

郑永年专栏

社交媒体如何颠覆政党政治

美国特朗普当选总统首先无疑是社交媒体现象。如果没有社交媒体，特朗普很难塑造这场“震惊”全世界建制派的“社会运动”（特朗普语）。这场社会运动的成功，对政党政治预示着什么？这是从事政党政治的实践者和研究者不得不思考的问题。

近代以来，在所有类型的国家，所谓的政治就是政党政治。在近代政党产生之前，政治生活存在着多种多样的形式，但自政党产生后，政治生活整合到政党这个平台上。政党也被证明为从事政治生活最有效的平台。不过，究其本质而言，政党政治就是精英政治，不管政党的本意和其所要达到的目标是如何的不同。

1915年，德国社会学家米歇尔斯（Robert Michels）出版了《政党：对近代民主寡头倾向的社会学研究》一书，既指出了近代政党的优势，也指出了其劣势。尽管100多年过去了，米歇尔斯在本书中提出的观点，在今天仍然有效。站在今天的互联网时代，人们也比较容易觉察出社交媒体如何利用传统政党的劣势而颠覆之。

政党将演变为寡头政治

就近代以来的政党政治，米歇尔斯有几个重要的发现。第一、较之任何其他组织，政党掌握了更为优越的知识和信息。在收集信息方面，政党所具有的优势是其他组织所不能比拟的。政党根据其收集到的信息为其组织服务。

第二、政党掌控着组织内部的信息沟通管道。一方面，政党具有自己的全日工作人员处理所收集到的信息，有自己的出版物；另一方面，政党人员可以到处以公费考察宣传，向公众传达该政党所要传达的信息。

第三、政党掌握着政治的技巧，较之其他非专业人士，政党人员在演讲、写作和组织活动方面具有更高的技巧。在另一端，政党政治所体现的则是“大众的无能”。大众对政党政治的影响力，取决于其对大众组织的各种活动的积极参与，他们不仅需要了解和意识到组织所面临的问题和挑战，而且能够提出行之有效的解决方法。不过，在实际政治生活中并不是这样的。大多数普通成员对组织活动并不感兴趣，更多的人忙于养家糊口，没有精力参与政党政治生活。

在米歇尔斯时代，保守的政党对近代以来的民主政治并不看好，甚至反对民主政治。米歇尔斯考察研究的是德国社会民主党，因为这是一个追求民主的大众政党，但米歇尔斯所得出的结论是令人悲观的。根据上述观察，他提出了著名的论断：政党即寡头。所有政党，无论是民主的还是非民主的，最终都会演变成寡头政治，社会最终会沦为自我封闭的少数人，对无助的多数人的统治。

二战之后，西方逐渐演变成成为大众民主。从表面上看，西方不仅在宏观层面存在着经济权力、政治权力和知识权力之分，更在微观层面表现为分权制衡。较之其他任何政体，民主政体表现为权力的分散和人民的参与。但这些新发展并不能改变米歇尔斯的结论，因为根据他的逻辑，所有这些变化都改变不了社会精英和大众这样一个政治结构。

事实的确如此。尽管就“一人一票”制度的实现来说，西方实现了大众民主，但大众民主的本质仍然是精英民主。正如西方左派早就加以证明的，在西方的经济、政治、社会和媒体之间，形成了互相包容和互相依赖的关系。精英群体是多元的，但权力的多元性更能

保障精英利益的表达和实现。

社交媒体或替代传统政党

互联网尤其是社交媒体的产生，已经改变了所有这一切，为政党政治引入了巨大的变革动力，也足以颠覆传统政党政治。社交媒体的主要几个特征包括：大众性、民主性、个体性、分散性和聚集性。这些特性表明，社交媒体标志着一个真正的大众“政党”时代已经来临。

就政治来说，社交媒体产生了几个主要的变化。首先，支持者的政治认同，从以往有限选择变成多元选择。在政党政治下，政党数量有限，支持者的选择有限；相比之下，社交媒体赋予支持者更多的关于政治认同的选择。一些互相不认识的人，只要大家对一种思想或理念有了认同，就可以形成一个认同“共同体”。第二，因为社交媒体的分散性和个体性，传统政治所具有的那种控制成为不可能。

第三，今天人们所说的“大数据”创造了一种新的可能性，即能够把传统政党所没有能力发掘和动员起来的支持者“挖掘”出来，并加以动员。第四，如同传统政党，社交媒体也具有聚集功能，把本来分散的力量聚集在社交媒体这个平台之上。如果光有分散性而没有聚集性，那么社交媒体很难造就政治影响力。正是这种巨大的聚集功能，使得社交媒体具有了替代传统政党的可能性。

实际上，在过去的很多年里，已经开始出现政党互联网化的趋向；如果用今天中国流行的术语来说，就是政党+互联网。当奥巴马成功利用互联网当选美国第一个黑人总统时，人们就已宣称互联网政治时代来临了。不过，奥巴马时代仍然是政治人物通过社交媒体销售自己的一揽子政策，只是在传统媒体之上，又加上了社交媒体。

特朗普全然不同，至少表现为几个方面。首先，这次选举已经显现社交媒体的政党功能。在美国政治中，因为两党制度确立已久，第三势力很难出现。对很多美国人来说，选举表明选择自己的政党，而非代表政党的总统候选人，也就是人们所说的“政党票”。因此，特朗普必须“借用”共和党这个“平台”。对共和党的精英和既得利益者而言，他们实际上很不乐意把这个“平台”“借”给特朗普，但社交媒体的力量使得特朗普较其他候选人更“受人欢迎”。共和党是“不得不”接受特朗普作为候选人的。

其次，特朗普利用社交媒体，“废”了传统媒体的功能。作为既得利益一部分的传统媒体，特朗普与之从一开始就表现出高度紧张的关系，双方互相攻击。但传统媒体没有上述社交媒体的民主、个体和分散特性，传统媒体的流传仅仅限于精英阶层。鉴于体制内外的对立，体制外的“非精英”对代表体制的传统媒体高度不信任，他们只相信社交媒体所提供的信息，哪怕信息是假的。今天所谓的“后真相”或“另类事实”，就是在这个背景下产生的。

再次，社交媒体是一种语言政治，而非政策政治。传统上，候选人都是通过媒体来“销售”自己的政策。（在西方，民主政治的假设，是不同的候选人拿着自己的一揽子政策竞争选民的选票。）但在社交媒体的时代，候选人并不需要传统意义上的一揽子政策，他们只要把自己塑造成一个具有象征意义的“品牌”即可。

在这次选举中，较之于希拉莉，特朗

普所使用的语言更适用于社交媒体，或者说，特朗普的语言是为社交媒体准备的，例如“筑墙”和“使得美国更伟大”等，类似的语言适合社交媒体的听众水平。希拉莉也使用社交媒体，但其语言过于传统，不那么适用于社交媒体。

在传统政党平台上，人们借助听演讲和演讲的内容，来判断候选人。但在社交媒体时代，人们往往听的不是演讲，而是单词和口号。候选人的演讲能力仍然很重要，但更为主要的是候选人是否有合适于社交媒体流传的单词。

社交媒体为大众民主提供条件

在经济领域，互联网已经对传统实体经济产生了巨大的冲击。以中国电子商务为例，人们可以看到互联网如何影响传统经济。第一，电子商务已经有效地快速地把经济活动，从传统实体经济转移到互联网平台上，例如从实体百货商店转移到阿里巴巴。第二，电子商务能够提供更快速和有效的服务。第三，电子商务能够利用大数据掌握消费者的微观消费方式，从而对顾客的需求做到“量身定做”。第四，电子商务也能把服务传递给更多人。

同时，电子商务具有如下不那么积极甚至是消极的特征。例如，消费者往往是“娱乐性消费”，消费并不是完全为了实际的需要，而是因为消费（采购）过程中的快乐性质。再如，电子商务中存在大量“假货”，不过对一些顾客来说，“假”并不重要，能够以廉价方式消费到一个品牌，也是值得的，甚至更为重要。

如上所讨论的，互联网对经济活动的影响，已经延伸到政治领域。政治本来仅仅限于精英圈。尽管是大众民主，但政治一直为精英圈所操纵。从这个意义上来说，社交媒体已经为真正的大众民主提供了条件。社交媒体把政治活动从精英转移到民众；为民众提供更加有效的政治参与途径，而不仅仅是投票；使得民众能够把自己的人数（选票）优势转化成为政治优势。

从英国公投和美国选举经验来说，如果政党不能互联网化，政党政治就很难有效运作。因此，政党+互联网会是今后很长一段时间的大趋势。如果没有更多的限制或限制举措，重心会向社交媒体倾斜。

从长远来说，人们要思考的问题是：社交媒体可以取代政党吗？因为利益的高度分化，社会意识形态更为多元化。传统政党似乎越来越难以整合这么多元的利益和意识形态。作为社交平台来说，社交媒体更能胜任表达和聚集社会利益和意识形态。

不过，作为政治平台的社交媒体，也往往是以情感甚至非理性的手段达成的一种聚合。这种聚合并不是政治的终结，而是政治的开始。在一定程度上说，社交媒体在形式上和中国文化大革命期间的“大民主”（大鸣、大放、大字报、大辩论）类似，其结果和18世纪以来学者们所说的由社会运动产生的“乌合之众”类似，它往往具有高度的革命性或破坏性，而少有建设性。

从这个视角来说，观察英国如何理性处理公投之后的“脱欧”，和美国特朗普当选之后的理性政策作为，具有重大的意义。政治从古到今都具有非理性的一面，但也很难想象没有理性的政治。社交媒体可以把非理性的一面放大，但它又如何帮助人们实现理性政治呢？

作者是新加坡国立大学东亚研究所所长
文章仅代表个人观点