

国家社会科学基金项目“网络社会的政治动员问题研究”（06ZZ05）最终研究成果

教育部人文社会科学研究基金项目“基于网络政治动员的政府回应机制研究”（10YJC810027）资助

东北大学“985”“工程”科技与社会（STS）哲学社会科学创新基地基金资助

网民的力量：网络社会政治动员论析

张雷 刘力锐 著

东北大学出版社

· 沈 阳 ·

©张 雷 刘力锐 2014

图书在版编目 (CIP) 数据

网民的力量 / 张雷, 刘力锐著. —沈阳: 东北大学出版社, 2014. 9
ISBN 978-7-5517-0799-2

I. ①网… II. ①张… ②刘… III. ①互联网络—社会影响—研究
IV. ①C913②TP393.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 215409 号

出版者: 东北大学出版社

地址: 沈阳市和平区文化路3号巷11号

邮编: 110004

电话: 024—83680267 (社务室) 83687331 (市场部)

传真: 024—83680265 (办公室) 83680178 (出版部)

网址: <http://www.neupress.com>

E-mail: neuph@neupress.com

印刷者: 三河市天润建兴印务有限公司

发行者: 东北大学出版社

幅面尺寸: 170mm × 240mm

印 张: 16

字 数: 304千字

出版时间: 2014年10月第1版

印刷时间: 2014年10月第1次印刷

策划编辑: 孙 锋

责任编辑: 王延霞 曹 壮

责任校对: 北 辰

封面设计: 刘江暘

责任出版: 唐敏志



ISBN 978-7-5517-0799-2

定 价: 48.00 元

前 言

动员是人类社会一种常见的社会和政治现象。作为一种权力技术，动员既是政治权威进行政治统治、社会管理的重要手段，也是社会底层民众反抗权力的“弱者的武器”。荀子在《王制》中指出，人之所以能够成为世界的主宰关键在于“人能群”。荀子曰：“君者，善群者也。”君主就是要善于把人组成社会群体。“群道”是古代国君治道的重要内容。

动员是集体行动的核心过程，向来被称为“革命的杠杆”。自身资源的匮乏或危机形势下的需要是行动者发起政治动员的客观需要，在这个意义上，政治动员就是凝聚集体力量的利器，推动社会变革的杠杆。

中国共产党历来重视政治动员。新中国成立以前，政治动员即已被中国共产党用于推动社会革命，成功地动员了广大民众参与革命，而在新中国成立之后又成为党和国家改造、控制和管理社会的重要工具。21世纪以来，尽管政治动员的主体、内容、方式、策略等要素发生了很大的变化，但是政治动员并没有从我们的政治和社会生活中退隐，政治动员以“似曾相识燕归来”的方式在其相关学术语境重新被发现，如政治沟通、政治传播、公共关系、公共舆论、网络民意以及自组织、政治认同、网络参与等。

电子计算机技术和国际互联网的产生和发展推动了网络社会的崛起，政治支配性功能和过程日益依靠网络组织起来。网络虚拟空间悄悄成为政治实践尤其是政治动员的新场域和新形态。“忽如一夜春风来，千树万树梨花开。”今天网络政治动员的常态化已经是一个被实践证实了的现实命题。历史上第一位“互联网总统”奥巴马的横空出世，使人们惊叹互联网动员的强大威力。在累积政治中，政治行动者的政治综合实力来自所属家族或组织长期累积的强大资源和声望。互联网在强化累积政治的同时也孕育了跨越政治，政治行动者的政治能量和他的内部资源越来越具有非正向关系，而是与外部资源甚至是整个社会的资源、发展趋势密切相关。互联网的开放性和多节点融通性使得互联网空间的资源和权力富有流动性，它们不属于任何人，而属于互联网本身。在网络社会，问题不是缺少什么资源，而是在于是否具备从互联网上获取你所缺资源并凝聚成“点”优势的能力，即开展网络动员的能力。

“旧时王谢堂前燕，飞入寻常百姓家。”在互联网时代，政治动员不再是政治权威或政治精英的专利，任何一个接入互联网和手机终端的现代公民，

都可能握住撬起一场席卷全球的互联网动员的杠杆。网络空间的政治动员可以不依赖传统大型机构或组织而灵活、弹性地运转起来，这是人类社会集群方式最具有革命性的变革。通过跨越多种技术和实践的多重联系，网络动员可以把来自不同空间、不同地域、不同业界、不同阶层的知识、能力、智慧和资源汇聚到一个自组织起来的群体之中，这种汇聚具有聚变和裂变的巨大能量。“网易，网聚人的力量”，这是网络社会最具洞察力的宣言。互联网不仅可以网聚人的力量，更在于一个“易”的画龙点睛之妙。怀特黑德的“网络空间的杠杆作用”是对网络动员最为恰当的比喻。网络动员是靠“多数人的小努力”而不是“少数人的大努力”来发挥作用的。网络动员凝聚的是广大网民的力量，这也正是我们把本套书的其中一本定名为“网民的力量”的用意所在。通过对网络动员的关注和聚焦，我们可以对当前的各种网络群体性事件、网络暴力事件、网络集体行动等各式各样的网络热点事件或网络公共事件作出统一的学理解释和更深刻的理解。

尽管我们重视互联网技术发展对网络政治动员的推动作用，但是我们并不是技术决定论的支持者。我们认为网络政治动员是社会因素和技术因素合作用的结果。西方发达国家互联网参与和治理的经验与教训，以及我国目前正在进行的互联网社会变革的实践时刻在提醒我们：政府、社会、技术是一个相互驯服的过程。网络政治动员嵌入到不同文化传统、不同政治体制下的现实社会具有很大的弹性。绕过以国家为中心的途径和方式，政治动员实现了现实空间和网络空间的无缝链接，并对现实政治产生直接影响。在主权国家范围内，网络动员不断成为网络抗争事件的诱因和推手。在跨国领域，境内外反对势力通过网络动员里应外合，发起了形形色色的“颜色革命”和“街头政治”。众多非政府主体围绕各种单一议题开展了网络抗议或抵制动员。在传统政治参与和利益表达渠道部分失灵的背景下，中国当前在网络社会发生空前的此起彼伏的集体动员成为当前中国社会转型中一道突出的政治景观。在网络抗争动员日益常态化、模式化且直接地引发大规模的现实抗议行动的局势下，政府面临前所未有的压力和挑战，成为建设和谐社会必须关注的社会问题。

在本书即将付梓之际，美国的青年“占领华尔街”，俄罗斯反对普京的抗议者涌向了莫斯科红场。为了对网络政治动员作出科学的阐释，我们一直搜集、跟踪发生在我们身边的典型的样本，力求更全面、深刻地对其进行解读和解释，也曾几度推迟本著作的出版。但网络政治动员是一个发展过程的连续体而不是一个发展状态的联系体。或许它的本质属性的呈现是一个“千呼万唤始出来，犹抱琵琶半遮面”的过程，或许我们因过于专注而陷入“不识庐山真面目，只缘身在此山中”的困境。故而，我们不急于对网络政治动员

作出整体性的学术研判，目前呈现给读者的这本著作仅是网络动员历史篇章的一个片段的学术探奇而已。

英国作家乔治·奥威尔在《我为什么而写作》一文中指出所有的著作者都是在四个混合的动机下写作的。第一个动机是“纯粹的自我主义”，即一个作者不仅愿意写作，而且也想出版著作；第二个动机是“审美的热情”，表现为作者对作品形式的关注；第三个动机是“历史的冲动”，从更宽泛的意义上说，这是从事物所示的意义上观看事物的欲望；第四个动机是“政治目的”，这就是要沿着某一方向推动世界或改变人们的某些观念。无论奥威尔的这些说法是否正确，但是这四种动机在本书作者背后也或多或少地隐现。当然，我更想说明的是，出版本书是我们以“发现的乐趣，分享的快乐”为信条的再一次“冲动性展示”，也是被当代学人理论与联系实际的使命与担当所驱使的结果。

张雷

2014年7月

目 录

第一章 绪 论	1
一、问题的提出	1
二、政治动员的内涵及社会功能	10
三、研究网络社会政治动员的现实意义	15
第二章 网络社会的本质及发展趋势分析	18
一、关于网络社会的哲学思考	18
二、网络社会的发展历程	21
三、网络社会的发展趋势	27
四、网络社会的不平等性	31
五、网络技术帝国主义	35
第三章 网络社会政治动员的内涵	40
一、网络社会政治动员概念的界定	40
二、网络社会政治动员的发展历程	41
三、网络社会政治动员的特征	46
四、网络社会政治动员形式的基本划分	48
五、网络社会政治动员的政治价值	49
第四章 网络社会动员信息的传播形式	56
一、网络传播支撑政治动员运转起来	57
二、网络政治动员传播的一般形式	58
三、网络社会政治动员的传播特点	80
四、网络社会政治动员的传播要素	86
五、网络社会政治动员信息的传播过程分析	91
第五章 网络社会政治动员的过程分析	95
一、网络社会政治动员过程的多视角透视	95
二、网络社会政治动员的运行过程分析	99
三、网络社会政治动员的动力分析	111

第六章 网络社会政治动员对现实政治的影响	129
一、网络社会政治动员深刻影响了现实社会政治生活的运行过程	129
二、网络社会政治动员的主体多元化打破了政府权力垄断	133
三、积极的网络社会政治动员有助于国家民主政治建设	137
四、网络社会政治动员的随机突发性影响社会政治稳定	145
五、网络社会政治动员容易导致网络多数人暴政	149
第七章 网络社会政治动员中的政府境遇	153
一、政治动员的双重嬗变	153
二、政府在网络社会政治动员的多重角色	158
三、政府在网络社会政治动员中的 SWOT 分析	161
第八章 破坏性网络社会政治动员的治理	184
一、破坏性网络社会政治动员治理的原则	184
二、坚决果断地破除网络政治谣言	189
三、采取有力措施系统地控制破坏性网络社会政治动员	199
第九章 主动引领积极性网络社会政治动员	207
一、有效掌握网络政治动员主动权	207
二、构筑有效的网络社会政治动员组织体系	211
三、努力提高政府官员的网络管理能力	213
四、构建适应网络时代需要的民意凝聚和汲取机制	215
第十章 结 论	221
一、国家依然掌控网络社会管理的主动权	221
二、坚持网络法治与时俱进是维护网络社会秩序的首要选择	223
三、政府务实回应网民合理诉求是引领积极性网络社会政治动员 的发展方向	225
四、推进公民参与制度化是减少破坏性网络社会政治动员的重要 策略	226
五、实现政治和谐是解决破坏性网络社会政治动员的根本途径	227
参考文献	230
后 记	246

第一章 绪 论

互联网是 20 世纪人类最激动人心的伟大技术发明之一，它的出现不仅使人类获得了高科技的信息通讯手段，更为重要的是随着互联网在全球的迅速发展，催生了一个新的社会形态——网络社会。这是一个没有明确国界的、依靠网络虚拟技术建立起来的人类虚拟生存空间，它与我们生存的现实社会一样充满了形形色色的社会矛盾。在网络社会里，几乎每时每刻发生着各种各样的政治事件，很多事件的影响是巨大而又广泛的，而在这些事件中，网络社会政治动员是非常值得认真研究的网络政治学新问题。

一、问题的提出

互联网（Internet）是“冷战”时代世界军备竞赛的产物，它的起源有着强烈的政治色彩。20 世纪 60 年代是美苏“冷战”正酣的特殊历史时期，核威慑的恐惧气氛笼罩了美国。当时，美国军方希望解决这样一个问题：在遭遇核打击时，能够研制出一种保证通讯干线不会被摧毁的技术，以尽快组织反击，确保战争的最终胜利。1964 年，美国国防部授命政府的“智囊团”——兰德公司——设计开发了一种有中央控制系统的交互式电脑网络。1969 年，国防部下属的高级研究项目局成功地研制出了这一项目。因此，“冷战”是互联网的直接催生剂。

伴随着互联网在世界各国的迅速发展，中国也进入了这个全新的技术领域。1994 年 4 月，国际上正式承认我国为真正拥有全功能互联网的国家，经过 30 多年的改革开放，在年均 GDP 增长 9.8% 的背景下，国家积累了相当的实力。随着国民收入的增加，人们在信息上的投入越来越多。同时，良好的经济环境为互联网产业创新和发展创造了条件，并促使产业内的并购和商业模式升级更好地服务于网民群体，最终使更多的公民连接互联网进入网络社会而成为网民。美国著名杂志《时代》周刊将全世界的网民评为 2006 年年度人物，《时代》周刊对此解释说，社会正从机构向个人过渡，个人正在成为

“新数字时代民主社会”的公民，因此2006年的年度人物是互联网上内容的所有使用者和创造者。这期《时代》杂志封面图片是一个白色的键盘和一个计算机显示屏。《时代》记者格罗斯曼在封面文章中说：“由于驾驭全球媒体，建立和塑造着新数字民主……2006年时代人物就是你。”格罗斯曼表示，著名哲学家卡莱尔的“伟人”历史观认为：“世界的历史不过是伟人的传记而已。”在卡莱尔看来，少数伟大人物决定着人类的命运。但是，随着Web2.0的兴起，这种“伟人”史观在今年遭到了沉重打击。随着博客和视频网站的涌现，成千上万的网民正在书写着历史，改变着世界。

2012年7月19日，中国互联网络信息中心在北京发布《第30次中国互联网络发展状况统计报告》。报告显示：截至2012年6月底，中国网民规模达到5.38亿，2012年上半年新增网民2450万；互联网普及率较上年年底提升1.6%，达到39.9%；中国手机网民规模达到3.88亿，较2011年底增加了约3270万人。与前几年相比，中国的整体网民规模增长进入平台期。自2008年6月中国网民超过美国后，中国已经连续五年保持世界网民第一大国的地位。微博成为继互联网、手机之后的第三个网民新增来源，微博用户数量呈爆发式增长。仅2011年上半年，我国微博用户数量从6311万迅速增长到1.95亿，半年新增微博用户1.32亿人，增长率高达208.9%，在网民中的使用率从13.8%提升到40.2%。手机微博的应用也成为亮点，手机网民使用微博的比例从2010年底的15.5%上升至34.0%。

21世纪以来，中国人口年均增长约760万，年均增长率为0.6%；而中国互联网则保持了高速的增长，2000—2008年最低的年增长率为18.1%，年均增长率则高达38.1%。而美国的互联网普及率为72.5%，增长率为12%左右。比照发达国家的互联网普及率及中国的经济发展现状，假定中国的互联网普及率饱和值为60%，则若以15%的年增长率，中国互联网普及率将在2015年达到58%，互联网总人口为7.93亿^[1]。互联网在一个非常短暂的时段内，以指数增长的方式使人联想到了存在着一种更具扩张性的巨大空间。

电子计算机和网络的迅速普及使人类的生存方式发生了巨大的变化，“网络化生存”成为知识分子和青少年新的生存方式，中国网民平均每周上网时长为16.6小时，网络社会已经形成并迅速发展壮大。随着网络社会的崛起，“网络的政治力量”逐渐引起了国际组织、主权国家的关注。一些国家政要纷纷建立自己的“博客”，以此来争取选民的支持，而发端于网络社会的政治动员事件和行为，更是对现实社会政治构成了越来越大的影响。

“动员”原来是一个军事用语，即“在战时或国家发生其他紧急状况时，组织武装部队积极从事军事行动。就其范围来说，动员是指组织一国的全部资源支援军事行动”^[2]。第一次世界大战以后，这个概念被普遍使用，并不断

被赋予新的含义，泛指“发动人们参加某项活动”^[3]。对政治权力主体来说，“政治不只是一种和平的政治竞争或行政管理，而是在危机形势下动员和激发人的资源的一种努力”，政治动员是“获取资源来为政治权威服务的过程”^[4]。政治动员是一种处于不断变化过程中的社会政治现象，在不同的时期，政治动员具有不同的内容，呈现出不同的形态。网络社会产生之前的政治动员一般都是政府或政党等社会政治组织发动的自上而下的动员，因为只有动员者掌握一定政治资源和组织基础才有可能发动起较大规模的政治动员。

互联网以其开放性、技术的渗透性、信息传播的交互性，与人类生活、生产紧密相连，并广泛渗透到政治、经济、社会、军事、科技文化、教育等各个领域，成为现代社会生产的新工具、科学技术创新的新手段、经济贸易合作的新载体、社会公共服务的新平台、大众文化传播的新途径，以及人文生活娱乐的新空间。网络技术的发展弱化了国家对社会政治控制，进一步推动了全球一体化进程。规模空前的跨国公司“使国别经济逐渐消失，全球性的工商企业和国家政府之间出现了实质的分离。前者怀有世界眼光，后者则集中注意他们的选民的福利”^[5]。跨国公司越来越向这样一个方向发展，它们“拒不效忠于任何民族国家，而是在全球范围内追求自己的利益和利润，它们既不代表其母国也不代表其东道国，而是仅仅代表公司自身的利益。”^[6]美国 IBM 公司、网景公司、AT&T 公司、MCI 电话公司、英国电讯公司、德国电讯公司、日本 NEC 公司、日本富士通公司 1995 年就曾宣布，联合组织全球互联网络计划联盟，并将采取强有力的措施，坚持维护国际互联网络的发展利益，使得互联网络免受未来世界各国政府无穷无尽的网络法令的限制^[7]。

网络社会的迅速发展使得跨国公司意识正在超越国家意识，全球意识正在超越民族国家意识。对于有资本或有知识的人来说，国家的界限开始模糊，他们可以在世界范围内选择栖身的创业场所，欧洲各国联盟程度的不断深化就是一个明证。随着精英集团对国家认同感的不断弱化，个人主义的蔓延和传统政治情感的淡化，国家集体主义信念和爱国主义信仰受到前所未有的冲击。互联网的出现和迅速发展也彻底改变了信息传递的时空界限，为政治信息的输入和输出提供了极其宽敞的渠道，从外围影响着政治系统的合理化运转，传播方式进入了“自主媒体”时代。2003 年，前佛蒙特州民主党州长迪恩在 3 名全职网络工程师和约 100 名志愿者的帮助下，通过互联网、博客进行了成功的网络社会政治动员，筹集到 4000 多万美元的竞选资金，争取到大约 100 多万张选票^[8]。美国首位“互联网总统”奥巴马认为成功促成自己胜利当选的主要竞选策略之一就是利用了互联网动员。2009 年 11 月 16 日，奥巴马在上海与中国青年对话中指出：“实际上，我这次当选，当了总统的一个

原因之一就是我们能够动员很多年轻人，通过互联网来动员。刚开始的时候，没有人会想到我会赢，因为我们没有得到最富裕的支持者和政治上最有权力的人支持，可是人们通过互联网看到我们竞选，他们开始感到很兴奋，他们就组织起来成立一些竞选的活动、事件和集会，结果就产生了这些从下往上的一种行动，使我们很成功”^[9]。从这些事件中可以发现，有了可以低成本调动网民参与大规模政治行动的技术手段，网络社会政治动员更多地表现为个人或者非正式组织发动的自下而上的超链接扩散性的政治动员。

》》》》 (一) 2008 年全球华人抗议西方媒体辱华报道的网络社会政治动员

2008 年 3 月 14 日，我国西藏发生了达赖喇嘛集团唆使的严重打砸抢烧暴力事件，以 CNN，BBC 等为首的西方媒体进行了大量失实、歪曲的报道。4 月 7 日，当北京奥运会圣火抵达巴黎传递时，“藏独”分子用残忍的暴力手段从坐在轮椅上的我国残疾运动员金晶手上抢夺火炬未遂，接着用尽种种卑劣手段冲击圣火传递队伍，辱骂爱国留学生，撕毁五星红旗。法国总统萨科奇则公然宣称要抵制在中国召开的奥运会，法国《费加罗报》和《解放报》这样的主流媒体对火炬传递的报道标题竟然是“火炬在巴黎惨败”“给中国一记耳光”。

从 4 月 9 日开始，海内外的华人网民发起了一场“抵制法国货”的行动，以回应北京奥运会圣火在巴黎传递过程中所遇到的“藏独”势力阻挠，以及法国有关方面对华不友好的态度。只要在中文搜索引擎输入“抵制法国”四个汉字，便会出现这样的标题：“从现在开始，不开标致车，不用法国香水，不吃法国大餐”“起来，脱掉你身上的 LV”“动员令——5 月 1 日中国区抵制家乐福一天”……

在加拿大多伦多知名的海外华人论坛“约克论坛”四个相关帖子中，一个主题为“请大家尽量抵制法国货吧”的帖子点击率最高。文章作者先是将海内外关于“抵制法国货”的不同倡议悉数传上，并在最后用中英文列出了一长串的法国品牌清单。其中，欧莱雅集团、路易威登-莫特轩尼诗集团(LVMH)、巴黎春天百货集团旗下品牌受到隆重“推荐”。以 LVMH 集团为例，从护肤、彩妆、香水、时装，到钟表、珠宝、酒类，作者按照品牌种类一一列出了其旗下 50 多个品牌。在另一个帖子里，网友列出了法国品牌的国产替代产品。

北美另一大著名论坛“北美华人 e 网”的网友讨论同样热烈。有网友建议给 LV 写信提出抗议。“抗议巴黎对奥运火炬的无理态度，并说要号召所有

认识的人抵制所有LV、LVMH和其他法国产品。”文章作者写道，“虽然不知道到底会不会有用，但是写的人多了，他们应该会有压力吧。”

还有用实际行动表达不满的。刚刚退了一款LV包的网友“concord”在“北美华人e网”上发帖说：“很久以来一直花痴这个包包，可自从出了这档子事儿之后就怎么看这个包怎么不顺眼，心里很解气，就不让这些FRENCH JERK（性情古怪的法国人）赚我们的钱。我就狭隘了！”^[10]

随即，国内知名的门户网站——新浪网，发起了全球华人网络大签名，抗议西方媒体歪曲报道拉萨“3·14”打砸抢烧暴力事件的网络动员令。

2008年北京奥运会圣火传递的和谐之旅现正在境外如火如荼地展开着。但从希腊奥林匹克神圣火焰熊熊点燃的那一刻起，有部分别有用心“藏独”分子，联合居心叵测的境外反华势力，蠢蠢欲动，试图用冲击奥运圣火的方式，达到其不可告人的目的。企图将神圣而和平的奥运会政治化，妄图分裂民族团结，破坏祖国统一！全球最大华人中文社区新浪论坛在此向全球华人发出倡议，让我们联合起来！用我们的切身行动，为2008年北京奥运会圣火传递的和谐传递保驾护航！让我们前往现场做护跑者！让我们保护的圣火熊熊燃烧！我们真情希望全球的华人组织机构，共同联合起来，通过这次圣火的护跑，让世界看到一个真正的中国！让“藏独”分子的丑恶嘴脸展露无遗，让他们接受正义和良知的审判！^[11]

截至4月14日，在短短不到一个月的时间内，新浪网就征集了超过500万网络签名。这次网络动员事件充分表达了民间对西方媒体歪曲报道事实真相、妖魔化中国的新闻立场的愤慨之情，声援了中国政府对西藏暴力事件的正确立场。尽管人们对这场发生自民间的网络政治动员评价不一，特别是对于抵制法国在中国的企业有不同看法，但是客观上它起到了使国际社会看到中国主流民意的作用，从而促使西方国家政府首脑重新审视在这一事件中的政策取向。而在2008年2月16日法国总统萨科奇无视中国反对，会见达赖的新闻报道后，环球论坛的流量达到了一天300万人次。环球论坛负责人这样评述：“遇到网民关心的事发生的时候，马上就有跟帖，那是一片一片的呀，一两个小时就跟帖10页”^[12]。那些满载怒火的文字穿过拥挤的网络，飞速奔向论坛，呈现在无数网友的眼前。

》》》》（二）网络政治动员帮助奥巴马在2008年美国大选获胜

美国是全世界互联网发展速度最快、普及率最高的国家，如今越来越多

的美国人依靠互联网跟踪总统大选进程，决定投票给哪位候选人。由于强大的网络影响力，互联网有能力提升或贬低政治家的形象。在美国历次总统大选的过程中，一场科技的变革轨迹异常清晰。18世纪末，美国总统竞选活动刚开始时，竞选信息主要经由报纸、演讲、集会等形式传播。第二次世界大战前后，新的通信方式——广播——问世，罗斯福抓住了这个时机，通过在广播电台开办专题节目“炉边谈话”深深地打动了美国选民。20世纪60年代，新兴传媒电视在美国日趋普及，1960年，美国历史上首次总统候选人电视辩论应运而生，成为一次划时代的政治事件。20世纪90年代初，互联网在美国总统大选中开始崭露头角。电子邮件被用于政治动员最早是在1992年的美国总统大选中，布朗通过大量的电子邮件和公众进行沟通。1996年，美国不同类型的政治组织开始纷纷使用互联网同公众沟通并进行政治动员。布朗使用电子邮件竞选在当时是首创而新颖的，随后无数的候选人纷纷效仿，这些效仿者中最引人注目的当属奥巴马。他将互联网政治动员从竞选的“助选手段”变成了“主选手段”，向世界展示了互联网在选举动员中蕴藏的巨大潜能。

2008年美国总统大选中，当选总统奥巴马被称为“美国历史上首位互联网总统”。47岁、黑人后裔、毫无从政经验……如果不是大选结果已产生，麦凯恩怎么也不会想到打败他的竟是这样一个充满“弱点”的对手。美国大选历来都是全球最激动人心的政治营销活动，而对互联网和搜索引擎的应用是奥巴马连续淘汰希拉里、麦凯恩等强有力竞争对手的法宝之一。

早在2005年，美国前总统小布什就曾表示，自己不发送电子邮件，甚至不给自己的双胞胎女儿发，因为他担心这会公开“我的个人隐私”。与之不同的是，奥巴马竞选阵营则第一时间向美国数以百万计的支持者发出一封短信和电子邮件，宣布奥巴马已经挑选了参议院外交关系委员会主席拜登作为自己的竞选搭档，也就是副总统候选人。

竞选期间奥巴马阵营开发了名为“奥巴马08”的iPhone软件，作为拉拢年轻人选票的手段之一。工作人员还在Facebook，Twitter和YouTube网站上，替他与支持者保持沟通，广泛应用了很多高新科技。47岁的奥巴马比72岁的麦凯恩更能接受新事物。当麦凯恩辗转在各个演讲台、主持脱口秀的时候，奥巴马和他的团队却在互联网得到了更多的支持。在硅谷公司捐赠竞选资金数这一项中，奥巴马总共获得1434719美元，而他的最大竞争对手麦凯恩只获得267041美元。在谷歌趋势曲线中，奥巴马的检索量和新闻引用量均一路领先于麦凯恩，而且前者是后者的3倍。

奥巴马尤其重视搜索引擎、网络视频、博客等新营销工具的使用，奥巴

马的募款共计 6.4 亿美元，其中 87% 通过互联网募集得到，而且更是将 82% 的网络营销费用投入搜索中，谷歌 CEO 施密特和 Facebook 创始人克里斯·休斯也被“特聘”为其网络营销顾问。奥巴马和他的对手麦凯恩都有自己的竞选官方网站，奥巴马官方网站的内容丰富，首页的内容很多，将博客、视频、投票等互动环节充分利用，而且他的博客更新速度在竞选当天的最后时刻几乎是每十分钟更新一篇。相比之下，麦凯恩的首页则显得非常单薄，只有一个互动的区域，没有什么吸引人的地方。

奥巴马还大量在网络上做个人广告，在运用互联网 Web2.0 工具方面奥巴马的团队也发挥得淋漓尽致，在 Facebook, Myspace 等都开设个人主页，与网民互动交流，拉近距离，效果甚好。奥巴马还充分利用 YouTube 阵地，将其鲜活的形象展示给公众。

奥巴马是利用互联网工具成功当选总统的典型，他充分利用年轻一族对互联网等新工具的熟练应用，赢得了这部分人群的信任。而更多的非美国人，也通过网络认识到这位美国新任总统。在奥巴马当选美国新总统之后，从 YouTube 到 Flickr，从 Facebook 到 Twitter，网民们通过图片、帖子等各种形式在互联网分享站点上进行庆祝。在奥巴马赢得大选之后，在虚拟世界“第二人生 (Second Life)”^① 中，数十位奥巴马的支持者立即开始鼓掌、欢呼和跳舞。相比之下，麦凯恩在大选中落败后，支持他的“第二人生”空间 Straight Talk Cafe 则几乎成为空无一人的“鬼城”。两大阵营的志愿者都在虚拟世界中为他们各自的支持者忙里忙外——募集捐款、注册选民、修建纪念碑和分发虚拟的帽子和 T 恤等。^[13]

在大选中充分利用了网络力量的奥巴马，在芝加哥进行当选演讲之前，也没有忘记向他的网络支持者们表示感谢，在奥巴马竞选网站上签名的支持者也收到了一封奥巴马的感谢信。奥巴马在信中表示，“我即将去格兰特广场与那儿的朋友进行交流，但是我想首先写信给你们。我们刚刚创造了历史。我希望你们能记住我们胜利的过程。在这次竞选之战中，你们每天都在创造历史——每天你们拜访他人，筹集资金，或者与家人、朋友和邻居进行讨论为什么你认为现在已经到了需要改革的时候。”

早在 2006 年，谷歌 CEO 艾瑞克·施密特就为逐鹿 2008 年总统大选的共和党人提供了一些建议：要赢得下次总统大选的胜利，需要更好地利用互联

^①“第二人生”原来是指旧金山的游戏开发公司 Linden Research 开发的一款类似于角色扮演游戏的虚拟空间平台。有人把它称为人生的假面舞会。“第二人生”没有规定的剧情，也没有固定的结局。每个人戴上自己设计的面具，就可以在虚拟的三维空间里，重新设计自己的一生。可以谈恋爱，也可以开店等。

网在竞选活动中的力量。施密特提醒共和党要注意互联网尤其是视频分享服务在改变政治选举格局中的重要作用。有人在网上发现了联邦调查局 20 世纪 70 年代末对民主党人 John Murtha 的受贿调查，并公布在了网上，结果令 Murtha 如坐针毡。Murtha 称他拒绝了一名身着阿拉伯服装的秘密特工给他的贿赂，但视频却显示，他对这名“阿拉伯人”说：“我希望和你们这些人做交易。” YouTube 上公布了这段视频，本来 Murtha 正在谋求竞选多数党领袖，这件事情一出，他自然也就失败了。施密特对共和党人说：“当人们越来越多地利用这些互联网新闻媒体进行交流时，这样的事情还会一次次地发生。”然而共和党总统候选人麦凯恩则很少使用网络，部分原因是因为他曾呼吁减少数字人口，但是共和党也未能完全无视新媒体的魅力。网络永远不会忘记让一些老视频重新引起人们的关注，例如曾经有录像记录了奥巴马聆听前牧师 Jeremiah Wright 布道的片段，而该牧师曾发表了“天谴美国”激进种族言论。这成为麦凯恩用来打击奥巴马的手段之一。The Huffington Post 的博客作者 Mayhill Fowler 表示，考虑到未来四年在媒体领域的重大变化，到 2012 年大选时，选民有可能通过未知平台上还未发明的新闻网站来进行选举。或许能够预测的唯一有点靠谱的事情是，选民将能够在一个屏幕上同时实时观看视频内容和最新相关新闻报道^[14]。

》》》》 (三) 2009 年分裂势力通过破坏性网络政治动员制造了新疆“7·5”事件

尼葛洛庞帝曾警示人们：“每一种技术或科学的馈赠都有其黑暗面”^[15]。技术本身无所谓善恶，但是技术的使用却是有善恶之分的。美国学者埃瑟·戴森指出：“数字化世界是一片崭新的疆土，可以释放出难以形容的生产能量，但它也可能成为恐怖主义者和江湖巨骗的工具，或是弥天大谎和恶意中伤的大本营”^[16]¹⁷。邪教组织、恐怖主义者、分裂势力是最早使用互联网作为组织和动员的尝试者之一。互联网的技术性特征使其成为境内外各种敌对势力开展颠覆国家政权、反政府和反社会的政治行为和政治动员的天然的发源地和避风港。与其他媒体相比，互联网作为政治动员信息源具有突出的优势。它可以打破政府审查所设立的障碍。一般情况下，各国政府的新闻和舆论审查制度可以相对成功地封杀或阻止不良、不当或不受欢迎的媒体材料，但却很难实行对互联网传播的有效管制，结果是，试图封杀或管制的内容却可以借助互联网在更广阔的范围内传播。互联网作为一个缺乏管制的技术平台和社会空间，由于传统政府控制机制的失效或失灵，这给境内外的敌对势力带来可乘之机。

美国“9·11”事件之后，世界各国合作起来，加大了对恐怖主义、分裂

势力、极端势力和跨国犯罪等行为的打击力度，压缩它们的传统生存空间。这些势力加速“网络化生存”和“网络化运作”的步伐，它们利用互联网动员完成了宣传、策划、联络、招募、培训、指挥、吸取支持资金等各项功能性活动。破坏网络政治动员的潜在威胁转化成现实破坏的概率和力度逐渐加大，从2008年的拉萨“3·14”事件到2009年发生的新疆“7·5”事件，这两起典型事件充分表明敌对势力的网络政治动员已经成为了影响我国国家安全和政治安全的非传统威胁。国内学者李成通过对以热比娅为首的“世维会”利用网络政治动员制造新疆“7·5”打砸抢烧暴力事件的操作过程的解读，能够帮助我们清晰地还原事件的图景。

解读新疆“7·5”事件中的“网络政治动员”威胁，其成因可以分为两部分，一部分是历史原因，另外一部分是“三股势力”的“网络政治动员”，以热比娅为首的“世维会”推波助澜，有效开展了“网络政治动员”，将普通治安事件政治化，实现了制造动乱的政治目的。

其一，寻找政治动员“原点”事件，建立“动员”事件。根据新闻史料分析，2009年6月26日，广东韶关市发生了新疆籍员工和当地员工的群殴事件。事件发生后，“世维会”主席热比娅在电话中和“世维会”副主席塞依提·吐木吐鲁克这样说：“要重视这次事件，这是一个很好的机会。”

其二，利用网络平台低成本和便捷性，大肆进行网络宣传。2009年6月27日，“世维会”下属机构“东突信息中心”发表声明，肆意夸大韶关“6·26”事件冲突程度，并诬称“维吾尔族人沦为内地汉族老板的奴隶，遭受严重剥削、屈辱和歧视”。30日，“世维会”发布了《在世界范围内举行抗议活动的号召书》，呼吁“全世界所有维吾尔人”在7月4日和5日“行动起来，向中国政府施压”。7月1日，“世维会”专门召开紧急电话会议，要求境外“东突”分子通过网络聊天、打电话等多种形式，动员新疆维吾尔族群众——近期要以煽动境内、“特别是劳动力输出较多的喀什地区的维吾尔人闹事为重点”；“将国内同胞动员起来”，“号召他们不怕牺牲，积极开展活动”。

其三，利用网络的信息不对称和匿名性，歪曲事实，造谣煽动，制造网络舆论。“世维会”信息员32岁的库尔班·喀尤木，并没有前往韶关，却编造了“我去过韶关，通过当地人了解到死了17至18人，其中还有三名女性”的虚假信息进行传播。6月29日，在广东的库尔班·喀尤木通过互联网向肖合来提等“世维会”成员发送假信息，并根据这些假信息，编造“6·26”事件中“有18名新疆工人死亡，300多人受伤”的虚假信息。从7月3日开始，“世维会”骨干分子“木卡戴斯”，以库尔德人用族规对与外族谈恋爱的姑娘施行石刑的视频，说成是维吾尔族姑娘遭汉人迫害，并在我国境内一些