短时间内复杂化，亟需相关研究对其机制进行解释与预测。

而从社会治理的现实关照来看，新媒体的出现改变了原有的媒体与社会关系，也让国家必须开始寻求一种新的治理方式。就国家内部治理而言，新媒体的出现既是挑战又是机遇，原因在于新媒体的出现改变了社会动员的结构与形式，而掌握社会动员机制的这一转变，社会治理则可以发展出相应的新媒体信息技术策略。

提出“网络社会”(networked society)这一概念的的社会学家卡斯特尔在新著中提到互联网对国家治理的挑战，他将新媒体与全球化并列为国家面临的双重挑战(Castells, 2009: 39-41)。政治学者也提出国家治理能力的现代化在于解决社会分裂、社会隔离等现实问题(Newman, 2001: 14-16)。对于转型社会的社会治理而言，另一个困难在于如何解决社会冲突，如何与非政府机构合作进行社会动员。把握新媒体所塑造的社会动员新机制的特点，是制定国家治理对应策略的前提，也是本文进行理论梳理的实践意义。当然，前文所梳理的新媒体与社会动员关系的相关理论与案例多来自于西方语境，若要为转型社会发展社会治理对策提供实证研究的支持，

还需要在未来的研究中对这些理论工具在本地语境与案例研究中的适用性进行选择、修正与发展。

(责任编辑: 潘亚楠)

### 引用文献 [Reference]

陈晓运(2012).去组织化: 业主集体行动的策略——以G市反对垃圾焚烧厂建设事件为例.《公共管理学报》,9(2),67-75.

[Chen, Xiaoyun (2012).No-organization strategy: The homeowners' collective activism strategies in an anti-incinerator action in City G. *Journal of Public Management*, 9(2),67-75.]

谢岳,曹开雄(2009).集体行动理论化系谱: 从社会运动理论到抗争政治理论.《上海交通大学学报(社科版)》,17(3),13-20.

[ Xie, Yue &Cao, Kaixiong (2009).The spectrum of collective action theory: From social movement theory to theory of contentious politics. *Journal of Shanghai Jiaotong University (Philosophy and Social Sciences)*,17(3),13-20.]

Aaker, J. & Smith, A. (2010).*The dragonfly effect: Quick, effective, and powerful ways to use social media to drive social change*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Ayres, J. (1999).From the streets to the Internet: The cyber-diffusion of contention. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 566 (1), 132-143.

Beaumont, P. (Feb.25, 2011).*The truth about Twitter, Facebook and uprisings in the Arab World*. Retrieved from <http://www.guardian.co.uk/world/2011/feb/25/twitter-facebook-uprisings-arab-libya>.

Bennett, W. L. & Segerberg, A. (2012).The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15 (5), 739-768.

Bennett, W. L. & Segerberg, A. (2011).Digital media and the personalization of collective action. *Information. Communication & Society*, 14 (6), 770-799.

Bimber, B., Flanagan, A. J. & Stohl, C. (2005).Reconceptualizing collective action in the contemporary media environment. *Communication Theory*, 14 (4), 365-388.

Castells, M. (2009).*Communication power*. Oxford: Oxford University Press.

Chadwick, A. (2007).Digital network repertoires and organizational hybridity. *Political Communication*, 24, 283-301.

della Porta, D. & Diani, M. (2006).Malden, MA: Blackwell Publishing Ltd.

Diani, M. (1992).The concept of social movement. *Sociological Review*, 3 (3), 1-25.

Diani, M. (2000).Social movement networks virtual and real. *Information, Communication and Society*, 3 (3), 386-401.

Earl, J. & Kimport, K. (2009).Movement societies and digital protest: Fan activism and other nonpolitical protest online. *Sociological Theory*, 27 (3), 220-243.

- Fisher, D. R. & Boekkooi, M. (2010). Mobilizing friends and strangers: Understanding the role of the Internet in the Step It Up day of action. *Information, Communication & Society*, 13 (2), 193-208.
- Flanagin, A. J. Flanagin C. & Flanagin, J. (2010). Technical code and the social construction of the internet. *New Media & Society*, 12 (2), 179-196.
- Flanagin, A. J., Stohl, C. & Bimber, B. (2006). Modeling the structure of collective action. *Communication Monographs*, 73 (1), 29-54.
- Garrett, R. K. (2006). Protest in an information society: A review of literature on social movements and new ICTs. *Information, Communication and Society*, 9 (2), 202-224.
- Gladwell, M. (2010). *Small change: Why the revolution will not be tweeted*. Retrieved from [http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa\\_fact\\_gladwell](http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell).
- Keum, H., Devanathan, N., Deshpande, S., Nelson, M. R. & Shah, D. V. (2004). The citizen-consumer: Media effects at the intersection of consumer and civic culture. *Political Communication*, 21 (3), 369-391.
- Kirkpatrick, D. D. & Sanger, D. E. (Feb.13, 2011). *A Tunisian-Egyptian link that shook Arab history*. Retrieved from [http://www.nytimes.com/2011/02/14/world/middleeast/14egypt-tunisia-protests.html?\\_r=1&pagewanted=all](http://www.nytimes.com/2011/02/14/world/middleeast/14egypt-tunisia-protests.html?_r=1&pagewanted=all).
- Kravets, D. (Jan.27, 2011). *What's fueling mideast protests? It's more than Twitter*. Retrieved from <http://www.wired.com/dangerroom/2011/01/social-media-oppression/>.
- Lynch, M. (Jan.15, 2011). *Tunisia and the new Arab media space*. Retrieved from [http://lynch.foreignpolicy.com/posts/2011/01/15/tunisia\\_and\\_the\\_new\\_arab\\_media\\_space](http://lynch.foreignpolicy.com/posts/2011/01/15/tunisia_and_the_new_arab_media_space).
- McAdam, D., Tarrow, S. & Tilly, C. (2004). *Dynamics of contention*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- McCarthy, J. D. (1996). Constraints and opportunities in adopting, adapting, and inventing. In D. McAdam, J. D. McCarthy, & M. N. Zald (Eds.), *Comparative perspectives on social movements: Political opportunities, mobilizing structures, and cultural framings*. New York: Cambridge University Press.
- Melber, A. (Feb.18, 2011). *Can Egypt's Internet movement be exported?* Retrieved from <http://www.thenation.com/article/158717/can-egypts-internet-movement-be-exported>.
- Morozov, E. (2011). *The net delusion: The dark side of Internet freedom*. New York, NY: PublicAffairs.
- Neumayer, C. & Raffl, C. (2008). Facebook for global protest: The potential and limits of social software for grassroots activism. *CIRN Community Informatics Conference: ICTs for Social Inclusion: What is the Reality?* Prato, Italy.
- Newman, J. (2001). *Modernizing governance: New Labour, policy and society*. London: SAGE Publications.
- Newman, J. & Bartels, L. (2011). Politics at the checkout line: Explaining political consumerism in the United States. *Political Research Quarterly*, 64 (4), 803-817.



- Pickerrill, J. (2009). Symbolic production, representation, and contested identities: Anti-war activism online. *Information, Communication & Society*, 12 (7), 969-993.
- Postmes, T. & Brunsting, S. (2002). Collective action in the age of the Internet: Mass communication and online mobilization. *Social Science Computer Review*, 20 (3), 290-301.
- Rainie, L. & Wellman, B. (2012). *Networked: The new social operating system*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Rucht, D. (ed.). (2004). *The quadruple 'A': Media strategies of protest movements since the 1960s*. London: Routledge.
- Rucht, D. (ed.). (2014). *Changes of protest groups' media strategies from a long-term perspective in media and revolt*. New York: Berghahn Books.
- Ryan, C. (1991). *Prime time activism*. Boston: South End.
- Schmitt-Beck, R. & Mackenrodt, C. (2010). Social networks and mass media as mobilizers and demobilizers: A study of turnout at a German local election. *Electoral Studies*, 29 (3), 392-404.
- Shirkey, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. London: Penguin Group.
- The Economist. (July 9, 2011). Bulletins from the future: A special report on the news industry. *The Economist Special Report: The News Industry*, 400.
- Tilly, C. (ed.). (1979). *Repertoires of contention in America and Britain, 1750-1830*. Cambridge, Mass.: Winthrop.
- Tilly, C. & Castañeda, E. (2007). *Contentious politics class slides and notes*. Retrieved from <http://essays.ssrc.org/tilly/wp-content/uploads/2008/10/tilly-castaneda-2007-cp-part-1.ppt>.
- Van Laer, J. & Van Aelst, P. (2010). Internet and social movement action repertoires: Opportunities and limitations. *Information, Communication & Society*, 13 (8), 1146-1171.
- Vargas, J. A. (Feb. 7, 2011). *Egypt, the age of disruption and the 'me' in media*. Retrieved from [http://www.huffingtonpost.com/jose-antonio-vargas/egypt-age-of-disruption-me-in-media\\_b\\_819481.html](http://www.huffingtonpost.com/jose-antonio-vargas/egypt-age-of-disruption-me-in-media_b_819481.html).
- Wellman, B. et al. (2003). The social affordances of the Internet for networked individualism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8 (3), 1-28.