

互联网使用、抗争表演与消费者维权行动的新图景

——基于“斗牛行动”的个案分析

黄 杰*

【摘要】近年来，互联网抗争受到越来越多的关注。文章从抗争政治理论特别是抗争表演的视角出发对中国的互联网抗争问题进行深入研究。通过剖析“斗牛行动”的典型案列，文章发现微博等新媒体在中国确实已成为最有效的虚拟组织资源和抗争动员结构之一，并证明了以互联网为舞台的抗争表演活动特别是适时的抗争剧目创新对于抗争动员至关重要。然而，由于抗争对手蒙牛公司使用了合法性确认、竞争和压制等多重遣散机制，“斗牛行动”最终以失败告终。最后概括了当前中国互联网抗争的若干特点和发展趋势，认为有必要开展相关拓展性研究，以进一步深化对互联网抗争的机遇与限制等问题的理解。

【关键词】互联网政治 抗争表演 抗争剧目 消费者维权行动 动员遣散

【中图分类号】 D669

【文献标识码】 A

【文章编号】 1674 - 2486 (2015) 04 - 0098 - 36

一、引言

从古至今，大众传媒与革命、抗争或社会运动的关系就非常密切。查尔斯·蒂利（Charles Tilly）指出，“自18世纪社会运动刚刚兴起，报纸、杂志、小册子以及其他印刷传媒就在传播运动的消息，……20世纪传播媒介的变革与扩展，为社会运动提供了前所未有的机遇和展示”（蒂利，2009：116-117），“很清楚的，互联网作为一种新的工具可能正在改变着抗争政治的本质”（蒂利、

* 黄杰，西安交通大学公共政策与管理学院，讲师、博士后。本文的早前版本曾在2014年6月8日中山大学召开的“中国治理：难题、挑战与对策”国际学术研讨会上进行了公开宣读，感谢陈那波等学者和匿名评审人提出的建设性修改意见。

基金项目：2013年国家社科基金青年项目（13CZZ032）、中国博士后基金第54批面上资助项目（2013M542332）、西安交通大学“新教师科研支持计划”资助项目。

塔罗, 2010: 28)。安德鲁·查德威克 (Andrew Chadwick) 认为, “互联网把此前相互隔绝的政治支持网络联系到了一起, ……这种网络促成的动员形式已经重构了政治行动” (查德威克, 2010: 189 - 190)。进入 21 世纪以来, 大众传媒特别是 Twitter、Facebook 等新媒体与社会运动的关系就更密切和复杂化了——这在东欧、中东和北非等地爆发的大规模社会运动 (如“颜色革命”“阿拉伯之春”) (Moore, 2011; Lynch, 2011; Meraz & Papacharissi, 2013; Howard & Hussain, 2013)、美国“占领华尔街运动” (洪伟喜, 2011) 和中国香港“占中”事件 (闵大洪、刘瑞生, 2015) 中都有非常明显的体现。

与此同时, 随着信息和通讯技术 (ICT) 的快速发展和普及, 中国正在发生一场影响深远的新媒体革命。截至 2014 年 12 月, 我国网民规模达 6.49 亿, 互联网普及率为 47.9%。有 54.5% 的网民对互联网上信息表示信任; 53.1% 的网民认为自身比较或非常依赖互联网。中国互联网发展的重心从“广泛”向“深入”转换, 各项网络应用深刻改变网民生活 (CNNIC, 2014, 2015) ——这表明互联网社会在中国已经崛起并开始走向成熟。从更广阔的背景看, 处于转型关键期的中国是一个大分化、高风险和不稳定的社会, 高发频发的群体性事件备受各界人士的关注 (Perry & Selden, 2010; 应星, 2012)。在分析群体性事件的动因时发现, 互联网在许多事件中都发挥着十分重要的作用, 有时还扮演着关键性角色。裴宜理 (Elizabeth J. Perry) (2006) 曾指出, “在许多年里, 我一直主张中国是世界上研究抗争性政治的最好的实验室。……岁月变迁, 抗争性政治在中国也在不同的地点找到了许多不同的表达方式”。确实, 抗争性政治在当前中国找到了一个新的“不同的地点”——互联网, 互联网抗争呈现出了一幅同线下抗争有着很大差异的新图景。一些学者 (陈柏奇、洪敬富, 2012; 于建嵘, 2013) 甚至指出, 互联网抗争在某种程度上已改变了中国信息传播和利益表达的方式, 并深刻影响着社会转型和政治发展的方向。

由此我们认为, 当前应高度重视并深入研究中国的互联网抗争问题, 如下的一些问题就亟待给出明确的答案或是更好的解释: 同线下的抗争相比较, 线上的抗争即互联网抗争的鲜明特点何在? 近年来, 越来越多的抗争依靠互联网进行动员, 为什么仅有少数动员成功了? 即便一些动员成功了, 但为何难以实现预期目的、甚至在维系一段时间后行动又失败了? 互联网抗争对于中国的社会转型和国家治理会产生哪些影响? 等等。

从上述背景和问题出发, 本文尝试深入研究中国的互联网抗争问题, 主要聚焦于将互联网作为抗争表演新舞台的一类抗争行动, 其核心观点是: 一方面, 通过援引和发展西方抗争政治特别是蒂利等人的抗争表演理论, 在深入剖析

“斗牛行动”这一典型案例的基础上，证明互联网在当前中国确实已成为最有效的虚拟组织资源、抗争动员结构和框架化工具之一；同时证明以互联网为舞台的抗争表演、特别是抗争剧目的类型多样和适时创新对于抗争动员具有关键性意义。另一方面，深入分析了中国互联网抗争中的遣散即抗争控制的问题，认为国内亟待加强研究这方面的问题。除引言外，本文包括如下的五个部分：首先，关于互联网与抗争行动的文献述评；其次，提出分析框架、说明案例选择理由和研究方法；再次，从抗争表演角度分析“斗牛行动”的动员机制与过程；第四，解释“斗牛行动”为何最终会被对手遣散；最后，对中国互联网抗争的特点与趋势等进行开放性的探讨。

二、互联网与抗争行动：文献述评

（一）关于互联网与社会运动的研究

20世纪90年代以来，互联网在各国政治社会生活中的作用日益凸显。互联网对民主化、公民社会、公民参与、政治动员、国家—社会关系和政治行为的影响（Tai, 2006；Chadwick & Howard, 2009；Weber, 2011；Castells, 2009；娄成武、刘力锐, 2010；杨国斌, 2013；Zheng, 2008；臧雷振等, 2013），电子民主、电子动员、电子竞选和电子政务等“互联网的政治应用”（查德威克, 2010）以及新媒介（或互联网）赋权（师曾志、胡泳, 2014；Rød & Weidmann, 2015）等成为了海内外学术研究中的热点。而新媒体（或社交媒体、社会化媒体）与抗争政治、社会运动的关系或者说前者对后者的影响（Earl & Kimport, 2011；Castells, 2012；Bennett & Segerberg, 2012；Tremayne, 2014）更是热点中的热点。

基于麦克亚当（Doug McAdam）等人的社会运动研究框架（McAdam et al., 1996），格兰特（R. Kelly Garrett）将互联网对抗争行动的影响划分为互联网作为动员结构、政治机会和框架化工具等三种类型（Garrett, 2006）。类似地，任孟山（2011）归纳出了一个“新媒体与社会运动的分析框架”——包括政治机会结构、动员结构和框架过程等三方面内容，分别对应着政治过程论、资源动员论和框架构建论等三种在当前互联网抗争研究中运用日益广泛的主流理论（参见表1）。然而，由于“西方的概念和理论具有其特定的社会环境和情景假设”（苗伟山, 2014: 51），它们在解释中国互联网抗争时可能存在某种程度的适用性问题。确实，现有大部分研究“侧重将已有的理论运用到对网络行动的

分析中”（杨国斌，2013：8），但缺乏将“已有理论”同中国互联网抗争的“制度”^①和“文化”^②背景结合起来进行综合分析。因此，基于中国的社会政治情境去全面审视西方主流理论，在此基础上才能更好地揭示出中国互联网抗争的逻辑和特色等。

表1 新媒体与社会运动的分析框架表

分析框架	具体内容	对应理论	中国情境下的互联网与抗争行动
政治机会结构	社会运动的环境条件，独立的权力中心，政权开放性，开放新的政治参与通道，精英联盟分裂，政治盟友出现，国家压制（Repression）力减弱等	政治过程论	线下的渠道不畅且受到严格控制，互联网打开了抗争的机会之门
动员结构	社会结构 正式的：社会运动组织、教会等 非正式的：友谊网络、激进分子网络等	资源动员论	互联网被视为抗争行动的动员结构，最有效的虚拟组织资源之一
具体抗争性剧目	各种集体行动和抗议的形式：静坐、请愿、游行示威、举行公众集会、撰写新闻稿、发行小册子等		互联网成为抗争表演的新舞台，在此可以上演多种抗争剧目
框架过程	传播社会运动对抗性的语言和叙事，挑战主流叙事话语，构建认同，去污名化等	框架建构论	互联网是重要的框架化工具，有利于动员参与

资料来源：“分析框架”和“具体内容”来源于任孟山（2011），右边两列为笔者新增加。

例如，根据政治过程论的观点，抗争行动通常是在政治机会比较开放和有利的情况下发生的（McAdam，1982），而中国的实际情况是——威权国家对线下的民众参与特别是那些会影响社会稳定的抗争行动进行严格控制（Cai，2008），这反而使得互联网抗争迅速兴起和发展壮大，即互联网打开了抗争的新

① 当前中国“强国家、弱社会”或者说威权体制、新权威主义的制度环境，不仅规定着抗争行动的组织化程度和具体形态，而且直接影响着民众的抗争策略（如具体抗争剧目的选择和使用）。

② “抗争总是带有文化属性。它包括抗争表演”，“与其他任何形式的抗争相比，网络行动更多地贯穿着文化的形式。它通过制造和传播符号、图像、话语和声音来动员集体行动，这一过程以文化习俗的创新和使用为特征”（杨国斌，2013：73、15）。这表明，研究互联网抗争应高度关注抗争文化。

的机会之门。又如，根据资源动员论的观点，正式或非正式的社会（运动）组织对资源的运用和关系网络等会对社会运动的形成、发展和结果产生重要影响（McCarthy & Zald, 1977），而中国的实际情况是——正式或非正式的运动组织力量非常孱弱，线下的抗争总体上处于一种“草根动员”（应星，2007）的弱组织状态；线上的抗争日益依赖于被称为“组织的替代物”（管兵，2012：132）的互联网等新媒体，即依靠“虚拟组织”（曾繁旭等，2013）进行抗争动员成为了一种新常态。

在文献述评的基础上，本文对中国情境下的互联网及其在抗争行动中的角色进行明确界定：其一，互联网等新媒体是民众维权抗争的一种新式武器——最有效的虚拟组织资源、抗争动员结构和框架化工具之一（参见表1最右一列内容），它可以促进网民乃至社会成员在某些议题或事件上产生情感共鸣、认同构建甚至是群体性抗争行动。其二，在“强国家、弱社会”的制度环境中，互联网抗争已经成为了一种规避威权体制压制线下抗争风险的有效行动策略。这就为本文解释框架的提出和更深入的讨论奠定了重要基础。

（二）关于抗争表演/剧目与抗争动员的研究

动员（Mobilization）是“抗争政治中最为重要的过程”（蒂利、塔罗，2010：110）。一场抗争能否发生，除政治机会结构或框架建构之外，另一个至关重要的因素就是动员结构——“能够使个人组织起来参与集体行动的机制，主要包括社会组织和具体的抗争剧目”（任孟山，2011：97）。在网络社会崛起之后，国外一些学者将互联网视为抗争行动的动员结构（黄荣贵，2010），他们从“信息流”（Rosenkrands, 2004）、“社会资本”（DiMaggio et al., 2001）和“公共舆论”（Shah et al., 2005）等角度研究了互联网的动员作用。近年来，国内一些学者从动员手段/中介（黄荣贵、桂勇，2009；汪建华，2011）、情感动员（杨国斌，2009；郭小安，2013）、共意运动/动员（高恩新，2009；易前良、孙淑萍，2013）、媒介化或媒介动员（董海军，2008；吕德文，2012）、网络意见领袖（丁汉青、李华，2010；曾繁旭、黄广生，2012）、运动企业家（曾繁旭等，2013）及媒介化抗争（郑雯，2015）等概念或角度解释了互联网在抗争动员中的作用等。虽然这些文献有效加深了我们对互联网抗争动员问题的理解，但它们也存在着一些不足，如未能全面客观地评价互联网在抗争动员中的角色，在某种程度上“容易陷入技术决定论的陷阱，忽视具体社会情境、行动者的策略性行动”（曾繁旭等，2013：171）。除此之外，还有一个明显的局限性是关于抗争表演/剧目与抗争动员关系的：

相关研究表明,各种形式的抗争表演活动(如街头或网上的行为艺术)在抗争行动中至关重要(Tilly, 1978, 2008; 黄振辉, 2011; 王金红、黄振辉, 2012; 杨国斌, 2013; 魏伟, 2014)甚至是不可或缺的——蒂利和塔罗(2010: 19)曾明确指出,“所有形式的抗争都有赖于表演”。近年来许多互联网抗争的发生甚至成功,很大程度上依靠了抗争者对互联网的灵活使用策略(Chadwick, 2007; Van Laer & Van Aelst, 2010; 曾繁旭等, 2014)。然而,现有研究更多关注了线下而非线上的抗争表演与抗争剧目;更严重的是“忽视了互联网时代抗争策略和手法(Tactics and Repertoires^①)的创新及其对抗争动员的作用”(黄荣贵, 2010: 186),即未能厘清抗争表演特别是抗争剧目的类型多样与适时创新对于互联网抗争动员的特殊重要性。因此,本文将通过剖析典型案例来阐述“特殊重要性”的体现,重点在于全面深入地揭示出抗争剧目创新对互联网抗争动员的意义以及中国互联网抗争在“文化”方面的特色等。

(三) 关于国家回应与抗争控制/遣散的研究

遣散(Demobilization)^②是“追问有关那些正在提出要求的人们又是如何中止其行动的”(蒂利、塔罗, 2010: 45),它同国家对抗争/社会运动的压制(Repression)(Tilly, 1978)、抗争警治/抗议管制^③(Protest Policing)(della Porta & Reiter, 1998)等概念的涵义很接近。抗议管制是“国家回应抗议活动的一个特殊方面”,抗议者往往将之称为“压制”,国家则将之称为“法律和秩序”(德拉波尔塔, 2012: 65-66)。梳理相关文献发现,抗议管制/遣散是“20世纪90年代末在社会运动研究中兴起的一个热门研究领域”(冯仕政, 2013: 200),国家如何控制/塑造抗争(della Porta & Reiter, 1998; 黄冬娅, 2011)、抗争(动员)与国家(遣散)的关系即“抗争互动”(蒂利、塔罗, 2010)等成为了研究热点。一些学者将国家回应抗争的策略归纳为让步、容忍/包容、收编/吸纳、镇压/压制、让步与压制并举等(Franklin, 2009; Frantz & Kendall -

① 目前,国内关于“Repertoires”一词有剧目(形式)、常备剧目、行动剧目、集体行动形式库、抗争(抗议)手法和戏码等译法。本文从抗争表演的视角进行研究,因而更多地使用“剧目”的译法。

② Demobilization 包含动员消解、抗争去组织化等意思,由于“遣散”的译法在学界已得到一定的认可,本文沿用这一翻译。

③ 一般认为,社会运动中的国家压制研究涉及怎么压制、为什么压制和压制后果如何等三方面问题;社会运动警治是国家压制研究中最热门的分支领域之一,主要兴趣是分析与抗争相关的警察行为随着时间、场合、对象和体制等因素而发生的变异,以及这些变异的原因和后果(冯仕政, 2013: 197-201)。

Taylor, 2014), 并认为抗争的议题、性质和策略及体制特定因素都会对国家的回应策略产生重要影响(刘春荣, 2012: 20-22)。蒂利和塔罗(2010: 121)则将“导致遣散的诸多机制与过程”概括为竞争、背叛、幻灭、压制和制度化等, 并认为上述的机制“不同程度地结合在一起导致了遣散”。

显然, 线下的抗争中存在抗议管制/遣散的问题, 线上的抗争中同样存在——由于互联网抗争动员的虚拟组织化, 国家的回应策略也进行了适应性调整, 如不再采用警察压制等传统方式, 而是对抗争信息的传播渠道和内容等进行选择性控制。加里·金(Gary King)等人的研究表明, 近年来中国的互联网审查允许批评政府的声音存在但却禁止群体性动员, 其后果是对互联网信息传播与抗争动员形成了某种控制(King et al., 2013)。杨国斌(Yang, 2014)指出, 面临政党—国家软硬兼施的控制策略, 中国的互联网抗争在适应控制的过程中持续发展。此外, 关于中国的网络防火墙(李永刚, 2009)、政府对互联网的管制(胡泳, 2010)、微博审查与实名制(Fu, et al., 2013)、网络空间的“运动式治理”(曹龙虎, 2013)等研究, 以及官方开展的打击网络谣言和净化网络环境的“净网行动”(人民网, 2014)等都直接或间接地涉及到了国家对互联网的监管、治理或控制等问题。

上述文献对于理解国家回应抗争和中国互联网抗争控制等问题颇有帮助, 但至少存在两方面不足: 一方面, 虽然抗争控制/遣散的问题在线下和线上普遍存在, 但现有研究尚未有效揭示出国家等主体在回应这两种抗争时的策略究竟有何异同。另一方面, 在抗议管制/遣散研究中, 抗争控制主体绝大部分是国家(政府), 而忽视了对非国家力量作为控制主体的情况进行深入研究, 这其中的缘由是: 近年来, 由于在界定“压制(Repression)”的概念上存在争议, 一些学者如珍妮弗·厄尔(Jennifer Earl)明确主张放弃“压制”而采用“抗争控制”(Protest Control)的概念, 并提出了一个“抗争控制”^①的分析框架(Earl, 2006)。虽然该框架并不完备, 但它的一个理论贡献——“认识到组织意义上的非国家力量也可以作为抗争控制的主体之一, 摆脱了抗争控制完全由国家实施的传统和观念”(冯仕政, 2013: 199)——却给我们提供了重要启示: 完全可将企业等非国家力量纳入抗争控制的研究中。因此, 本文后面就将案例中的蒙牛视为抗争控制主体, 并重点分析它是如何遣散“斗牛行动”的。

^① 由于抗争控制/抗议管制与遣散在内容和范围等多方面的一致性, 后文中将不加区分地使用这些概念。

三、分析框架、案例选择和研究方法

(一) 分析框架及其内容

基于上面文献述评的内容、特别是借鉴表 1 中三种理论的某些观点和方法，我们在这里提出一个关于互联网抗争行动的综合分析框架（参见图 1）^①——其重点和特色是将抗争动员与抗争控制/遣散这一对核心概念整合在一起。运用该框架可以对近年来发生的许多互联网抗争行动（本文选取的是“斗牛行动”，理由在后面详述）兴起的原因和发展过程以及为何会失败等问题进行解释。下面从两个方面来阐述该分析框架的核心内容：

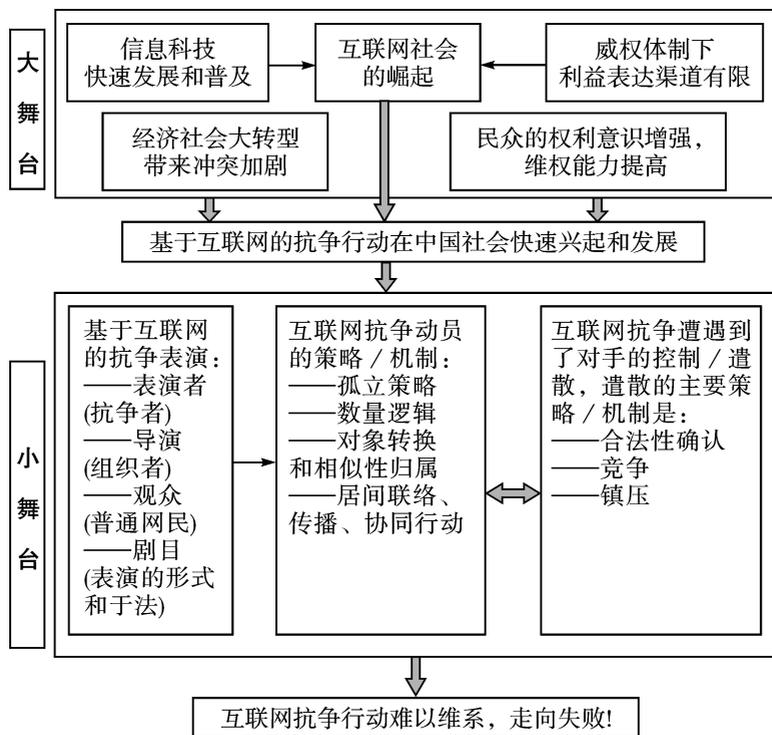


图 1 互联网抗争行动的分析框架

资料来源：作者自制。

^① 有学者在莫里斯（Aldon D. Morris）等人（2002）的观点基础上指出：“社会运动和集体行为领域的理论视角，经历了从古典理论（以古典社会心理学的解释为主），到主流理论（资源动员取向），再到新的综合（社会建构论）这样三个发展阶段，因此，现阶段研究者往往更愿意使用一个更为全面和更有解释力的综合理论框架，来阐明社会运动和集体行动之产生、发展和维持的种种机制。”可参见文献（刘能，2004：58）。

一方面，运用社会运动的概念和理论去解释“斗牛行动”的动员机制与过程，其关键点在于揭示出抗争者如何通过抗争表演实现相对有效的抗争动员的。在具体分析时，我们从蒂利等人的抗争表演理论（Tilly, 1978, 2008；蒂利、塔罗，2010；蒂利，2012）出发，将依靠微博等新媒体进行动员的消费者维权行动视为一场在线的或线上线下互动的抗争表演的总和。首先，当前中国的经济社会大转型、互联网社会的崛起和民众维权能力的提高等为互联网抗争的兴起和抗争表演的开展创设了“大舞台”；其次，迅速普及的微博等新媒体平台为抗争表演提供了具体场景即“小舞台”：其中，舞台上的表演者即演员是抗争行动的发起者和参与者，表演的组织者是导演（有时候和主演、编剧是同一人），普通网民（许多是所谓的“不明真相的群众”）是围观表演的观众。第三，为了进行有效的抗争动员，表演者特别是主演（即核心行动者）需要在小舞台上连续表演多场“拿手好戏”（以抵制蒙牛产品和保障食品安全为核心议题），并适时地进行抗争剧目创新，这样才能更好地实现对参与者和围观者的情绪感染、认同构建以至于最终形成一场线上或线上线下的抗争行动。

另一方面，运用国家回应抗争的概念和理论去解释“斗牛行动”中的抗争控制主体即蒙牛是如何回应抗争行动者的，其关键点是揭示出抗争控制的策略即遣散的机制，也就是解释为什么这场维权行动在持续了半年之后以失败结局告终？一场抗争行动是否能够实现其目标，不仅同抗争动员的策略/机制直接相关，而且在很多时候还会受到其他重要因素的影响。蒂利和塔罗（2010：120）曾指出：“大多数的动员过程最终都会使其本身逆转。如何使其逆转，则取决于动员的初始条件、精英阶层以及政府当局在对挑战者的要求做出回应时所选取的策略。”由此可以认为，“斗牛行动”未能有效实现抵制蒙牛的目标，很大程度上是由于遭遇到了抗争对手即抗争控制主体的强势回应即遣散的行为。

因此，本文分析框架将同时重点关注动员与遣散的问题，并从这两个维度解释“斗牛行动”前期相对成功和后期失败并存的现象，在此基础上去反思中国互联网抗争的机遇与限制，这样就能更全面深入地把握互联网抗争在中国的实践特色和政治逻辑等问题。

（二）案例选择及其理由

近年来，随着社会转型的持续深化，中国公民的民主、法治和权利意识日益增强，维权已成为许多公民的一种重要生活方式。“特别是底层民众权利意识的觉醒和维权热情的高涨，使中国社会利益的多元化及其冲突的激烈性日渐彰显，引发了运动模式下的一次次维权事件”（苗连营、李永超，2009：130）。这

些事件主要体现在拆迁征地上访、业主维权、劳资纠纷、环境抗争和消费者维权等领域中，其快速发展无疑是中国社会力量自主性成长和“公民运动”（施芸卿，2013）勃兴的重要体现。本文将重点研究消费者维权行动，更明确地说是研究一场基于互联网的消费者维权抗争行动，做出上述选择的理由在于：

一是研究对象的重要性。本文研究对象并非上访等常见的、相对传统的维权行动，而是近年来快速兴起的、同“消费公民权”（林晓珊，2012）紧密相关的消费者维权行动——本文将其限定在食品安全领域，这是因为：一方面，食品安全问题在中国媒体上引发了严重争议，政府和企业维护信息霸权与民众反霸权之间的斗争蔚为壮观（Yang，2013）；另一方面，日益严重的食品安全问题对中国的社会民生甚至政治稳定构成了新的挑战（Yan，2012）。在此背景下研究消费者维权行动，就可以更全面深入地把握这类行动的意义、影响和限制，以及中国的国家、社会（公民）与市场之间的复杂互动关系和逻辑。

二是抗争动员结构和表演舞台的特殊性。虽然近年来已有不少关于消费者维权（行动）的研究成果（Brobeck，1997；Lee & Cude，2012；Larsen & Lawson，2013；林晓珊，2012），但对发生在互联网上特别是依靠社交新媒体如微博——抗争行动的动员结构和表演舞台——进行动员的消费者维权行动的研究还是很少的。^①有学者曾指出，目前大部分的研究局限于相对传统的互联网平台（如在线论坛），而随着多媒体平台和社会交往平台的陆续出现，它们对抗争政治的影响可能不同于以往的互联网平台，因而值得进一步研究（黄荣贵，2010）。由此可以认为，是否依靠互联网、依靠传统在线论坛还是新媒体进行动员对于消费者维权行动的兴起和发展都会产生重要影响——本文将研究这方面问题，主要聚焦于互联网特别是微博这种社交新媒体在消费者维权行动中的作用等。

本文将王小山通过微博等新媒体开展的、以号召民众抵制蒙牛产品为目标的消费者维权行动统称为“斗牛行动”，它本质上是一场关于食品安全和消费者

^① 关于微博的特征以及微博在抗争行动中的角色等方面的文献很丰富，可参见（喻国明等，2011；Hassid，2012；Tong & Lei，2013；滕彪，2013；黄荣贵等，2014；Poell et al.，2014）等。其中，童燕齐（Yanqi Tong）等人（Tong & Lei，2013）认为，当前中国的政治体制面临霸权危机，微博的兴起给建立反霸权的阵地战提供了重要平台。有学者对中国学术界关于“微博研究”的论文进行了定量分析——从研究主题、使用理论、引用文献和研究方法等层面描述了国内微博研究的现状（杨喆、冯强，2013）。由上可知，目前国内关于微博在消费者维权行动中的研究是很少的，这是本文提出“抗争动员结构和表演舞台的特殊性”的重要依据所在。

权益保障的公民微博维权试验。^① 该行动的概况如下（华媒网，2012；温星，2012；徐达内，2012）：

2009年至2011年间，中国最大的乳业公司之一、可能也是“中国互联网上最具争议的企业”——“蒙牛”生产的牛奶六次被曝出问题，每次都不了了之。仅仅在2011年，小学生食用蒙牛牛奶中毒、蒙牛产品被检出黄曲霉毒素M1超标等新闻，蒙牛牛奶出问题就不止一次。种种事件使得被称为“中国著名网友、网络作家、公共知识分子、自由职业者和媒体人”的王小山对蒙牛深恶痛绝。

在2011年12月，蒙牛牛奶被检出黄曲霉毒素M1超标后，王小山开始了他的“抵制蒙牛”的计划与宣传，主要通过微博等网络平台掀起一轮轮的“斗牛行动”。在他的呼吁下，很多微博知名用户如黑楠、左小祖咒、宁财神、罗永浩、张元等开始呼吁抵制蒙牛，许多互联网站和平面媒体跟进对这一事件进行了大量的报道和评论。

2012年5月8日，王小山的新浪微博账号被新浪强制注销，引起微博一片哗然，具体原因不明，疑与长期反对蒙牛有关，后来其账号被迫解封。2012年5月31日，王小山听到有人要“跨省”将他带到内蒙，随即赴香港躲避。6月7日，王小山在其微博上称即将“逃亡归来”，并撰写了《蒙牛，你赢了》一文，“我的抵制行动，对蒙牛的影响几乎是零”。蒙牛通过官方微博回应称，“不会对您作出任何超出法律的行为，在祝福您平安的人中，蒙牛绝对是真诚的一个”。至此，王小山发起的“斗牛行动”告一段落。

选择该案例的理由是：首先，这场行动的发起者王小山是著名的网络意见领袖，其抗争表演的舞台是微博等新媒体平台。概言之，网络意见领袖在微博等新媒体平台上进行抗争表演、进而实现了有效的抗争动员是这场维权行动的

^① 在我国消费者维权实践中，如下两个人物和事件值得关注：①在1990年代，王海通过“知假打假”的尝试走上了专业打假维权之路，被称为“中国打假第一人”。但2000年后，王海逐渐从舆论的漩涡中淡出；②2011年11月20日，罗永浩等人来到北京西门子总部进行维权，用铁锤砸烂三台有质量问题或设计缺陷的冰箱并递交书面要求，督促西门子公司立即改正错误做法，并召回有问题的冰箱。同上述人物和事件相比较，本文研究的“斗牛行动”在两方面更具典型性：一方面，王海维权针对商场中的售假行为，其影响力主要停留在互联网社会来临前；另一方面，在西门子事件中，虽然罗永浩使用了微博等新媒体进行信息传播和大众动员，但其维权行动的活动时间很短暂，在线上 and 线下的影响力也小得多。

鲜明特色，这在其他的一些消费者维权行动中是很少见的，这从媒体人徐达内（2012）的评述中可以得到印证：

蒙牛可能是中国互联网上最具争议的企业。王小山在过去半年间向蒙牛发起了一场公开挑战，利用自己的网络平台持续汇总传播有关这家乳企的丑闻。支持者们为这场“死磕”感到振奋，认为这种坚持开创了消费者保护自身权益的新篇章。

其次，这场行动充分展现了线上的抗争表演活动和抗争剧目创新对于抗争动员的特殊重要性，它有助于更好地把握哪些关键因素会影响抗争动员的效果。

最后，虽然这场行动主要发生在微博等新媒体平台上，但活动后期有了线下行动，实现了线上线下的互动。正是这种互动招致蒙牛的强势回应，从而对行动产生了非常负面的影响——这就使得我们去高度重视同抗争动员相对应的抗争控制/遣散问题。

（三）研究方法和资料来源

本文将采用机制—过程、虚拟民族志^①和文本分析等方法对“斗牛行动”进行深入剖析，研究资料的获取同上述方法是紧密相关的。首先，我们注意到蒂利和塔罗（2010：37）曾运用“机制—过程”方法研究了“抗争的动态”：“为弄明白是什么使其某一特定过程发挥作用，我们可以将我们所熟悉的诸如动员之类的某一过程分解为构成该过程的诸组成机制。”在后文中，将运用这种方法对“斗牛行动”的动员机制和过程等问题进行详细分析，以期全面有效地揭示出这场维权行动的兴起和发展轨迹等。

其次，从“斗牛行动”开始到结束（2011年12月—2012年7月），笔者全程关注了王小山等人的微博，对涉及这场行动的大量原始微博信息（包括主贴、转发帖和评论等）进行了及时保存，这样就获得了关键的历史文本（即“第一手资料”）。同时，近年来已有学者运用虚拟民族志如在线参与式观察的方法对

^① 一般认为，第一本对互联网进行全面民族志研究的著作是丹尼尔·米勒（Daniel Miller）和斯莱特（Don Slater）（Miller & Slater, 2000）合著的《互联网：一项民族志研究（*The Internet: An Ethnographic Approach*）》。同年，克里斯汀·海因（Christine M Hine）（Hine, 2000）出版了《虚拟民族志（*Virtual Ethnography*）》一书，系统地阐述了对互联网进行民族志研究的可能及方法论原则。自此，虚拟民族志作为致力于独特地理解互联网的重要性及其意涵的方法正式被采纳和推广，相关述评参见（卜玉梅，2012）。

中国的网络参与和互联网抗争问题进行了研究（Zhou，2006；曾繁旭等，2013）。在周永明（Zhou，2006：13）看来：

开展同互联网有关的人类学研究最困难的工作是如何收集、保存和分析资料。……依靠传统的田野笔记帮助不大，因为难以囊括大部分可用的信息。唯一的选择是对网上论坛做尽可能多的观察并连续不断地下载存档重要的资料——当然知易行难，困难巨大。

第三，从“斗牛行动”发生以来，笔者持续关注了海内外媒体对这场维权行动的报道和评论，并收集保存了若干的文本资料，以弥补在线参与式观察等方法难以获取的一些信息，这样就能更全面深入地揭示出这场行动的过程和意义等。

四、“斗牛行动”的动员机制与过程

蒂利和塔罗（2010：114）认为：“抗争事件涉及提出要求者、其盟友及其对手、政府、媒体以及公众之间所发生的抗争互动；而这些抗争事件之兴起与衰落，则描绘出一条行动者之间相关的动员与遣散的轨迹。”基于此观点来剖析“斗牛行动”，需要回答两个核心问题：为何这场抗争能够实现比较有效的动员？但为何最终又被对手遣散？本节回答第一个问题：解释行动为何会兴起？下节回答第二个问题：解释行动为何走向失败？

自2008年陷入“三聚氰胺事件”以来，蒙牛集团每年的负面新闻接连不断（参见表2），这些负面新闻的主题很集中——大都是关于食品质量/安全问题的。王小山发起的“斗牛行动”正是在上述的问题背景下发生的。在这场维权行动中，以新浪微博（<http://weibo.com/>）为主的新媒体成为了最重要、最有效的抗争动员结构与抗争表演舞台。本文认为，“斗牛行动”之所以能够实现比较有效的动员，其关键就在于意见领袖王小山依靠微博等新媒体平台开展了一系列抗争表演活动，并在表演过程中根据需要进行了抗争剧目的创新。“抗争中所有各方都始终不断地在创新与谈判协商，……此一连续不断的互动使得抗争政治成为一场动态的戏剧，而不是毫无目的地重演的老剧本”（蒂利、塔罗，2010：244）。以此观之，“斗牛行动”就是一场发生在互联网上的“动态的戏剧”，而通过剖析这场“动态的戏剧”，我们就可以更全面深入地揭示出抗争表演对于抗争动员的意义。

表2 近年来蒙牛被曝光的10起负面事件

日期	负面事件的内容
2012.08	蒙牛驻浙江省义乌市的经理王孙富，将即将到期的3000箱蒙牛纯牛奶的生产日期往后篡改6个月后销往市场，该经理于2013年3月被判刑
2012.06	西安一学生在网络发帖爆料蒙牛旗下代工企业的脏乱差现象（即“代工门”事件）。蒙牛回应称，帖子反映问题基本属实，已对责任人做出停职处理
2012.03	贵州织金县八步镇中心小学约70名学生在食用蒙牛牛奶和面包后出现呕吐、肚痛等中毒症状
2011.12	蒙牛在四川眉山的一批纯牛奶被检出可致癌的黄曲霉素M1超标140%
2011.11	蒙牛“随变”榛子巧克力雪糕被检测出菌群总数、大肠菌群超标
2011.04	陕西榆林鱼河镇中心小学200多名学生饮用蒙牛纯牛奶后出现中毒症状
2010.10	蒙牛被指策划“圣元奶粉性早熟”事件和攻击伊利“QQ星儿童奶”产品
2010.04	陕西周至县马召镇一小学18名学生饮用蒙牛核桃奶后出现食品中毒症状
2009.02	质检总局责令蒙牛禁止向其高端液态奶“特仑苏”中添加OMP
2008.09	蒙牛121批次受检产品中有11批次液态奶检出“三聚氰胺”

资料来源：本表根据如下材料制作而成：（张焕平、高旭，2012）、（杨秋波，2012）。

2011年12月27日，王小山通过其新浪微博发布了第一条正式抵制蒙牛的信息：^①

同意的请转，郑重承诺：拒绝蒙牛一切产品，从我做起，从现在做起：不为蒙牛打工，不使用蒙牛产品，告诉别人蒙牛是垃圾企业，不接蒙牛订单，不接蒙牛广告，不买有蒙牛广告的报纸，不看蒙牛赞助的节目，微博辩论再不说对方“脑残”，只说“喝蒙牛长大的吧”。（王小山，<http://weibo.com/wangxiaoshan>，09:32）

截止2013年8月18日，该条微博被网友转发了54256次、评论数为18075次，可见该条微博的核心议题——全面抵制蒙牛——的信息传播范围之广泛。这就凸显了网友甚至是广大民众对食品安全问题的高度关注。虽然这条微博的社会反响很好，但王小山的行动和目的不止于此。事实上，他正是通过该

^① 本文第一次引用微博信息时将给出微博的名称、域名和发布时间，再次引用时将只注明发布时间。

条微博掀开了“斗牛行动”的序幕。在此后半年里，他以个人微博作为维权抗争表演的主要平台，适时地创新抗争剧目，从而实现了有效的抗争动员。下面就对“斗牛行动”的动员机制/策略和过程进行具体分析。

（一）通过孤立策略间接打击对手

这主要是指公布同蒙牛存在着某种利益关系的媒体名单，施展“隔山打牛”的孤立策略。2012年1月4日，王小山发布了一条“为蒙牛背书的媒体名单”的微博，并“请网友补充”。1月9日，他根据网友反馈内容发布了如下的一条微博：

为数年来不断生产问题奶（含三聚氰胺、黄曲霉素等有毒物质的牛奶）蒙牛背书、发布广告媒体名单：京华时报、三秦都市报、光明日报、CCTV（第一时间）、东莞时报、南方都市报（佛山版）、青岛晚报、半岛都市报、新快报、齐鲁晚报……请网友补充，某将定期整理。（请尽量贴图，at我一下，我慢慢收集。）（10：40）

显然，这条微博的直接斗争对象并非蒙牛，而是为蒙牛产品进行正面报道或广告宣传的新闻媒体。值得注意的是，该条微博内容下面还附有2012年1月5日广州《新快报》的头版图片，该图片下半页为蒙牛的大幅广告：“国家质检总局全国液体奶专项调查：蒙牛产品合格”。事实上，上述广告在那段时间也频繁出现在各地的重要媒体上，这显然是蒙牛为了重拾民众信心而进行的大规模危机公关战的一部分。

2012年1月10日，王小山在其新浪博客上发表了一篇名为“蒙牛涉嫌发布违法广告（附媒体截图）”的文章，该文开头有如下的一段“说明”：

一个人犯错一次是可以原谅的，同样的错误三番五次，则无法原谅。但有些错误，犯一次就很致命，何况三番五次，尤其是涉及千百万人健康的企业，说的就是蒙牛——它的食品安全问题，2008年三聚氰胺事件以来，据@王思璟统计，至少有八次之多。何况，它还发布涉嫌违法的广告。（见最下截图）。（http://blog.sina.com.cn/s/blog_59405d860100xs2t.html，11：33）

从截图中发现，为“蒙牛产品合格”背书的媒体遍布全国各地，且大都是有一定影响力的市场化类报纸，这也反映出一些媒体一味向“钱”看即向资本

低头或共谋的现实。可以推断，王小山公布背书媒体名单同如下两点直接相关：一方面，蒙牛产品的市场营销需要各地媒体进行正面宣传；另一方面，如果媒体为问题商家做正面宣传，那么就会被认为是“帮凶”。因此，当公布“帮凶”名单时，网友的积极评论和媒体的跟踪报道会给“帮凶”媒体制造一定的舆论压力，并会对其广告收入和社会形象产生负面影响。总之，上述策略的本质是先从蒙牛的媒体伙伴下手，为孤立和下一步的抵制蒙牛奠定了重要社会基础。

（二）数量逻辑与抗争能量的集聚

多娜泰拉·德拉波尔塔（Donatella della Porta）等人曾将现代社会运动的抗争策略归纳为数量（Numbers）、损害（Damage）和见证（Witness）等三种逻辑（della Porta & Diani, 2006）。其中，数量逻辑的核心是尽可能增加抗争的参与者人数，以达到人多势众、抗争能量集聚甚至是问题解决。如前所述，抗争剧目的创新程度会直接影响抗争动员的绩效，因此，如果舞台上长时间连续上演同一剧目，观众就会产生审美疲劳和厌倦感，严重影响表演效果，因而实现剧目的适时创新就很重要。上述逻辑和策略在“斗牛行动”中有集中体现：

其一，开展“诗词接龙游戏”，通过趣味性剧目吸引围观者和壮大参与者人群。2012年1月10日，王小山发布了一条号召网友以“诗词接龙”形式抵制蒙牛的博客：

诗词接龙咯，大家一起玩：一骑红尘妃子笑，再喝蒙牛会脑残。妆罢低声问夫婿，再喝蒙牛会脑残。坑灰未冷山东乱，再喝蒙牛会脑残。却看妻子愁何在，再喝蒙牛会脑残。两个黄鹂鸣翠柳，再喝蒙牛会脑残。……
(7: 59)

在该条微博中，诗词的后半句完全相同——“再喝蒙牛会脑残”，但前半句却由网友自由创作。这种让“大家一起玩”的游戏在具有趣味性的同时也能吸引围观网友参与。事实上，这类剧目通过2010年的“我爸是李刚”网络造句大赛已被不少网友所熟悉，在“斗牛行动”中也存在类似的剧目即“诗词接龙游戏”。在王小山的微博发出后，许多网友充分发挥想象力、积极参与到了接龙游戏中去（网友@王小山的相关微博有上百条）。

从性质上看，接龙游戏很难被视为一种全新的剧目；但从作用上看，接龙游戏具有重要的剧目创新意义，因为它为网民提供了一种以娱乐消遣或情绪宣泄为目的的在线狂欢式参与的机会，这种参与“其实是一种弱者的反抗策

略。……通过感同身受的方式参与到网络公共事件中来，具有深刻的对抗特质”（李红、董天策，2013：49）。从发起者的角度看，只要网民参与了游戏，那么就在客观上起到了抵制蒙牛的效果——因为“再喝蒙牛会脑残”或类似诗词在新媒体平台得到了广泛传播，从而在公共舆论和社会声誉上打击了蒙牛。

其二，举办“蒙牛悲书法比赛”，通过书法这种特色鲜明的剧目增强动员效果。2012年3月26日，王小山发布了一条主题为“蒙牛悲书法比赛”的微博：

#蒙牛悲书法比赛#规则：1. 写上#蒙牛悲书法比赛#栏目名，2. 至少有“健康生活，远离蒙牛”八字和签名、日期，照片直接贴微博，多写不限，3. 硬软笔均可，4. 2012年4月26日中午12时截止，5. @王小山为惟一评委，6. 选出最花样百出者五名，每人奖励现金300元（王小山出资），7. 解释权归王小山。（12：01）

同接龙游戏相比较，书法比赛这一剧目在两个方面实现了创新：一是名称使用了谐音（即故意将“蒙牛杯”写成“蒙牛悲”），这顺应了当前中国网络语言的风格（如用“杯具”替代“悲剧”）；二是在保持比赛趣味性的同时，给获胜者一定的物质奖励，这可以吸引、激励更多的网友参与比赛。该微博发布后，虽然一些网友对王小山的行为动机表示怀疑甚至反对，但是更多的网友表示理解和支持^①，其中比较有代表性的评论如下：

@kavin101：#品牌与营销#【负公关】蒙牛究竟有多可恶？由此可见一斑！当然，这个比赛恐怕也是首个因产品品质和商业伦理被消费者发起“负公关”的品牌。面对这种前所未有的公关危机，蒙牛将如何应对？是置若罔闻？还是坦诚以见？亦或象它一贯的蓄意欺骗国人阳奉阴违？它的反应值得关注！（2012-3-27 03：08）

@谓贤：为了人民的健康，请书法爱好者积极参与！//@慕容雪村：//@王小山：比赛进行中，参加人数太多，无法都转，请各位同学猛击#蒙牛悲书法比赛#欣赏，谢谢。（2012-3-28 22：43）

可以看到，实名认证博主“@kavin101”发表了很专业的评论，认为这是一

^① 对该条微博的271条评论（2013年8月20日）进行查阅和倾向统计，可以得出上述基本判断。

场由消费者发起的“负公关”行动；同时，该微博得到了@慕容雪村和@谓贤等网络“大V”的转发或评论，这无疑大大地增强了该条微博的传播范围与动员效果。

4月26日，王小山在其微博上宣布“#蒙牛悲书法比赛#圆满落幕”。5月2日，他公布了比赛获奖名单，并对这次的书法比赛进行了总结：

#蒙牛悲书法比赛#从2012年3月26日始，至4月26日止，历时一个月，收到参赛作品2000余，对网友的热情，本人深表感激。书法其次，参与第一。牛奶厂商无良，质监部门无为，代言明星无脑，食品安全问题如此不堪的今天，如果不是大家齐心协力，向不安全食品说“不”，等待我们的将是可想而之的厄运。(14:14)

从上述两条微博可以发现两方面的重要信息：其一，此时的王小山已开始从早期依靠抗争剧目进行情绪渲染和闹大动员，逐渐转向对中国食品安全问题成因与治理等深层次问题的思考。其二，在经历了一系列的抗争互动后，王小山充分认识到了“斗牛行动”任务的艰巨性特别是对手的强大——这直接涉及到后文将要重点论述的遣散问题。

（三）对象转换与相似性归属

认同在抗争动员中具有至关重要的作用，麦克亚当等人（2006：188）提出过四个改变认同的机制，其中，对象转换（Object Shift）“意味着提出要求者与要求对象之间关系的改变”。蒂利和塔罗（2010：266）提出了相似性归属（Attribution of Similarity）的机制，它指的是“将另一政治行动者视为与自己同属一个类别”——这两种机制通过行动者之间的关系或认同的改变而直接影响到抗争动员的效果。以此来审视“斗牛行动”，可以看到王小山上演许多抗争剧目的目的正是要努力实现“对象转换”和“相似性归属”。

2012年3月6日，王小山发布了一条呼吁明星退出蒙牛赞助活动的微博：

@高晓松 @陈升 @周笔畅 @尚雯婕 @杭盖乐队，AT蒙牛酸酸乳音乐风云榜的所有入围乐手。有个事实提请注意：蒙牛自2008年以来至少发生三次食品安全事故，戕害国人。@钟立风 @左小祖咒已经因此声明退出该活动。(16:45)

在王小山的呼吁下，黑楠、左小祖咒、宁财神、罗永浩、张元等多位名人开始呼吁抵制蒙牛，左小祖咒、钟晓、钟立风等人声明退出“蒙牛酸酸乳音乐风云榜年度盛典”活动。在看到呼吁效果明显的情况下，王小山再接再厉，于13日发微博追问道：“明星影响力巨大，该怎么善用这种影响力，哪位老师告诉我？”该微博提出了一个重要问题：明星的巨大影响力与其社会责任感如何有效平衡？针对网友的评论和争议，王小山14日、19日分别发表了《对韩庚喊话：放弃为蒙牛代言吧》和《就抵制蒙牛，回答韩庚粉丝部分问题》等两篇文章进行回应。4月5日，他正式发布了一条“抵制蒙牛代言明星”的微博：

抵制蒙牛，与抵制蒙牛代言明星，一而二，二而一，一回事。没有明星助纣为虐，蒙牛如何大行其道？明星滥用人们信任，为蒙牛背书，当该谴责。其中，@韩庚粉丝中青少年最多，从他规劝起并无不当。然韩庚遇邪财而起意，闻呼唤则缩头，得利洋洋，见义缩缩，观之皮囊大好，惜其内里腌脏，天厌之，天厌之。（17：46）

从效果上看，上述微博吸引了大量网友围观，其关键就在于明星的巨大影响力和关注度。媒体人出身的王小山深谙此道，他将蒙牛的发展（“大行其道”）与明星的代言（“助纣为虐”）紧密联系在一起，这使得原本对“斗牛行动”并不了解或感兴趣的人也加入到维权行动中。这其中的逻辑是：通过媒介化策略将“斗牛行动”闹大，让代言明星感受到舆论压力，从而影响其行为选择（如退出代言）。可以推断，王小山表演该剧目的深层次意图在于：通过不断呼吁、促使代言明星与蒙牛切割，甚至能以公众人物的身份号召粉丝参与斗牛。然而，由于种种原因（后文详述），这种意图未能有效实现。概言之，王小山希望通过对象转换和相似性归属的机制增强动员效果的努力遭遇到了挫折。

（四）从居间联络、传播到协同行动

蒂利和塔罗（2010：38-40）曾揭示出抗争政治之不同场景与环境中最常见的三种机制：居间联络（Brokerage）、传播（Diffusion）和协同行动（Coordinated Action）。其中，居间联络和传播为协同行动奠定了重要基础，协同行动则会产生更多的结果，如新同盟的建立和向上规模转变（Upward Scale Shift）。在“斗牛行动”中，王小山正是通过“蒙牛悲视频广告创意比赛”这一剧目最终有效实现了线上线下的协同行动。

2012年5月2日，他通过如下一条微博对比赛规则进行了说明：

#蒙牛悲视频广告创意比赛#开始，希望大家踊跃参加，具体请看长微博。奖品及奖金：比赛设一等奖一个，奖金500元，并下图世界冠军@叶钊颖 美眉提供的羽毛球拍一只；二等奖两个，奖金各500元。以上奖金由王小山个人提供。另：#蒙牛悲书法比赛#活动结果地址：[@韩庚 \(18:27\)](http://weibo.com/1497390470/yhj9H64H6)

5月22日，王小山发布了由其制作的题目为“健康生活 远离蒙牛”的公益广告视频。短短几日，该视频就在互联网上被疯狂转载了数十万次。虽然该视频在网络上很快就被删除，但值得特别关注的是，在王小山的呼吁下，该视频最终从线上走向了线下：

5月25日，该视频在深圳东门文化广场的广告屏幕上播放，但这引来蒙牛的强力反击——向深圳市场监管局举报，视频很快被叫停。5月28日，昆明市多处繁华街区的LED广告屏幕上播放了以“全民参与向有毒食品宣战 我们期待一个晴朗的天空”为题的公益广告。该活动策划者马逸鉴坦言，昆明行动是对“斗牛士”王小山进行响应。（温星，2012）

从事后来看，这种线上线下的协同行动在整个“斗牛行动”中都是罕见的，这是因为：如果说之前的抗争表演都在线上进行的话，那么视频广告比赛有了一个根本性突破，即表演舞台转换到了现实的公共场合中，实现了“向上规模转变”——“抗争政治中最为重要的过程之一。它推动抗争超越其发源地，触及一些新行动者的利益与价值观”（蒂利、塔罗，2010：118）。就“斗牛行动”而言，向上规模转变带来了两方面的后果：

一是积极的，它使得行动超越了其发源地（即互联网），扩大了行动的范围和观众人数；二是消极的，它引来了抗争对手即蒙牛的强势回应，如深圳行动中遭遇到蒙牛的举报和行动被叫停。蒙牛的回应对王小山而言可谓是一记重拳，这也凸显了一个关键问题，即“这场被网民称为‘斗牛’的活动是逾越法律边界的‘过度维权’还是新媒体时代网民维护健康权的新方式”（张丽娜，2012）？对于上述追问，似乎难有一个明确而有共识的答案。

五、抗争控制：“斗牛行动”是如何被遣散的？

由上可知，“斗牛行动”在动员上是相对成功的——它持续了大约半年时

间，基于微博等新媒体开展抗争表演、吸引了许多的直接参与者（包括线下的）和围观者，这在近年来中国的消费者维权与互联网抗争行动中都是少见的，因而具有标本意义。然而，动员的相对成功并不意味着行动最终的成功，一场抗争行动能否成功在某种程度上取决于抗争双方的力量对比和策略互动——其中至关重要的一个因素是抗争控制/遣散。在蒂利和塔罗（2010：120）看来，动员与遣散是抗争政治中两个相互对应并关系密切的重要机制和过程：

纵观几十年来对社会运动所作的研究，我们对动员的条件和动力知之甚多，对抗争行动者们如何被遣散的则知之甚少。他们是在提出要求后就散去了吗，是出于满意还是出于幻灭感呢？政府对他们采取了压制措施还是通过拉拢手段而使之归于平静呢？

目前，本文已解释了“斗牛行动”在动员上为什么是相对有效的，但对这场行动是如何被遣散的依然“知之甚少”，而这正是本节要回答的核心问题。

2012年6月7日，王小山发微博称即将“逃亡归来”，并发布了一条重要“声明”：

声明：《蒙牛，你赢了》暨#蒙牛悲视频广告创意比赛#结果，蒙牛，你赢了。本人决定，不躲了。无赴内蒙计划，不会自杀……已经聘请@斯伟江@哈儿浦志强律师两人为律师。顺便告知@蒙牛乳业各位代言人@韩庚@小S@朗朗@丁俊晖@稀土部队@萧亚轩 MISSELVA @蔡依林。详情请看本人博客：<http://t.cnzOF4WVo>（17：23）

这条微博的转发量惊人，截止2013年8月31日达到了85 596次，评论量也达到了27 403次。之所以“惊人”，显然同该条微博的丰富内容以及巨大的解读空间直接相关：

声明：蒙牛，你赢了

5月31日，听到有人要“跨省”将本人带到内蒙的消息后，急飞香港，6月6日到了澳门。以前，“跑路”这两个字只在香港电影里出现，没想到发生在我身上。

恐惧、焦虑、烦躁，还有哭笑不得，种种情绪交织着，搅拌着，每日不得安生。不由叹息，其实心理承受能力远比自己想象中小，而且小得多。

。。。。。

2011年12月27日以来，因为几天前的蒙牛“黄曲霉素”事件，本人发起抵制蒙牛的活动，至今已近半年（打赌我坚持不了三个月的那位，你输了，哈哈），所作所为，看到的都看到了，看不到就看不到，问心无愧地说，在这件事上，我尽力了——

花费10000元有余，办了几次网络活动，还促成了一个抵制蒙牛视频在网络以外的地方播放。能力就这么大，期待能力更强的朋友继续。

。。。。。

蒙牛，你赢了，随随便便就能吓破我的胆，轻轻松松就威胁到深圳朋友公司的生存，而且可以说，我的抵制行动，对蒙牛的影响几乎是零。

中国食品安全现状，有你们的“贡献”——不，不，不，别客气，就不要谦虚了。

你们赢就赢吧，不过本人决定：不躲了。

。。。。。

就说这么多，谢谢。

王小山

2012年6月7日（17:23）

在该条微博中，王小山公布了视频广告创意比赛的结果；更重要的是详细述说了自己半年来斗牛的过程和种种遭遇，并明确宣告“斗牛行动”告一段落。那么，为什么会有这样的结局？究竟是哪些具体的机制（回应策略）导致了“斗牛行动”最终被遣散？

（一）合法性确认——借助外部权威力量给自己背书

合法性确认（Certification）指的是“某一外部权威发出信号，预备承认并支持某一政治行动者的存在及其提出的要求”（蒂利、塔罗，2010：43）。这一概念被运用于多个领域，如在国际关系领域中通常指一些国家特别是大国对新建立/独立国家的主权承认。在本文中，它被用来解释蒙牛为何要借助外部权威力量即政府职能部门来给其产品质量背书——这本质上是一种有效的危机公关策略和柔性遣散对手的机制。

2011年12月25日，发布了一条向广大消费者“郑重致歉”的微博：

#郑重致歉#日前质检部门公布了液体乳抽检结果，蒙牛接受抽检的

25 个批次中 24 个合格。蒙牛眉山工厂某一批次产品被检出黄曲霉素超标。该批产品未出库即被封存销毁，确保没有问题产品流向市场。目前在售的蒙牛产品均为合格产品。我们向广大消费者郑重致歉！并将认真吸取教训，引以为戒！详见蒙牛官网声明（<http://e.weibo.com/mengniu1999>，22：40）

该条微博以及蒙牛官网的声明在说明“黄曲霉素超标事件”详情的同时，还保证在售产品合格以及向消费者致歉。12 月 31 日，@蒙牛乳业再次发布微博称：

国家质检总局 30 日最新通报指出，自 12 月 23 日发布国家监督抽查结果以来，各地质检机构对包括蒙牛等企业生产的液体乳进行了检测，未新发现黄曲霉毒素 M1 超标问题。详情见质检总局公告：<http://t.cn/SxswlF>（10：27）

对于蒙牛而言，发布该微博的目的在于向外界传达如下重要信息：“国家质检总局全国液体奶专项调查：蒙牛产品合格”。由前文已知，蒙牛在发布该微博时也在全国各大媒体上刊登了相同内容的广告，这是蒙牛为了重塑形象而打出的危机公关组合拳的一部分。从抗争政治的角度看，该组合拳的本质是对王小山等挑战者的公开回应，即希望借助政府部门发布的信息来消除公众的疑问、遣散挑战者及其行动。本文认为，在这场危机公关战中，蒙牛充分地运用了“合法性确认”的机制——“外部权威”即国家质检总局的情况通报起到了为蒙牛的产品质量背书的作用。这种背书使得蒙牛敢于理直气壮地向消费者保证产品质量合格，从而在一定程度上改变了蒙牛当时在舆论上相对被动和孤立无援的处境。

然而，对于王小山而言，这种“合法性确认”使得“斗牛行动”面临更大压力和被遣散的风险：政府职能部门已认可了蒙牛的产品合格，而王小山等人依然要将“死磕”蒙牛的行动进行到底，这一方面凸显了王小山对蒙牛的绝望，另一方面表明了其对政府部门的不信任。从更宏观的角度看，在当前权力与资本存在密切关系的背景下，蒙牛这样的大企业可以创造大量的税收和就业岗位，亲商的“地方发展型政府”自然不希望蒙牛由于少数人抵制而倒掉。换言之，王小山等人以个体力量动员部分民众抵制“根深叶茂”的蒙牛，难度之大无异于“蚍蜉撼大树”。这种难度在《蒙牛，你赢了》的声明中有清楚的体现。

（二）竞争——通过辟谣等方式同对手争夺支持力量

竞争（Competition）指的是“以彼此对立的方式去追求某些奖赏或结果”，它“出现在来源不同的支持力量……之间，以及主要行动者及其支持者有各不相同的目标”（蒂利、塔罗，2010：267、121）。在本文中，它指蒙牛通过公开辟谣等方式去努力维护企业形象，改善它同传媒与公众的关系，以便同王小山等对手争夺支持力量。在“黄曲霉素超标事件”发生后，蒙牛开展了大规模的危机公关战，但公关战遭遇到了多重挑战，如蒙牛认为的“恶意传播行为”。2012年4月30日，@蒙牛乳业发布了如下的微博：

近日一批微博账号将一条旧闻故意隐去年份月份作为新闻发布，恶意炒作“蒙牛致癌”，致使广大消费者误认为蒙牛再次发生“黄曲霉素超标”，对此恶意传播行为，我公司将采取法律措施维护公司合法权益。我们感谢和欢迎公众的监督，但是对于别有用心人的恶意行为，我公司将采取法律措施维护自身权益。（18：07）

该条微博对流传甚广的“蒙牛致癌”消息进行了公开辟谣。由于是@蒙牛乳业在2011年12月31日之后首次回应食品安全问题，且开始从被动应付走向了主动出击，因而备受网民关注（转发量为14279次、评论量为1157次）。从蒙牛的角度看，该举措可以起到消除公众误解、以正视听的作用，同时有利于维护其对消费者负责的良好企业形象。

5月24日，@蒙牛乳业再次发布微博，继续同各种流传的“谣言”作斗争：

#谣言粉碎机#【掺尿原奶不可能蒙混过关】1. 蒙牛全部采用集中机械化挤奶，原奶直接从奶牛乳房经管道进入储藏设备，此过程全封闭无添加异物可能。2. 蒙牛对原奶会进行滋气味品尝、近20项理化指标和40多项安全指标检测，合格后才能进厂。3. 检测不合格的牛奶，蒙牛全部予以拒收。感谢关注@雾满拦江 @施力勤（11：53）

从表面上看，上述的危机公关策略同“斗牛行动”并无直接关联，但它们在客观上有利于增加蒙牛的同情者和支持者，这是因为：一方面，许多网友并不会像王小山那样“死磕”蒙牛，随着时间流逝和剧目创新性的下降，他们对

斗牛的兴趣和支持度都在下降；另一方面，在强大的危机公关战之后，一些曾支持王小山的网友对蒙牛的态度发生了微妙变化，如从支持变为同情、中立或无奈，甚至有个别网友给出了“再给蒙牛一次机会”的评论。概言之，竞争的机制分化了“斗牛行动”的支持者，从而起到了某种程度的遣散作用。

（三）压制——运用软硬兼施的策略去遏制和消解抗争

在抗争政治研究中，压制——“某些权力当局采取行动，增加某政治行动者提出要求的成本”（蒂利、塔罗，2010：266）——是国家回应抗争即抗争控制的重要策略之一，它往往带有强制或暴力的意味。如前文所述，非国家力量如企业可以是抗争控制的主体，这表明压制（Repression）并非只属于国家这一合法垄断暴力的主体。由此我们对压制概念进行如下的区分：狭义的通常同国家、暴力是直接关联的，广义的则在主体（国家或非国家）和策略（暴力或非暴力）等方面有了较大的扩展。本文在剖析“斗牛行动”时是从广义概念出发的：认为蒙牛是主要的“权力当局”，它采取了软硬兼施的策略——如迫使媒体改变议程、动用资源删帖和销号、给抗争者制造精神和政治的巨大压力，最终实现了对王小山等抗争者的遣散。

首先来分析蒙牛对大众传媒议程的影响。在当前中国，大众传媒在揭露食品安全等问题上发挥着重要作用，然而它也面临着一些难以克服的限制：

媒体有关食品安全的报道常常受到各种公关和打压，往往报道才刚刚开头，就在各种压力下偃旗息鼓。当媒体的声音消失后，消费者无法得到足够信息去判断；当地方行政权力充当大企业的保护伞时，消费者无力维权。没有哪个民族的消费者会先天麻木（李铁，2012）。

显然，上述“限制”背后隐藏的是强大的资本之手与权力之手，蒙牛灵活使用“各种公关和打压”的手段往往能迫使一些媒体改变报道议程、转移舆论焦点，从而使得负面信息快速淡出公众视线——这对于将围观式参与和媒介动员视为动力源泉的互联网抗争构成了重大打击，因而事实上起到了重要的遣散作用。虽然由于种种因素的制约，我们难以找到蒙牛“压制”其反对者的直接证据，但许多媒体关于蒙牛在食品安全丑闻爆发后采取的多种策略的报道，却间接有效地证明了“压制”行为的存在甚至是广泛使用。

证据 1：王小山微博账号被删除事件。^①2012 年 5 月 8 日，王小山的新浪微博账户被删除，该消息在互联网上引起热议，许多网民表达了不满情绪，认为这同“斗牛行动”存在着直接关联，其中最具有代表性的声音来自于原《南方周末》记者关军的一条微博：

王小山被新浪销号了，缅怀这个账号的最好方式，无疑是持续地谴责无良企业。我整理了一份《见诸媒体的蒙牛劣迹》，请多多转发，多多补充。我个人的影响力有限，不妨诸位一起来做一回 @王小山，销号者怕什么，我们就成倍地奉还给他们。【继续账号 @王小山 未竟事业】（关军，<http://weibo.com/dajiaoyin>，13:13）

由于涉及网络意见领袖被删号、蒙牛强力压制反对者等焦点议题，该条微博的转发量高达 20157 次。5 月 9 日下午，王小山的微博得以恢复，但恢复的原因不得而知。这次短暂的“删号事件”产生了两方面后果：一是蒙牛强力打击抗争者和批评者的传言在网络上被更广泛传播开来；二是“看不见的手”对王小山等抗争者发出了威慑信号，给他们制造了压力。从事后来看，上述行为显然对“斗牛行动”的继续开展产生了严重的负面影响。

证据 2：采取强悍的公关手段应对危机事件。2012 年 6 月 17 日，有网友发微博称自己在蒙牛冰激凌代加工企业“天辅乳业”的见闻——卫生状况之脏乱差，令人触目惊心。18 日，@蒙牛乳业 回应称正在调查此事，几乎同时，蒙牛所进行的线下活动，包括但不限于：相关网帖被大量删除；爆料人表示涉事企业人员已到其学校，爆料人被约谈，并表示“这件事不会多说了”。20 日凌晨，蒙牛承认网帖反映的情况基本属实（刘俊，2012；南都社论，2012）。在此次“代工门”事件发生后，许多媒体发表了批评蒙牛的文章，其中以《南方都市报》的社论（南都社论，2012）最具有代表性：

一边是“感谢网友爆料”，一边却是网友不敢再发言。丑闻被意外曝出，与网络传播在拼速度的，是涉事企业的强悍公关能力。揭黑网帖疯狂

^① 加里·金等人的研究表明，单纯批评政府并不一定会被删帖，而涉及鼓励或有可能诱发集体行动的内容则更有可能被删除，参见（King et al., 2013）。基于此观点来审视“王小山微博账号被删除事件”，我们认为该事件的内在逻辑可能是：王小山在互联网上持续开展“斗牛行动”甚至将行动延伸到了现实生活中，如果不及时进行有效控制，那么就可能诱发更多的专门针对蒙牛的集体抗争行动。

被删，爆料当事人遭遇封口，而这已不是公众第一次见识蒙牛的威力。

由此发现了如下两点重要信息：其一，《蒙牛，你赢了》声明中的内容如“随随便便就能吓破我的胆”等在某种程度得到了证实；其二，在长期的危机公关实践中，蒙牛形成了一套软硬兼施的企业维稳模式（相对于政府维稳模式而言）。因此，尽管王小山是网络意见领袖、具有一定的社会影响力和动员能力，但在蒙牛的强势维稳面前，“斗牛行动”难以遏止颓势。这种强势与颓势的对比在6月7日@蒙牛乳业的一条微博中有集中体现：

王小山先生，您新发的一条微博一定让关心您的众多网友很担心，但希望您知道，我们同样很担心。最近一段时间，您一直在批评蒙牛，但蒙牛不会对您作出任何超出法律的行为。在祝福您平安的人中，蒙牛绝对是真诚的一个！（23：06）

显然，蒙牛这次是以“胜利者”姿态发布微博的，该条微博备受网友关注（转发量达19767次），其原因在于：一方面，王小山积极斗牛，却接连遭遇“删号”“跨省”威胁以至于行动失败等打击，网友通过转发和评论对其报以同情、并对蒙牛表达愤怒；另一方面，在6月7日之前，蒙牛几乎从不正面回应王小山，但之后却迅速“真诚”地宣称“祝您平安”，这种态度大转变的关键是因为它已成功遣散了“斗牛行动”。综上，蒙牛综合运用多种遣散的机制/策略使得一场历时半年的互联网消费者维权行动以失败而告终。

六、基本结论和需要进一步研究的问题

随着社会转型的深化和互联网的普及，互联网抗争行动在中国呈现出高发频发的态势，并对经济、政治、社会和文化的发展产生了广泛而深刻的影响。通过对“斗牛行动”的深描，本文已揭示出了当前中国互联网抗争的某些特点和发展趋势，但基于个案研究得出的判断和结论是有一定局限性的，因而很有必要在上述特点和趋势的基础上进行更全面深入的讨论、并将它们作为今后拓展性研究的重要议题和内容。

第一，近年来，越来越多的抗争行动都是基于互联网而进行的，互联网在中国确实已成为一些实体组织的替代物和最有效的维权抗争工具之一。如前所述，互联网在中国的许多抗争行动中发挥着重要作用——这种作用同西方相比

较就更加明显了，这在很大程度上是因为当前中国的利益表达渠道依然有限、单一且并不够制度化（Cai, 2004）。在这种情况下，互联网就日益成为民众进行利益表达、抗争动员和网络结社的最有效工具之一。目前，这种趋势在各类群体性事件中都有日益明显的体现。因此，如何更加科学理性地认识互联网抗争的新趋势，以及互联网抗争对中国“民主发展”抑或“威权巩固”（Tarrow, 2008: 8）的实际影响，就应成为当前密切关注与深入研究的一项重要课题。

第二，从本质上看，当前中国的许多互联网抗争行动就是一场在线的或者线上与线下互动的抗争表演活动的总和。许多抗争行动能有效动员，正是由于抗争者对互联网的充分使用，如以其为舞台开展多样化的抗争表演活动。本文研究表明，互联网抗争表演的关键在于核心抗争者对抗争剧目的选择和剧目的形式多样与适时创新——因为这样可以更好地吸引网民围观和媒体注意力，实现抗争议题的焦点化、媒介化甚至政治化，这样就更有利于国家等主体做出回应如具体问题解决、公共政策调整甚至是制度变迁。当然，上述“表演—动员—回应”模式是理想型的，现实情况更加复杂，“回应”不仅包含“问题解决”等内容，抗争控制/遣散也是至关重要的，它应成为中国抗争政治研究的一个重要新领域。概言之，在研究抗争动员的同时，还应高度重视抗争控制/遣散的问题，并通过将动员与遣散联系在一起的“互动性的方法”（蒂利、塔罗，2010: 86）去全面揭示国家等主体回应抗争的多元策略与逻辑，从而更有效地推动中国抗争政治与社会运动研究的深化发展。

第三，如果说动员属于“社会中心论”，那么遣散则具有鲜明的“国家中心论”特征，因为后者更多地强调国家等主体对抗争行动的回应。本文聚焦于动员与遣散之间此消彼长的过程——它在本质上是抗争者王小山与抗争控制主体蒙牛之间的动态博弈过程。本文表明，遣散的本质是去组织化和去动员化，即国家等主体（可将文中蒙牛及其背后的政府因素统称为“企业与政府连接体”^①）通过软硬兼施的策略/机制使得个体动员甚至是群体性抗争最终都“归于平静”。虽然本文已从合法性确认、竞争和压制等机制的角度解释了“斗牛行动”为何会被遣散，但遣散的机制是多样化的（不止上述三种），选择何种机制的动因也是复杂的。因此，要想全面准确地把握国家等主体回应抗争的策略/机制，对抗争动员特别是抗争者的特质和类型、“大舞台”和“小舞台”等重要的结构性因素以及中国“维稳政治”（肖唐镖，2015）的特点和逻辑等进行深入分析都是不可或缺的。

^① 这一说法来自于本文的匿名评审专家，笔者在此表示感谢。

第四，核心行动者如网络意见领袖在抗争行动中的作用值得进一步研究。近年来，网络意见领袖（所谓“大V”）日益成为影响中国互联网抗争的一个关键性因素，它们发挥着信息传播、议程设置、情绪感染、认同构建、居间联络和协同行动等多方面作用。在本文中，“斗牛行动”在动员上的相对成功同王小山的网络意见领袖身份直接相关，这种身份——同弱势群体更多地依靠身体、悲情甚至暴力的方式进行抗争形成了鲜明对比——使得他可以更有效地实现“个人的自我动员、集体行动的内部动员以及对外部资源的动员”（韩志明，2012：59），进而实现抗争动员效果和影响的最大化。同时，网络意见领袖对抗争行动的风险认知及其控制策略会直接影响到行动的成败——“斗牛行动”被迅速遣散的一个重要原因就是：在视频广告比赛中，王小山将抗争表演从线上引入到了线下，此时的抗争就从“有节制的抗争”转变成了“逾越界限的抗争”（蒂利、塔罗，2010：76-77）。显然，蒙牛难以容忍这种越界的抗争，因为如果不尽快进行遣散，那么这种抗争就可能在许多城市开花结果、一发而不可收拾。因此，核心行动者如何把握抗争行动的边界、有效控制甚至主动化解行动的风险——它与动员的策略同等重要——值得去做进一步的研究。

第五，同常见的底层抗争等“冲突性运动”不同，“斗牛行动”是由王小山基于公民维权意识和公共精神而发起的一场“共意性运动”（麦卡锡、沃尔夫森，2002：314-315）。一般地，共意性运动并不以国家为直接的抗争对象，其诉求在于具体利益或权利的维护，甚至是某种价值理念（如环保）的提倡，并不会对社会结构和制度体系产生重大冲击，因而具有参与运动风险小、群众基础比较广泛和容易进行媒介动员等优势。由此观之，“斗牛行动”理应取得很大成效甚至最终成功，然而事实上却恰恰相反——这种结局同近年来中国消费者维权行动面临的双重约束条件息息相关：一是强势的资本力量。在本文案例中，蒙牛可以有效动员各种资源（包括权力资源）进行危机公关和企业维稳，最终实现遣散抗争行动的目标。二是缺位的国家力量。“在消费者权益保护运动中，国家既是作为一种行为主体来介入，也通过制度组织来施加影响”（林晓珊，2012：60）。然而，在本文案例中，我们却看不清楚国家力量究竟在消费者维权上有哪些积极作为，反而看到的是如下的维权困境：一方面，威权国家的性质决定了它不愿意通过积极培育自治的公民组织去抵御强势资本力量的侵害；另一方面，受害的消费者在依法维权时困难重重，有时还会因为“得罪了肇事企业和地方当局，而受到各种刁难和压制”（李铁，2012）。概言之，当前的消费者维权行动实际上涉及到如何有效“制衡权力、驾驭资本”（杨继绳，2009：12）这一转型中国社会亟待解决的一个根本性问题。显然，该问题在本文中难

以具体回答，因而就需另文研究了。

最后，应全面客观评价互联网的社会政治作用，不应过分地夸大它，更不能过于乐观地认为它将成为推动中国制度转型的关键性力量。当前，在中国互联网社会崛起的进程中，陆续出现了互联网公共舆论能促使政府更有责任心（Diamond, 2010）、互联网改变中国和围观改变中国等颇有影响的声音。本文认为，它们可能高估了互联网的政治社会作用，这是因为中国的互联网抗争受到市场（资本）、社会（公民）特别是国家（政府）因素——如威权体制下利益表达机制不畅、“公民社会发育不良”和“政治信息闭塞”（赵鼎新，2012：272）等——的深刻影响。而且，互联网抗争具有民主与维稳的“双刃剑”效应已得到了某种证实（Zhou, 2006：5-9；安替，2013）。在此背景下，切实提高应对互联网抗争的能力就成了推进国家治理现代化的重要内容和当务之急——在全面深化改革的进程中将国家治理能力建设作为一个重点，这一方面需要增强政治体系的开放性与包容性，另一方面需要加强国家对社会的整合能力与吸纳能力，而这些又都同以公民参与、协商对话和合作治理为核心的现代民主化建设是密不可分的。因此，有效的民主化建设与国家治理能力建设就在某种程度上共同影响甚至决定着中国互联网抗争的基本形态和今后走向。

综上，本文在某种程度上有利于深化对中国互联网抗争的机遇与限制、以及互联网社会中的抗争政治的性质与影响等问题的理解。目前，互联网抗争在中国正处于快速发展阶段，它会随着信息科技进步、抗争者能力提高和政治机会结构开放等而不断发展、甚至形成一种相对成熟的维权抗争模式，因而其动态就值得持续关注和深入研究。此外，本文研究的是行动最后失败的个案，后续研究应关注一些成功案例并进行多案例比较分析，这样才能更好地揭示出中国互联网抗争的全貌、复杂性以及抗争成败背后的不同机制与逻辑。

参考文献

- 安替(2013). 革命的推特、维稳的微博. 阳光时务周刊, (总)43: 33-34.
- 曹龙虎(2013). 网络空间与运动式治理——中国网络治理中的“专项整治行动”研究. 二十一世纪, (总)137: 95-105.
- 查德威克(2010). 互联网政治学：国家、公民与新传播技术. 任孟山译. 北京：华夏出版社.
- 陈柏奇、洪敬富(2012). 茉莉花革命浪潮下对当前中国国家：社会关系的再检视——网路政治中的公民维权与党国维权双重分析视角. 台湾民主季刊, 1: 195-244.
- 德拉波尔塔(2012). 社会运动、政治暴力和国家——对意大利和德国的比较分析. 王涛、江远山译. 上海：上海人民出版社.
- 丁汉青、李华(2010). 网络空间内意见领袖在消费者维权活动中的作用——以惠普“质量门”

◆ 论文

- 事件为例. 新闻大学, 3: 128 - 137.
- 蒂利(2009). 社会运动: 1768—2004. 胡位钧译. 上海: 上海人民出版社.
- 蒂利(2012). 政权与斗争剧目. 胡位钧译. 上海: 上海人民出版社.
- 蒂利、塔罗(2010). 抗争政治. 李义中译. 南京: 译林出版社.
- 董海军(2008). “作为武器的弱者身份”: 农民维权抗争的底层政治. 社会, 4: 34 - 58.
- 杨喆、冯强(2013). 微博研究回顾: 主题、理论与方法——对6份CSSCI新闻传播类期刊相关文献的定量分析(2010—2012). 广东社会科学, 4: 210 - 216.
- 冯仕政(2013). 西方社会运动理论研究. 北京: 中国人民大学出版社.
- 高恩新(2009). 互联网公共事件的议题构建与共意动员——以几起网络公共事件为例. 公共管理学报, 4: 96 - 104.
- 管兵(2012). 中国网民的利益表达和抗争机制. 载肖滨主编《中国政治学年度评论(2012)》. 上海: 上海人民出版社.
- 郭小安(2013). 网络抗争中谣言的情感动员: 策略与剧目. 国际新闻界, 12: 56 - 69.
- 韩志明(2012). 利益表达、资源动员与议程设置——对于“闹大”现象的描述性分析. 公共管理学报, 2: 52 - 66.
- 胡泳(2010). 中国对互联网的管制. 新闻学研究, (总)103: 261 - 287.
- 黄冬娅(2011). 国家如何塑造抗争政治——关于社会抗争中国家角色的研究评述. 社会学研究, 2: 217 - 242.
- 黄荣贵、桂勇(2009). 互联网与业主集体抗争: 一项基于定性比较分析方法的研究. 社会学研究, 5: 29 - 56.
- 黄荣贵(2010). 互联网与抗争行动: 理论模型、中国经验及研究进展. 社会, 2: 178 - 197.
- 黄荣贵、桂勇、孙小逸(2014). 微博空间组织间网络结构及其形成机制——以环保NGO为例. 社会, 3: 37 - 60.
- 黄振辉(2011). 表演式抗争: 景观、挑战与发生机理——基于珠江三角洲典型案例研究. 开放时代, 2: 71 - 84.
- 华媒网(2012). 王小山微博掀“斗牛行动”死磕蒙牛. <http://news.cccvic.com/guoneixw/guonei/2012/0425/192370.shtml>. 或见苏州都市网: <http://www.szduoshi.com.cnnews201205/201220213.shtml>
- 洪伟喜(2011). 新媒体助“占领华尔街”运动蔓延 美国70城市被“占领”. 联合早报网: <http://www.zaobao.com/special/report/politic/fincrisis/story20111010-120756>.
- 李铁(2012). 谁给了食品安全“惯犯”可乘之机. 南方周末, 6月21日.
- 李红、董天策(2013). 试论网络公共事件中表达主体的修辞意图. 学术研究, 7: 46 - 51.
- 李永刚(2009). 我们的防火墙: 网络时代的表达与监管. 桂林: 广西师范大学出版社.
- 林晓珊(2012). 消费维权运动中的市场、国家与消费者组织: 消费公民权的一个分析框架. 学术研究, 7: 56 - 63.
- 刘春荣(2012). 社会运动的政治逻辑: 一个文献检讨. 载陈周旺、刘春荣主编《集体行动的

- 中国逻辑》(《复旦政治学评论》第十辑). 上海: 上海人民出版社.
- 刘俊(2012). 蒙牛回应冰淇淋“代工门”承认环境管理存在违规. 广州日报, 6月21日.
- 刘能(2004). 怨恨解释、动员结构和理性选择——有关中国都市地区集体行动发生可能性的分析. 开放时代, 4: 57-70.
- 娄成武、刘力锐(2010). 论网络政治动员: 一种非对称态势. 政治学研究, 2: 74-86.
- 吕德文(2012). 媒介动员、钉子户与抗争政治: 宜黄事件再分析. 社会, 3: 129-170.
- 麦卡锡、沃尔夫森(2002). 共意性运动、冲突性运动及其对社会基础设施的占用. 载莫里斯、缪勒主编《社会运动理论的前沿领域》. 刘能译. 北京: 北京大学出版社.
- 麦克亚当、塔罗、蒂利(2006). 斗争的动力. 李义中、屈平译. 南京: 译林出版社.
- 苗连营、李永超(2009). 公民维权之运动模式的宪法学分析. 浙江学刊, 6: 130-137.
- 苗伟山(2014). 中国网络群体性事件——基于媒体多元互动的分析路径. 新闻与传播研究, 7: 49-64.
- 闵大洪、刘瑞生(2015). 香港“占中”事件中的新媒体运用及思考. 新闻记者, 1: 65-73.
- 莫里斯、缪勒主编(2002). 社会运动理论的前沿领域. 刘能译. 北京: 北京大学出版社.
- 南都社论(2012). 蒙牛再爆丑闻, 重塑消费信心剑指何处. 南方都市报, 6月21日.
- 裴宜理(2006). 社会运动理论的发展. 阎小骏译. 当代世界社会主义问题, 4: 3-12.
- 卜玉梅(2012). 虚拟民族志: 田野、方法与伦理. 社会学研究, 6: 217-236.
- 任孟山(2011). 政治机会结构、动员结构和框架过程——当代互联网与社会运动的一个分析框架及案例考察. 中国青年政治学院学报, 6: 96-100.
- 人民网(2014). 打击网络谣言, 共守“七条底线”. 网址: <http://opinion.people.com.cn/GB368023/index.html>.
- 施芸卿(2013). 自我边界的“选择性固化”: 公民运动与转型期国家—个人关系的重塑. 社会学研究, 2: 125-151.
- 师曾志、胡泳(2014). 新媒介赋权及意义互联网的兴起. 北京: 社会科学文献出版社.
- 滕彪(2013). 维权、微博与围观: 维权运动的线上与线下. 台湾人权学刊, 1: 43-69.
- 魏伟(2014). 街头·行为·艺术: 性别权利倡导和抗争行动形式库的创新. 社会, 2: 94-117.
- 王金红、黄振辉(2012). 中国弱势群体的悲情抗争及其理论解释——以农民集体下跪事件为重点的实证分析. 中山大学学报(社会科学版), 1: 152-164.
- 汪建华(2011). 互联网动员与代工厂工人集体抗争. 开放时代, 11: 114-128.
- 温星(2012). 王小山“斗牛”中国食品反毒之微博试验. 春城晚报, 6月4日.
- 肖唐镖(2015). 当代中国的“维稳政治”沿革与特点——以抗争政治中的政府回应为视角. 学海, 1: 138-152.
- 徐达内(2012). 媒体札记: 王小山和蒙牛的战争. FT中文网: <http://www.ftchinese.com/story/001045167>.

◆ 论文

- 杨国斌 (2009). 悲情与戏谑: 网络事件中的情感动员. 传播与社会学刊, (总) 9: 39-66.
- 杨国斌 (2013). 连线力: 中国网民在行动. 桂林: 广西师范大学出版社.
- 杨继缙 (2009). 制衡权力 驾驭资本. 中国改革, 1: 10-12.
- 杨秋波 (2012). 蒙牛回应冰淇淋脏乱差“代工门”. 财新网: <http://china.caixin.com/2012-06-21/100403020.html>.
- 易前良、孙淑萍 (2013). 共意性运动中的媒介动员: 以“南京梧桐树事件”为例. 新闻与传播研究, 5: 77-83.
- 应星 (2007). 草根动员与农民群体利益的表达机制——四个个案的比较研究. 社会学研究, 2: 1-23.
- 应星 (2012). 中国的群体性抗争行动. 二十一世纪, (总) 134: 17-25.
- 喻国明、欧亚、张伯明、王斌 (2011). 微博: 一种新传播形态的考察——影响力模型和社会性应用. 北京: 人民日报出版社.
- 于建嵘 (2013). 自媒体时代公众参与的困境与破解路径——以2012年重大群体性事件为例. 上海大学学报(社会科学版), 4: 1-8.
- 臧雷振、劳昕、孟天广 (2013). 互联网使用与政治行为——研究观点、分析路径及中国实证. 政治学研究, 2: 60-75.
- 曾繁旭、黄广生 (2012). 网络意见领袖社区的构成、联动及其政策影响: 以微博为例. 开放时代, 4: 115-131.
- 曾繁旭、黄广生、刘黎明 (2013). 运动企业家的虚拟组织: 互联网与当代中国社会抗争的新模式. 开放时代, 3: 169-187.
- 曾繁旭、钟智锦、刘黎明 (2014). 中国网络事件的行动剧目——基于10年数据的分析. 新闻记者, 8: 71-78.
- 张焕平、高旭 (2012). 近四年蒙牛被曝光的9起负面事件. 财新网: <http://special.caixin.com/2012-08-24/100343171.html>.
- 张丽娜 (2012). 网友“斗牛”为哪般?. 新华网: http://www.nmg.xinhuanet.comxwzx2012-05/31/content_25328915.htm.
- 赵鼎新 (2012). 社会与政治运动讲义(第二版). 北京: 社会科学文献出版社.
- 郑雯 (2015). 媒介化抗争: 变迁、机理与挑战. 北京: 华夏出版社.
- CNNIC (2014). 第34次中国互联网络发展状况统计报告. 中国互联网络信息中心: http://www.cnnic.net.cn/hlwfzjy/hlwzxbg/hlwtjbg/201407/t20140721_47437.htm.
- CNNIC (2015). 第35次中国互联网络发展状况统计报告. 中国互联网络信息中心: http://www.cnnic.net.cn/gnywmwxzrdxw2015/201502/t20150203_51631.htm.
- 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.
- Brobeck, S. Ed. (1997). *Encyclopedia of the Consumer Movement*, Santa Barbara, Calif.: ABC-CLIO Ltd.

- Cai, Y. (2004). Managed Participation in China. *Political Science Quarterly*, (3):425 – 451.
- Cai, Y. (2008). Local Governments and the Suppression of Popular Resistance in China. *The China Quarterly*, 193: 24 – 42.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Mass: Polity Press.
- Chadwick, A. (2007). Digital Network Repertoires and Organizational Hybridity. *Political Communication*, 24(3):283 – 301.
- Chadwick, A. & Howard, P. Eds. (2009). *Routledge Handbook of Internet Politics*. New York: Routledge.
- della Porta, D. & Reiter, H. Eds. (1998). *Policing Protest: The Control of Mass Demonstrations in Western Democracies*. Minneapolis, London: University of Minnesota Press.
- della Porta, D. & Diani, M. (2006). *Social Movements: an introduction* (2nd Edition). MA, Oxford, Victoria: Blackwell.
- Diamond, L. (2010). Liberation Technology. *Journal of Democracy*, 21(3):69 – 83.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, W. R. & Robinson, J. (2001). Social Implications of The Internet. *Annual Review of Sociology*, 27(1): 307 – 336.
- Earl, J. (2006). Introduction: Repression and the Social Control of Protest. *Mobilization*, (11): 129 – 143.
- Earl, J. & Kimport, K. (2011). *Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age*. MA: MIT Press.
- Franklin, J. C. (2009). Contentious Challenges and Government Responses in Latin America. *Political Research Quarterly*, 62(4):700 – 714.
- Frantz, E. & Kendall – Taylor, A. (2014). A dictator's Toolkit: Understanding How Co – optation Affects Repression in Autocracies. *Journal of Peace Research*, 51(3):332 – 346.
- Fu, K., Chan, C. & Chau, M. (2013). Assessing Censorship on Microblogs in China: Discriminatory Keyword Analysis and Impact Evaluation of the “Real Name Registration” Policy. *IEEE Internet Computing*, 17(3): 42 – 50.
- Garrett, R. (2006). Protest in an Information Society: A Review of Literature on Social Movements and New ICTs. *Information, Communication Society*, 9(2): 202 – 224.
- Hassid, O. (2012). *The Politics of China's Emerging Micro – blogs: Something New or More of the Same?*. Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2106459>.
- Hine, C. (2000). *Virtual Ethnography*. London/ThousandOaks/New Delhi: Sage.
- Howard, P. & Hussain, M. (2013). *Democracy's Fourth Wave? Digital Media and the Arab Spring*. New York: Oxford University Press.
- King, G. Pan, J. & Roberts, M. E. (2013). How Censorship in China Allows Government Criticism

◆ 论文

- but Silences Collective Expression. *American Political Science Review*, (2) : 1 – 18.
- Larsen, G. & Lawson, R. (2013). Consumer Rights: A Co – optation of the Contemporary Consumer Movement. *Journal of Historical Research in Marketing*, (1) : 97 – 114.
- Lee, S. & Cude, B. J. (2012). Consumer complaint channel choice in online and offline purchases. *International Journal of Consumer Studies*, 36(1) : 90 – 96.
- Lynch, M. (2011). After Egypt :The Limits and Promise of Online Challenges to the Authoritarian Arab State. *Perspectives on Politics*, 9(2) : 301 – 310.
- McAdam, D. (1982). *Political Process and the Development of Black Insurgency, 1930 –1970* . Chicago: University of Chicago Press.
- McAdam, D. , McCarthy, J. & Zald, M. Eds. (1996) . *Comparative Perspectives on Social Movements*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McCarthy, D. & Zald, M. (1977). Resource Mobilization and Social Movements: A Partial Theory. *American Journal of Sociology*, 82: 1212 – 1241.
- Meraz, S. & Papacharissi, Z. (2013). Networked Gatekeeping and Networked Framing on # Egypt. *The International Journal of Press/Politics*, 18(2) : 1 – 29.
- Miller, D. & Slater, D. (2000). *The Internet: An Ethnographic Approach*. New York: Berg Editorial Office.
- Moore, J. (2011). Social Media: Did Twitter and Facebook Really Build a Global Revolution?. *The Christian Science Monitor*. [http://www.csmonitor.com/World/Global – Issues/2011/0630/Social – media – Did – Twitter – and – Facebook – really – build – a – global – revolution](http://www.csmonitor.com/World/Global-Issues/2011/0630/Social-media-Did-Twitter-and-Facebook-really-build-a-global-revolution) (June 30).
- Perry, E. & Selden, M. Eds. (2010). *Chinese Society: Change, Conflict and Resistance* (Third Edition). London and New York: Routledge.
- Poell, T. , Kloet, J. D. & Zeng, G. (2014). Will the real Weibo Please Stand Up? Chinese Online Contention and Actor – network Theory. *Chinese Journal of Communication*, 7 (1) :1 – 18.
- Rosenkrands, J. (2004). Politicizing Homo Economicus: An alysis of Ant – icorporate Websites. In van de Donk, W. , Loader, B. D. Nixon, P. G. & Rucht, D. Eds. *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. London: Routledge.
- Rød, E. G. & Weidmann, N. B. (2015). Empowering Activists or Autocrats? The Internet in Authoritarian Regimes. *Journal of Peace Research*, 52(3) :338 – 351.
- Shah, D. V. , Cho, J. , Eveland, W. P. & Kwak, N. (2005). Information and Expression in a Digital Age: Modeling Internet Effects on Civic Participation. *Communication Research*, 32(5) : 531 – 565.
- Tai, Z. (2006). *The Internet in China: Cyberspace and Civil Society*. New York: Routledge.
- Tarrow, S. (2008). Prologue: The New Contentious Politics in China: Poor and Blank or Rich and Complex? In O'Brien, K. Ed. *Popular Protest in China*. Cambridge: Harvard University Press.

- Tilly, C. (1978). *From Mobilization to Revolution*. New York: McGraw – Hill.
- Tilly, C. (2008). *Contentious Performances*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tong, Y. & Lei, S. (2013). War of Position and Microblogging in China. *Journal of Contemporary China*, 22(80):292 – 311.
- Tremayne, M. (2014). Anatomy of Protest in the Digital Era: A Network Analysis of Twitter and Occupy Wall Street. *Social Movement Studies: Journal of Social, Cultural and Political Protest*, 13(1):110 – 126.
- Van Laer, J. & Van Aelst, P. (2010). Internet and Social Movement Action Repertoire: Opportunities and Limitations. *Information, Communication & Society*, 13: 1146 – 1171.
- Weber, I. (2011). Mobile, Online and Angry: the Rise of China's Middle – class Civil Society?. *Critical Arts: South – North Cultural and Media Studies*, 25(1):25 – 45.
- Yan, Y. (2012). Food Safety and Social Risk in Contemporary China. *The Journal of Asian Studies*, 71(3):705 – 729.
- Yang, G. (2013). Contesting Food Safety in the Chinese Media: Between Hegemony and Counter – Hegemony. *The China Quarterly*, 214: 337 – 355.
- Yang, G. (2014). Internet Activism and the Party – State in China. *Daedalus*, 143(2):110 – 123.
- Zheng, Y. (2008). *Technological Empowerment: The Internet, State, and Society in China*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Zhou, Y. (2006). *Historicizing Online Politics: Telegraphy, the Internet and Political Participation in China*. Stanford, California: Stanford University Press.

责任编辑：庄文嘉