

数字时代的政党政治：变化、形态与争议

陈家喜 陈 硕

提 要 | 数字化浪潮在深刻改变社会结构的同时,也深刻地影响着政治生活与政党政治。从世界范围来看,现代政党对信息通信工具的应用呈现出日趋强化的趋势。许多政党候选人将政治博客和社交媒体作为联系党员和沟通民众的桥梁纽带;一些政党将网站和社交媒体作为政治营销和竞选宣传的重要平台,新的信息通信技术如大数据、机器学习、数据爬取、语义分析等被广泛应用于选民心态和选情分布的分析过程。互联网已经成为现代政党进行政治沟通、选举动员、形象塑造和舆情掌控的重要工具。与此同时,互联网也为主要政党和政治领袖控制选民、操纵选举提供了新的技术手段。甚而言之,作为一种难以驾驭的数字工具,互联网甚至可能成为左右政治人物以及政党命运的潜在危险。

关键词 | 政党网站 社交媒体 大数据 政党政治

中图分类号 | D05

作者信息 | 陈家喜,1976年生,博士,深圳大学城市治理研究院教授、互联网研究中心主任,518060。

陈 硕,1989年生,博士,深圳大学城市治理研究院副研究员,518060。

数字化工具的快速更新推动数字时代的到来,并进而重塑着社会生活与政治生活。从网站、电子邮件、博客到 Facebook、Twitter、YouTube、Flick,再到大数据、数据爬取、机器学习、语义分析,数字化工具的发展正推动着互联网从 Web 1.0 到 Web 2.0 再到大数据阶段的迭代转型。数字化浪潮给政治领域带来的最大变化是政治沟通方式的变化,以及由此出现的选民偏好与政治环境的变化。当选民将上网浏览新闻、获取政治信息、参与社交和政治参与作为日常习惯时,那些仍然依赖于主流报纸、电视以及广场集会进行政治沟通的政党正感觉到被时代抛弃。

面对数字化时代的挑战,越来越多的“老政党”开始使用“新工具”,把数字化工具作为政治沟通、政治参与、政治动员、政治选举、政治营销的新手段。这些政党通过建立政党网站、创设社交账号,加强与选民的线上

沟通,建立或者聘请专业数据团队进行选情分析,进而实现数字化转型。而数字化工具也成为政党操纵民主的利器:每个选民成为数据集合起来的数字化个体,政党通过这些大数据精准地研究选民心理进而设计竞选策略。

本文关注的问题是,现代政党在数字化时代进行了哪些适应性调适以实现新的转型?同时,如何准确评估数字时代政党政治发展的新趋势?究竟是信息技术驱动下的政党变革还是政党驾驭下的信息技术应用?伴随着数字化浪潮的到来,数字化工具对现代政党产生了哪些影响?

一、数字化工具驱动下的政党政治变迁

现代政党是运行选举民主的核心引擎,制定选举规则、组织动员选民、募集竞选经

费、开展投票与选举,以及组织议会与政府等都离不开政党。然而,政党对选举民主的运作深受竞选工具的影响。19世纪,美国选举是由宣传册、歌曲、标语、社论、竞选演说、火车巡游等组成的。随着信息通信技术的发展,政党竞选活动也发生了显著变化。广播和电视的出现带动竞选活动进入新阶段,原声选粹(sound bites)、插播广告(spot ads)、辩论和政治会议被直接传送到选民家中。^①候选人和政党主要通过广播、电视和报纸与选民沟通,候选人与公众的沟通变成主流媒体过滤的单向信息交流。

数字化工具深刻地改变了现代政党政治的运行规则。1992年克林顿通过电子邮件和自动邮件列表(ListServ)进行总统竞选,标志着政党政治的Web 1.0时代正式开启。Web 1.0典型工具包括个人网页、电子邮件、博客及文本信息,其特点在于为用户提供网上浏览和获取信息的渠道。1996年美国大选期间,克林顿和戈尔第一次作为主要政党候选人建立竞选网站。不久之后,各层级主要政党候选人纷纷建立个人网站。这一时期的网络选举带有典型的Web 1.0特点,即从政党、政客到公众的单向度信息传递,并且基本限于静态的文本信息。

除电子邮件和政党网站之外,政治博客也是Web 1.0工具在政治领域的典型应用。它是政治人物和公民在网络上发表政治性网络日志、表达个人政治见解、影响国家政治生活的一种方式。1998年,美国人德拉吉在自己的博客网站“德拉吉报道”(Drudge Report)上第一个报道了克林顿和莱温斯基的绯闻,被认为是最早的成功政治博客。2000年,在布什和克里的总统竞选中,政治博客被全面应用,一些博主获准参加民主党和共和党大会的采访活动。^②2004年美国大选竞选候选人约翰·克里的个人博客(JohnKerry.com)从2003年8月8日设立到2004年10月4日关闭,总共留下了397882条评论。^③和他同时期参加总统竞

选的乔治·布什、约翰·爱德华兹以及卫斯理·克拉克等人都纷纷开设了自己的博客。此后,凡是参与美国总统选举的候选人无一例外都开设了博客,将其作为与大众的对话媒介、讨论空间与网络即时交谈方式。^④2006年10月,由新加坡人民行动党的12位年轻国会议员组成的P65小组开始写博客,记录生活中大大小小的事情:体育比赛、子女培养、生活感悟、时事观点以及政策见解等。^⑤

互联网从Web 1.0向Web 2.0过渡的时间很短,但其在政党政治领域的应用差异显著。2000年前后,播客(podcasts)、网上即时新闻(RSS feeds)、聚友网(MySpace)、推特(Twitter)、脸书(Facebook)、视频分享网站(YouTube)等Web 2.0工具开始出现和扩散,并成为互联网沟通的重要渠道。与传统媒介和Web 1.0工具有所区别的是,Web 2.0工具不是单向的信息传递,而更注重用户交流与互动,用户既是互联网信息的浏览

^① Terri L. Towner, Campaigns and Elections in a Web 2.0 World: Uses, Effects, and Implications for Democracy, in Christopher G. Reddick & Stephen K. Aikins (eds.), *Web 2.0 Technologies and Democratic Governance: Political, Policy and Management Implications*, New York: Springer, 2012, pp. 185 - 199.

^② 张晓峰、赵鸿燕《政治传播研究:理论、载体、形态、符号》,中国传媒大学出版社,2011年,第126页。

^③ Sharon Meraz, Using Blogs to Extend the Public Sphere? Data Mining the John Kerry Candidate Blog for Networked Community Structure Dynamics, Conference Paper: International Communication Association, 2006 Annual Meeting, 2006, pp. 1 - 2.

^④ Jac Kook Lee, The Blogosphere and the Public Sphere: Exploring the Possibility of the Blogosphere as a Public Sphere, Conference Paper: International Communication Association, 2006, pp. 1 - 23.

^⑤ 由民《新加坡大选:人民行动党为什么总能赢》,经济管理出版社,2013年,第93页。

者,也是互联网内容的制造者、服务的提供者、信息的传播者、行为的创新者。Web 2.0 工具向用户提供分享集体智慧、用户主导的内容生产以及参与和沟通的机会。^①这一特性深刻改变了政治竞选中的沟通和参与,因为这些信息通信工具允许政党领袖和选民之间以及选民与选民之间进行双向交流。

现代政治精英对于 Web 2.0 工具的欢迎程度不亚于社交媒体达人,他们把社交工具作为政治包装、自我营销、竞选宣传的新手段,以此拉近与选民特别是年轻选民的距离,甚至将其作为募捐筹款的利器。2004 年,总统候选人霍华德·迪安(Howard Dean)成为第一个使用社交网站(Meetup.com)与选民进行交流并组织其活动的候选人。他在一天内从网上募集到 100 万美金。在他的经验基础上,共和党候选人布什和克里在 2004 年总统选举期间通过博客公布选举信息,开展选举动员。由于有效利用 Web 2.0 工具,互联网也成了 2008 年总统大选期间奥巴马的“自动提款机”。奥巴马通过对社交工具的娴熟使用,成功地用 PayPal 等互联网工具获得 7.5 亿美元捐款,远超对手麦凯恩的 3.6 亿美元,为取得最后选举胜利奠定了坚实基础。

二、数字时代的政党政治运行

面对互联网掀起的数字化浪潮,现代政党十分注重挖掘其潜在的政治功能,用于扩大参与、选民沟通、政治宣传、投票动员及政治营销,继而也推动着政党政治的数字化转型。越来越多的政党开始建立政党网站进行包装营销,熟练地运用各类社交媒体与选民和支持者保持线上交流,建立和雇佣专业化的数据公司进行选情分析,等等。更有意义的地方在于,数字化工具与参与民主看似有着更为密切的契合性,它的及时性、交互性、低成本和分享性,让普通公民找到了当家做主的感觉,也为小党和边缘政治人物提供了“逆袭”的机会。后者绕开主流媒体的过滤和高昂的竞选成本,利用各种互联网工具进

行选民动员。

1. 创设政党网站扩展政治宣传

作为一种典型的 Web 1.0 工具,政党网站最核心的功能是“信息展示”,设立公告栏,提供政党的全面信息,进行自上而下的信息传递。^②据统计,1994 年美国国会选举时有政党建立了第一个网站,到 2000 年全世界约有 1250 个政党建立了自己的网站。1997 年英国大选期间,几个主要政党使用互联网与选民进行沟通。到 2001 年大选时,几乎所有英国政党都建立了网站,并主要用于信息发布。澳大利亚工党是于 1994 年建立网站的政党,其后是 1998 年的国家党;2004 年,澳大利亚联邦选举候选人中超过 1/3 建立了个人网站。德国政党也于 1998 年和 2002 年全国大选时使用网络,网站主要用于对选民进行宣传。^③21 世纪初,是否建立网站成为衡量一个政党是否时髦、是否跟得上时代的重要标志之一。

政党网站也是现代政党进行政治选举、参与、组织的重要工具。^④与传统主流媒体如报纸、杂志、电视相比,政党网站可以让政党为所有网民提供更为及时、全面的政党纲领、政策主张、活动动态、政党精英的个人信息,而无须经过报纸编辑的加工以及电视制

^① Graham Cormode & Balachander Krishnamurthy, Key Differences between Web 1.0 and Web 2.0, *First Monday*, Vol. 13, No. 6, October 5, 2008, <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2125/1972>.

^② Darren G. Lilleker, Karolina Koc-Michalska, et al., Informing, Engaging, Mobilizing or Interacting: Searching for a European Model of Web Campaigning, *European Journal of Communication*, Vol. 26, No. 3, 2011, pp. 195 - 213.

^③ Terri L. Towner, Campaigns and Elections in a Web 2.0 World: Uses, Effects, and Implications for Democracy, 2012, pp. 185 - 199.

^④ Rachel Gibson & Stephen Ward, Parties in the Digital Age - A Review Article, *Representation*, Vol. 45, No. 1, 2009, pp. 87 - 100.

片人的剪辑。2001年英国大选期间,各大政党竞相在政党网站上提供政党宣言、竞选口号和政策主张,供选民自由浏览和免费下载。工党网站还为选民提供了信息查询功能,用户只要输入邮政编码,就能查找该地区工党候选人的联系方式、工作履历和竞选主张,同时还提供该地区保守党候选人的负面信息。^①2001年,新加坡人民行动党建立了自己的网站“About PAP”。网民可以通过浏览该网站,对人民行动党的标识、宣言、党章、立党哲学、领导机构以及执政成果进行了解。此外,人民行动党网站还设置了“政策论坛”及“人民行动党论坛”,作为与选民互动交流的重要渠道。^②其中人民行动党论坛由各党支部、青年团和妇女团派出的188名成员组成,定期与基层党员和民众进行在线交流沟通,民众可以很方便地了解到人民行动党政治、经济、文化、教育、卫生以及民族发展等方面的政策,在线发表观点和看法。2006年美国国会选举期间,分别有96%和86%的主要政党候选人通过建立竞选网站,参加参议院和众议院的选举。^③伴随着信息通信工具的更新、在线选举竞争的加剧,政党网站不仅提供简单的文本格式信息,还根据用户偏好进行政治沟通方式的调整,增加更多的互动功能,同时一些政党也开始应用更多的社交媒体。

2. 依托社交媒体开展政治沟通

作为一种Web 2.0工具,社交媒体最重要的特征是提供“交互”服务,即允许个人在具有一定边界的体系内建立公开或半公开的档案,向关联用户传递信息,也允许查阅体系内的关联人信息。^④

社交媒体的交互属性,决定其在政治领域的应用重心放在个体政治行动者而非政党身上。它有助于个体政治行动者与选民和竞选团队建立更直接的沟通渠道,维护其良好的政治形象,进而有助于扩展个人竞选的政治空间。^⑤比如在2007—2008年美国大选期间,民主党候选人约翰·爱德华兹对社交网站及社交工具的应用人尽皆知,他利用了几乎一

切可以动用的社交媒体渠道进行自我包装和宣传,包括43Things、Del.icio.us、Essembly、Facebook、Flickr、Gather、MySpace、Partybuilder、YouTube、Metacafe、Revver、Blip.tv、vSocial、Ning、雅虎、360、CHBN、Collectivex、Bebo、Care2、Xanga、LiveJournal等。^⑥尽管最终以竞选失败告终,但其对社交媒体的使用被很多政治候选人争相仿效。

社交媒体的交互属性,也推动了参与民主的发展。现代政党政治进入了衰落时期,不仅党员数量在逐年递减,选民投票率也不断下降,公民对于政治知识丧失兴趣,参政的效能感低落,处于“严重民主赤字”的阶段。^⑦社交媒体的出现被认为有助于重

^① Rachel Gibson & Stephen Ward, *Parties in the Digital Age - A Review Article*, 2009, pp. 87 - 100.

^② 由民《新加坡大选:人民行动党为什么总能赢》2013年第92页。

^③ Girish J. “Jeff” Gulati & Christine B. Williams, *Closing the Gap, Raising the Bar Candidate Web Site Communication in the 2006 Campaigns for Congress*, *Social Science Computer Review*, Vol. 25, No. 4, 2007, pp. 443 - 465.

^④ Danah M. Boyd & Nicole B. Ellison, *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol. 13, No. 1, 2007, pp. 210 - 230.

^⑤ Gunn Sara Enli & Eli Skogerbø, *Personalized Campaigns in Party-Centred Politics: Twitter and Facebook as Arenas for Political Communication*, *Information, Communication & Society*, Vol. 16, No. 5, 2013, pp. 757 - 774.

^⑥ Nick Anstead & Andrew Chadwick, *Parties, Election Campaigning, and the Internet: Toward a Comparative Institutional Approach*, in A. Chadwick & P. N. Howard (eds.), *Routledge Handbook of Internet Politics*, New York: Routledge, 2009, pp. 56 - 71.

^⑦ Rachel Gibson, Wainer Lusoli & Stephen Ward, *The Australian Public and Politics Online: Reinforcing or Reinventing Representation?*, *Australian Journal of Political Science*, Vol. 43, No. 1, 2008, pp. 111 - 131.

新激发公民参与的动力,普通公民在社交媒体上不仅获得了接触、生产、分配、共享和讨论各类政治信息的机会,而且还不受时空和金钱的限制。^① 不仅单个候选人,一些小党和边缘型政党也可以借助社交媒体,绕开大众传媒的过滤和政治精英的审查,直接与选民沟通互动,获得政治动员的有力工具。2009年的美国茶党运动就是一个小党通过社交媒体进行有效政治动员的案例。数百万的茶党人士通过茶党网站、Facebook、Twitter、MySpace以及电子邮件组获知行动信息,再结合线下的集会、讲座、论坛、读书会、捐款活动等,形成一次大规模、自发性的中产阶级互联网运动。

相对于传统主流媒体,通过社交媒体开展宣讲造势活动成本更低,因此一些大党也十分注重将社交媒体作为招募志愿者、动员选民和募集竞选经费的有效平台。2008年美国大选期间,各候选人纷纷使用 Facebook、MySpace、Twitter、YouTube、Flickr 以及其他各类社交工具。其中,奥巴马竞选团队建立了相应的社交网络,包括 my.barackobama.com、MyBO.com、MyBO.com 等,它们允许支持者建立各自的档案,并与其他选民互动,分享当地新闻以及捐助资金。^② 因此,决定美国总统大选结果的关键因素不是谁更懂政治,而是谁更懂互联网。2015年新加坡大选,由于智能手机和社交软件的普及,人民行动党专门推出一款手机 app 来帮助选民和候选人相互了解。李显龙几乎每天都在 Facebook 主页、Twitter 上发表自己的动态。通过这些社交媒体上的精心塑造,政治候选人不再是宣传手册上的静态照片,而是更为生动、平易近人和真实可靠的良好形象。

3. 应用大数据预测选情分布

伴随互联网的发展,大数据方法也被用于政治选举和舆情分析过程,以提升选举动员的精确性和时效性。“大数据”被认为是现有的数据管理技术难以应对的超大、复杂的数据集。^③ 大数据的特征具有 4V 特征,即 Volume(数据量大)、Velocity

(数据动态性高)、Variety(数据类型多)、Value(数据价值)。随着大数据在商业领域的成功,其技术手段如机器学习、数据爬取、语义分析等被广泛应用于选民心态和选情分布的分析过程,成为政党竞争的秘密武器。

2012年美国大选过程中,大数据得到了充分的应用。奥巴马的竞选团队广泛收集各种途径获取的非结构化数据,包括网站、手机程序、志愿者和来自传统收集渠道的数据。竞选团队创建了一个庞大的数据库,将从民调专家、筹款人、选战一线员工、消费者数据库以及“摇摆州”民主党主要选民档案的社会化媒体联系人与手机联系人那里得到的所有数据都聚合到一起。在此基础上,竞选团队针对选民建立更加准确的模型和计划。这意味着竞选活动将更有针对性,有更多的网站注册人数、更多的电子邮件地址、更多的选票和献金。^④ 通过汇聚 Twitter 推文和其他实时数据,配合廉价的 Hadoop 软硬件进行数据的批量处理,竞选团队能分析选民每天、每周、每月的行为模式。而过去的竞选团队在整个大选活动期间只能完成一次或者两次这样的分析。

大数据分析结果帮助候选人选择最佳的演讲地点和日程。在每一次演讲中,候选人

^① Paschalia-Lia Spyridou & Andreas Veglis, Political Parties and Web 2.0 Tools: A Shift in Power or a New Digital Bandwagon?, *International Journal of Electronic Governance*, Vol. 4, No. 1 - 2, 2011, pp. 136 - 155.

^② Julie Barko Germany, The Online Revolution, in Dennis W. Johnson (ed.) *Campaigning for President 2008: Strategy and Tactics, New Voices and New Techniques*, New York: Routledge, 2009, pp. 147 - 160.

^③ 中国科学技术协会主编、中国电子学会:《2012—2013 电子信息学科发展报告》,中国科学技术出版社 2014 年,第 111 页。

^④ Michael Scherer, Inside the Secret World of Quants and Data Crunchers Who Helped Obama Win, *Time*, November 19, 2012, pp. 56 - 60.

都能够有的放矢地选择演讲内容,确保支持者立刻投出选票,同时拉拢那些摇摆不定的选民。比如奥巴马竞选团队通过数据分析,发现影星乔治·克鲁尼对美国西海岸40~50岁的女性选民具有非常大的吸引力,她们是最有可能为了在好莱坞与克鲁尼和奥巴马共进晚餐而不惜掏腰包的一个群体。于是,奥巴马说服克鲁尼参加筹款宴会,为自己筹集到数百万美元的竞选资金。之后,奥巴马数据团队发现莎拉·杰西卡·帕克(《欲望都市》的女主角)的粉丝们也同样喜欢竞赛、小型宴会和名人,于是“克鲁尼效应”再次被成功地复制到东海岸(West Village)的豪宅宴会上。^①

在汲取2012年竞选失败教训的基础上,美国共和党建立了Deep Root数据公司,以便在大数据分析领域与民主党更有效地开展竞争。这家公司本质上是共和党的大数据武器,为共和党人参选提供数据和分析服务,上至总统选举,下到州立法机关选举。Deep Root利用Alteryx软件来收集、净化、混合以及分析来源不同的大规模数据。它分析所有选民的年龄结构,根据不同年龄段来进行评分,然后利用这些信息来优化他们在媒体上的竞选支出,特别是在非常重要的电视广告上。^②2014年的州长选举中,Deep Root帮助共和党人一扫两年前的选战颓势,获得了31个州长席位,而对手民主党则仅仅只有17席。

在2016年的总统大选当中,共和党候选人特朗普更加倚重大数据助力选举,雇佣剑桥分析公司(Cambridge Analytica)作为数据运营团队,并且成功地将大数据与选民心理分析有机结合,更精准地预测选情。剑桥分析公司获取了5000万Facebook用户的信息,并通过各种渠道购买人口数据,如土地登记、汽车数据、购物数据、奖励卡、俱乐部会员、杂志消费、教会活动等,在此基础上将全美人口分为32类性格特征。借助于上述分析数据,特朗普竞选团队的游说人人手一个

app,他们可以精准了解每一幢房子里的居民的性格类型和政治观点。因此,剑桥分析公司CEO尼克斯认为,“特朗普每一条选举信息都是数据驱动的”。^③正是由于大数据团队的有力支持,特朗普最终登上美国总统的宝座。剑桥分析公司的成功再次说明,现代政党选举离不开对信息通信技术的持续跟踪应用。2016年的美国大选,总统候选人除了在社交媒体上现身互动之外,还有更深度的大数据助力支撑。在政治领域,大数据的时代已经到来。

三、数字化工具的政治争议

伴随数字化浪潮的来袭以及信息通信工具的迭代,现代政党越来越倚重于数字技术的应用。政党网站、政治博客、微博、社交媒体、大数据等成为政治宣传、沟通、动员和竞争的必备工具。然而,数字技术也正在重新定义政党运转下的民主:从选民导向的民主变成由技术操纵的民主。同时,由于对技术的驾驭能力缺失,互联网也可能成为现代政党和政治人物折戟的战场。

1. 被夸大的民主价值? 数字分化与民主幻象

对于线上参与平等性的过分推崇,实际上是对数字分化(digital divide)的有意忽略。尽管互联网被认为有助于改善公民参与的“赤字”,普通公民借助于网络可以直接与政

^① Michael Scherer, The Data Miners: Tech Secrets from Obama's Re-election Geek Squad, *Time*, December 19, 2012, <http://poy.time.com/2012/12/19/obamas-data-team/>.

^② Michael Scherer, Inside the Secret World of Quants and Data Crunchers Who Helped Obama Win, *Time*, November 19, 2012, pp. 56-60.

^③ 钱天培、邱猛、龙牧雪、魏子敏《助特朗普胜选、英国脱欧,深扒Facebook丑闻背后的神秘数据公司》,《大数据文摘》,转引自 <https://kuaibao.qq.com/s/20180321A001CG00?refer=spider>.

治人物沟通,签署政治请愿书,更直接地获得信息,更为平等地在线参与讨论,以及更为便利地进行线上捐款。然而,这一结论被许多新的研究所质疑:受到良好教育和富裕的人,拥有更多获得政治信息的机会、沟通和动员的机会——“政治一如往常”。^①任何政治领域的技术应用,只不过是现有权力关系的另一种呈现形式。

一方面,数字分化受到社会经济因素的影响,造成公民在线政治参与的差异。社会经济因素如年龄、性别、教育、收入,对在线政治行为产生影响,进而造成民主的分化。现有社会经济地位的不平等往往会带来使用在线工具和服务的不平等,每个人在技术能力上的差异,加剧了数字民主下的参与不平等,在政治对话、政治动员、政治信息消费与生产、社交网站政治行为上的民主分化确实存在。^②研究显示,在互联网和社交媒体广泛普及的美国,弱势群体如黑人、拉美裔人、穷人、老年人、文盲以及农民等,依旧在接触和使用网络上处于落后地位。^③另一方面,这一数字分化还体现在政党与政党之间,互联网也拉大了大党与小党在选举竞争中的差距。大型政党拥有线下的传统媒体,推动更多流量到线上,巨大的资源意味着网络更具有创新性,更方便使用 Web 2.0 工具,以及更具有参与性和互动性。^④这一点显而易见,纵观世界,鲜有大党由于对互联网工具使用不善而在竞选中被小党打败的案例,“政治一如往常”也同样适用于互联网时代的政党政治。

更为重要的是,数字化工具还制造了网络民主的幻象。互联网不仅为普通公民提供了政治参与的工具,也为政党提供了驾驭选民的工具。互联网在提高普通公民获取、辨别、分享、制造信息能力的同时,也提高了政党控制普通公民的能力。后者借助于机器学习可以进行大规模的归类研究,不仅限于政治立场上的左翼与右翼,也包括对个人政治态度和观点的区分。这些信息对于竞选经

理、广告商、捐款发起人、诈骗人乃至政治激进分子十分有价值。^⑤曾经担任小布什竞选经理的卡尔·罗夫在自传中表示,他们花了三年时间和数百万美元来完善微目标定位(microtargeting)工具,目的就是让志愿者将更多的选民拉入布什阵营。^⑥而另一位电子民主研究者格雷姆·勃朗宁更露骨地指出,对于政治精英和候选人而言,互联网跟一个大型电子剧场没什么两样,数百万人聚在里面熙熙攘攘;也像是公民课堂上的高中生们高谈阔论,但对统治他们的政策制定过程却毫无影响。^⑦

2. 难以驾驭的数字化工具? 污损利器与自由技术

政党对社交媒体的应用为其提供了玩转民主的新工具。但是这一工具反过来也可能成为污损政党和政治人物形象的利器。研究者发现,政党与选民进行线上互动时可能会

^① Michael Margolis & David K. Resnick, *Politics as Usual: The Cyberspace “Revolution”*, London: Sage, 2000, pp. 1 - 10.

^② Taewoo Nam, Whose E-democracy? The Democratic Divide in American Electoral Campaigns, *Information Polity*, Vol. 16, No. 2, 2011, pp. 131 - 150.

^③ Matthew Hindman, *The Myth of Digital Democracy*, Princeton, NJ: Princeton University Press, 2008, p. 9.

^④ Darren G. Lilleker, Karolina Koc-Michalska, Eva Johanna Schweitzer, et al., Informing, Engaging, Mobilizing or Interacting: Searching for a European Model of Web Campaigning, *European Journal of Communication*, Vol. 26, No. 3, 2011, pp. 195 - 213.

^⑤ Cass R. Sunstein, *# Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton, NJ: Princeton University Press, 2017, pp. 13 - 15.

^⑥ Karl Rove, *Courage and Consequence: My Life as a Conservative in the Fight*, New York, N. Y.: Threshold Editions, 2010, p. 366.

^⑦ Graeme Browning, *Electronic Democracy: Using the Internet to Transform American Politics*, Medford, NJ: Cyberage Books, 2002, pp. 12 - 13.

有三种明显的劣势:在线声誉受损、负面媒体关注以及有限资源限制。^① 2016年美国大选期间出现的希拉里邮件门和特朗普通俄门事件,足以显示互联网作为双刃剑对于政治人物的巨大影响。大选期间,黑客成功入侵并泄露民主党及希拉里竞选经理的邮件,希拉里和民主党的负面信息,包括操控媒体、卖官鬻爵、党内斗争、权钱交易、色情间谍等被“维基解密”不断公开,直接导致希拉里失去了竞选的优势。而尽管特朗普胜利当选,但其仍未摆脱通俄门的指责。所谓通俄门,实际上是指具有俄国背景的人士和组织通过在社交媒体开设账户、购买广告和散布假新闻等方式,攻击希拉里以及特朗普初选对手克鲁兹和鲁比欧,从侧面助力特朗普竞选。尽管这些网上行动十分隐蔽,但经过FBI调查,其中的细节逐步浮出水面,并让特朗普深受其扰。

与此同时,互联网还被看做一种“自由技术”,成为威权国家政治风险的导火索和政治动荡的催化剂。在拉里·戴蒙德看来,网络工具如互联网、移动电话、创新应用、社交媒体等,还可以成为一项“自由技术”:它通过赋权给个人,促进自主交流和动员,扩大政治、社会和经济自由,推动市民社会的出现。^② 2009年伊朗出现的“推特革命”就是由于Twitter的即时性、个体性和高度移动性特点,从而使其很难被当局掌控。反对派借助Twitter进行信息发布、网络动员、竞选造势和政治抗争。2011年在埃及、突尼斯、利比亚等国发生的“阿拉伯之春”当中,移动电话、视频与互联网结合在一起,再与Twitter、Facebook、YouTube和Reddit结合,对信息散布和政治动员发挥了极大作用,并最终导致这些中东一党制国家的政治巨变。^③ 从上述案例中不难看出,互联网降低了集体行动的门槛,通过无领导的协调发挥着“自由技术”的功能,允许封闭社会的居民传播新闻和观点,曝光腐败和动员抗争,在线技术成为一种动员反体制的抗争工具。^④ 可见,互联网也

可能成为制造骚乱,挑起街头运动、集体行动、底层暴动乃至社会革命的有力工具,因此必须在法治化的框架下予以约束。

总体而言,数字化浪潮给政党政治带来技术工具与政治环境的双重变化,也形成机遇与挑战并存的双重影响。在美国在线选举运动的引领下,建立网站进行政治传播、运用社交媒体进行政治营销、聘用大数据团队以微目标定位选民等,成为英国、法国、德国、意大利、澳大利亚等西方国家政党政治发展的最新趋势,也预示着政党政治的数字化时代已然到来。^⑤ 数字化工具的使用还带来政党政治环境的变化,特别是掀起新一轮政治参与的热潮,推动政党政治的复兴。社交媒体的交互、分享、自主和廉价属性激发了选民在线政治参与的迅速增长,为边缘性小党和独立政治候选人提供了竞选的利器,后者可以绕开主流媒体通过社交媒体直接面对选民进行政治动员。然而,不容否认,数字化浪潮也为现代政党民主带来许多不利影响,当公民神圣的选民权利被大数据分析加以精确计算和预测时,当政治候选人将报纸电视上的相互诋毁攻击移植到网络空间时,当数字化工具作为自由技术被用于颠覆主权国家政权

^① Bente Kalsnes, *The Social Media Paradox Explained: Comparing Political Parties' Facebook Strategy Versus Practice*, *Social Media + Society*, Vol. 2, No. 2, 2016, pp. 1-11.

^② Larry Diamond, *Liberation Technology*, *Journal of Democracy*, Vol. 21, No. 3, 2010, pp. 69-83.

^③ 陈家喜《国际干预与民主转型——基于“阿拉伯之春”的经验观察》,《国外社会科学》2013年第4期。

^④ Seva Gunitsky, *Corrupting the Cyber-Commons: Social Media as a Tool of Autocratic Stability*, *Perspectives on Politics*, Vol. 13, No. 1, 2015, pp. 42-54.

^⑤ Cristian Vaccari, *Digital Politics in Western Democracies: A Comparative Study*, Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2013, pp. 1-3.

时,其产生的危害较以往更甚。

面对数字化浪潮的挑战,现代政党也需要及时进行转型,继续提升数字时代的生存能力。一方面,数字化浪潮已经成为一个不可逆转的趋势,当作为现代政党政治基础的选民越来越多地成为网络原住民,其生活、工作、社交、娱乐均与数字化工具密不可分之际,现代政党也必须将注意力投入到数字化空间,继续保持与选民的密切沟通和有效互动。另一方面,数字化工具深刻改变了政党政治的运行方式,应当高度重视前者的积极价值,充分发掘政党网站的政治传播功能,扩大信息传播的即时性和互动性;充分利用社交媒体的交互功能,拉近政治精英与普通民众的距离,进行更为密切的政治沟通和更具

个性的政治营销;将大数据技术应用于政治情境预测和政策调适过程,更精准地把握选民的动态变化。

当然,对于数字化工具也不应过于迷信。研究者发现,技术与政治制度之间的关系是相互的,技术可以重塑制度,但制度将决定最终结果。^①数字空间的政治形态是现实政治的映照,大党与小党之间的政治差距很快演化为虚拟世界的数字分化。同样,网络政治宣传最终有赖于现实政策加以兑现。现代政党要善于将在线获取的政治信息及时反馈到现实政党纲领和政策主张的调整过程中,不断保持数字时代的政党适应性。

(责任编辑:祝伟伟)

※

※

※

^① Nick Anstead & Andrew Chadwick, *Parties, Election Campaigning, and the Internet Toward a Comparative Institutional Approach*, in Andrew Chadwick & Philip N. Howard (eds.), *Handbook of Internet Politics*, New York: Routledge, 2009, p. 57.