

公司型政党在西方的兴起：原因、影响与走势^{*}

张 建 伟

内容提要：自 20 世纪 90 年代以来，以大型公司为资源基础创建的公司型政党，开始作为一种新型政党形态出现在东欧、南欧与拉美等地区，其中有些政党甚至赢得大选上台执政。公司型政党的兴起，是西方社会中经济格局的调整、阶级政治的衰落、金钱选举的凸显与商业大亨的参政意愿等因素综合作用的结果。对现实而言，公司型政党的兴起导致了权力的高度个人化，同时也对政府与市场之间的关系产生了深远影响；对理论而言，公司型政党的兴起挑战了西方的政党理论与民主理论，传统的“国家—社会”关系的二维范式难再适用，须引入“国家—社会—资本”的三维范式，才能更好地分析西方政党的演化逻辑与公司型政党的未来走势。资本力量的不断增强与社会力量的相对衰落，为公司型政党的未来发展提供了潜在空间，但同时也揭示了西方民主面临着难以摆脱的现实困境。

关键词：公司型政党 政党组织 政党形态 政党演化 西方民主

自 20 世纪 90 年代以来，尤其是进入 21 世纪以来，东欧、南欧与拉美地区一些国家的政治舞台上开始出现一类新型政党，其中有些已经在本国大选中获胜并上台执政。与以往政党形态不同的是，这类政党是由某个大型商业公司的所有者依托其公司资源发起创建的。由于对商业公司的资源依赖及其运行模式的公司化，学者们称其为“公司型政党”。公司型政党的兴起打破了政党与公司之间长期存在的组织边界，给西方民主的现实运行与理论逻辑都带来全新挑战，因此需要政治学界关注和研究。为什么大型公司不再以捐赠、游说等传统方式而选择以独立创建政党的方式来参与政治？与现存政党相比，作为全新政党形态的公司型政党有哪些特点？公司型政党的兴起给西方国家^①的政治与经济运行带来哪些影响？公司型政党是代表着西方政党形态的演进方向，还是某些国家政治舞台上的“暂时景观”？在梳理相关文献的基础上，本文尝试对这些问题加以研究和回答。

^{*} 本文为国家社会科学基金青年项目“党内法规实施效果评估与提升策略研究”（17CZZ006）的研究成果。

^① 狭义的“西方国家”概念仅包括西欧、北美地区的国家以及澳大利亚、新西兰；广义的“西方国家”概念不仅包括上述国家，还包括东欧、拉美地区的国家。本文采取广义的“西方国家”概念，基于以下两点考虑：首先，“第三波民主化”之后，东欧与拉美地区的多数国家普遍采用西方政治体系与市场经济，已经属于“西方国家”；其次，除东欧和拉美地区之外，公司型政党在西方“核心地区”虽然影响较小但并未缺席，如澳大利亚就存在公司型政党，因此公司型政党在西方的“边缘地区”与“核心地区”都存在，采用广义的“西方国家”概念更为合理。

一、公司型政党的兴起及其研究

与传统社会不同,现代社会是高度组织化的。在现代社会种类繁杂的组织中,政党与公司是最重要的两类,分别支撑着现代政治系统与经济系统的运行。政治学家沙特施耐德(E. E. Schattschneider)认为政党的兴起是现代政府最重要的标识之一,难以想象现代民主在没有政党的情况下能够生存^①。同理,公司之于现代市场经济正如政党之于现代民主政治,公司的兴起是市场经济最重要的标识之一,同样难以想象市场经济在没有公司的情况下能够有效运行。

政党与公司不仅具有相似的重要地位,而且二者之间还具有相似的组织特征与运行逻辑。早在20世纪初期,马克斯·韦伯(Max Weber)就观察到,美国政治中的“党老大”就是企业家式的人物,他们不关心抽象的价值观念,而专心于利益计算^②。到了20世纪中期,两位美国著名经济学家也分别都注意到政党与公司之间运行逻辑的相似性。熊彼特(Joseph Schumpeter)认为:“任何政党在任何特定时间里当然要为自己准备一套原则或者政纲,这些原则或政纲可能是采取它们政党的特征,对它的成功极为重要,就像一家百货公司出售货品的商标是它的特征,对它的成功极为重要一般。”^③唐斯(Anthony Downs)对政党行动的动机做出“公司(企业)式”的功利主义假设,提出了著名命题——“政党是为了赢得选举而制定政策,而不是为制定政策去赢得选举”^④,试图以此为基础将政党与公司这两类截然不同的组织纳入统一的分析框架。唐斯之后,理性选择主义通常用类比的方法来研究政党与公司所遵循的相似逻辑:在经济市场中,公司之间相互竞争,以便最大化地获取消费者的金钱;同样,在政治市场(political market)中,政党之间相互竞争,以便最大化地获取选民的选票。

除了运行逻辑相似之外,在西方的政治经济体系中,政党与公司还存在功能上的互动:公司可以通过捐赠、游说等方式影响政党及其政策纲领;政党也可以通过执政后的政策影响公司的投资、管理等活动。但是,政党与公司两者之间的相互影响更多是功能上的而非组织上的。在组织上,政党与公司之间一般不存在隶属关系,而是相互平行的关系:政党运行在政治领域,而公司则运行在经济领域。这种组织上的平行关系构成了现代政经关系的基础,是人们认知的“常识”。任何偏离这一常态的行为,都会挑战既有的社会规范。比如政党(尤其是执政党)直接兴办或拥有企业的行为,不免有权力寻租之嫌;而某个私人公司对政党(尤其是执政党)的干预,也不免给人以黑箱政治的猜疑。

尽管学者们注意到政党与公司在运行逻辑上的相似性,同时也注意到二者在现实中存在着互动,但政党与公司始终恪守各自组织性质的边界。20世纪90年代之后,公司与政党在组织性质上的“硬边界”逐渐被打破,以大型商业公司为基础组建的公司型政党开始兴起,其中有些甚至在本国大选中获胜并上台执政。典型例子如,意大利商业大亨西尔维奥·贝卢斯科尼(Silvio Berlusconi)在1994年依托其费宁韦斯特集团组建了意大利力量党(FI),并依托该政党及其联盟于1994年、2001年、2005年和2008年先后4次出任意大利总理;巴拿马的知名商人里卡多·马丁内利(Ricardo Martinelli)在1998年依托其“超级99”连锁超市集团创建了民主变革党(PCD),经过1999年和2004年两次选举的历练之后,该党最终赢得2009年大选,其候选人(马丁内利本人)成功当选巴拿马总统;捷克第二大富豪、亿万富翁安德烈·巴比什(Andrej Babiš)依托其爱格富集团在2011

① E. E. Schattschneider, *Party Government*, New York: Holt, Rinehart and Winston, 1942, p. 1.

② 马克斯·韦伯:《学术与政治》,第246~247页,广西师范大学出版社,2010年版。

③ 约瑟夫·熊彼特:《资本主义、社会主义与民主》,第413页,商务印书馆,2007年版。

④ 安东尼·唐斯:《民主的经济理论》,第25页,上海人民出版社,2005年版。

年创建了自己的政党——“ANO 2011 运动(ANO2011)”^①,该党在 2013 年大选和 2017 年大选中分别取得议会第二大党和第一大党的位置,巴比什作为党魁分别在两次大选后出任第一副总理兼财政部长和政府总理(见表 1)。在这样的背景下,“公司型政党”作为全新学术概念出现了。

表 1 公司型政党的典型代表

国家	政党名称	创建时间	创始人或领导人	依托的商业公司
玻利维亚	玻利维亚公民团结联盟(UCS)	1989 年	马克斯·费尔南德斯(Max Fernández)	玻利维亚国家啤酒厂
意大利	意大利力量党(FI)	1994 年	西尔维奥·贝卢斯科尼(Silvio Berlusconi)	费宁韦斯特集团为核心的商业帝国
巴拿马	巴拿马民主变革党(PCD)	1998 年	里卡多·马丁内利(Ricardo Martinelli)	“超级 99”连锁超市集团
厄瓜多尔	厄瓜多尔国家行动制度革新党(PRIAN)	2002 年	阿罗瓦尔·诺沃亚(Álvaro Noboa)	诺沃亚的商业帝国
捷克	ANO2011 运动(ANO2011)	2011 年	安德烈·巴比什(Andrej Babiš)	爱格富集团
罗马尼亚	人民党—丹·迪亚科内斯库(PPDD)	2011 年	丹·迪亚科内斯库(Dan Diaconescu)	奥库瑞姆电视台、奥格林达出版社

从研究历程与脉络来看,随着政治学者对公司型政党的认识逐步深化,“公司型政党”的概念也经历了一个逐步成熟的过程。在研究挪威进步党(Norwegian Progress Party)与丹麦进步党(Danish Progress Party)时,罗伯特·哈默尔与拉尔斯·斯瓦桑德(Robert Harmel, Lars Svåsand)最早提出了企业家型政党(entrepreneurial party)的概念^②,用来描述那些由政治新人创建的新政党。该概念中的“企业家”其实是一种类比,它并非指这些政治新人的身份是企业家,而是强调政治新人在建党之前没有任何从政经历,其创建政党的过程就如企业家白手起家的创业过程一样。

企业家型政党的概念及时捕捉到了新兴政党的显著特征,然而其局限性也随着现实政治发展而逐渐显现出来。尤其到了 20 世纪 90 年代中期,随着贝卢斯科尼这样的商业大亨组党参政现象的出现,政党形态出现新的特点:意大利力量党的创始人贝卢斯科尼不仅是政治新人,而且还是货真价实的企业家,更重要的是该党运作模式也越来越像商业公司。这些新特征是企业家型政党的概念所无法有效涵盖的,企业家型政党只是突出强调建党新人在政治经验上的“空白”,而忽视了政治新人的身份(如是商人还是教师,是演员还是医生,等等)差异、资源基础(如是金钱还是个人魅力,抑或专业技能,等等)差异、新政党的运行方式(公司化运作还是像传统政党那样运作)差异。

由于企业家型政党的概念过于宽泛,无法精准地概括和描述像意大利力量党这样的全新政党形态,霍普金与保卢奇(Jonathan Hopkin, Caterina Paolucci)在 1999 年提出一个内涵更明确的概念——商业公司型政党(business-firm party),以此来界定那些越来越商业公司化运作的专业化选举型政党(electoral-professional parties)^③。与主流的大众型政党不同的是,这些专业化选举型政党不

① “ANO”在捷克语中的含义是“是的”,因此 ANO2011 的直译为“是的 2011”,但中国外交部的官方网站并没有具体翻译“ANO”的含义,而是直接将该党译为“ANO 2011 运动”。为了与官方的用法相一致,故本文采用“ANO 2011 运动”的译法。

② Robert Harmel and Lars Svåsand, “Party Leadership and Party Institutionalization: Three Phases of Development”, *West European Politics*, Vol. 16, No. 2, 1993.

③ Jonathan Hopkin and Caterina Paolucci, “The Business Firm Model of Party Organization: Cases from Spain and Italy”, *European Journal of Political Research*, Vol. 35, No. 3, 1999.

再倚重于底层民众,而是求诸媒体公关、民意调查等方面的选举专家,并且其意识形态也逐渐淡化甚至出现去意识形态的趋势。由此带来的结果就是,选举活动中的政党越来越像商业公司:正如商业公司通过广告等市场营销手段卖出商品一样,政党也采取类似手段来出售自己的商品——公共政策。

相对于哈默尔与斯瓦桑德的企业家型政党的概念,霍普金与保卢奇的公司型政党的概念内涵明显缩小,精确性明显提高。然而,霍普金与保卢奇的公司型政党概念仍旧存在一个明显缺陷:该概念同时涵盖了具有明显差异的两类政党。比如,西班牙的民主中间联盟(UCD)与意大利力量党,这两个新兴政党虽然都具有公司化运作的共同特征,但也存在明显区别:民主中间联盟的创建者、西班牙民主转型初期的首相苏亚雷斯(Adolfo Suarez)是体制内的政治精英,而意大利力量党的创建者富商贝卢斯科尼是体制外的商业精英,两者在身份和建党资源方面存在明显差异。为了进一步提高概念的精准性,勃兰特(William T. Barndt)基于对拉丁美洲的长期观察,独立地提出“基于企业的政党”(corporation-based parties)概念,以明确地概括由大型公司的所有者发起创建、并对大型公司存在诸多资源依赖的新型政党^①。“基于企业的政党”概念的提出,实际上进一步细化了霍普金与保卢奇的公司型政党概念,公司型政党作为一个学术概念至此才得以成熟。

二、公司型政党的概念与特征

公司型政党作为一种新型的政党形态,其产生与发展的历史至今只有 20~30 年的时间。虽然已有不少学者关注到此类政党,但受制于理论切入点的不同、案例选取的差异、以及政党形态自身的不断演化,学者们所使用的概念在名称、内涵与外延等方面并不一致。通过前文对相关概念的学术史梳理可以发现,公司型政党的概念形成是一个不断提纯的过程:随着政党形态的演进而演进,公司型政党的概念内涵越来越明确、外延越来越缩小。

(一) 公司型政党的概念

通过前述学术史的梳理可以发现,学者们在大中小三个不同维度上使用公司型政党的概念,分别对应企业家型政党(entrepreneurial party)、商业公司型政党(business-firm party)、“基于企业的政党”(corporation-based parties)。这三个概念不仅在提出时间上存在先后顺序,同时在概念内涵上也存在从大到小的关系。本文提出了三分法(trichotomy)来进一步对比和理清相关的理论概念(见表 2)。

表 2 公司型政党的概念层次

	概念层次		
	广义概念	中义观念	狭义概念
概念提出者 (时间)	罗伯特·哈默尔,拉尔斯·斯瓦桑德(1993)	乔纳森·霍普金,卡特琳娜·保卢奇(1999)	威廉·勃兰特(2014)
概念名称	企业家型政党(entrepreneurial party)	商业公司型政党(business firm party)	基于企业的政党(corporation-based parties)
构成要素	1. 新政党; 2. 创建者是政治新人	1. 新政党; 2. 创建者是具有企业家精神的政治人物(政治新人或体制内政治家); 3. 类似公司化运作模式	1. 新政党; 2. 创建者是政治新人、且政治新人身份为企业家或大商人; 3. 类似公司化运作模式; 4. 对私人公司的资源依赖

^① William T. Barndt, “Corporation-Based Parties: The Present and Future of Business Politics in Latin America”, *Latin American Politics and Society*, Vol. 56, No. 3, 2014.

三分法的提出,在很大程度上是为了克服学者们普遍使用的二分法。霍普金与保卢奇提出的商业公司型政党的概念,涵盖了所有在运行模式上具有某种商业化色彩的政党,其中两个典型案例是西班牙民主中间联盟与意大利力量党^①,而没有注意到这两个政党创始人的身份差异:前者一直是体制内政治精英,而后者在创建政党之前则一直是体制外商业精英。在霍普金与保卢奇的概念基础上,库维尔(André Krouwel)对公司型政党作了明确分类:第一类是政党与创始人的商业公司存在直接联系,如意大利力量党(与贝卢斯科尼的商业帝国)、捷克的“ANO2011运动”(与巴比什的爱格富集团)等;第二类是只按照商业原则新组建的政党组织,如西班牙民主中间联盟^②。

在上述三位学者研究的基础上,有学者进而将之概括为公司型政党概念的最大化(maximal conceptualization)与最小化(minimal conceptualization)^③。所谓最大化的公司型政党概念,指的就是霍普金与保卢奇最早提出的商业公司型政党概念,其涵盖了所有运行模式上具有某种商业化色彩的政党;所谓最小化的公司型政党概念,指的就是安德烈·库维尔所指的第二类公司型政党,即由私人企业家依托其公司创建的新型政党,如意大利力量党和捷克的“ANO2011运动”。按照这样的分类标准,勃兰特提出的“基于企业的政党”(corporation-based parties)概念,同样属于最小化的概念阵营^④。

然而,采用最大化与最小化的两分法来界定公司型政党,虽然明确区分开了两种形态不同的公司型政党,却忽视了另一个在外延上更大的类似概念,这个概念就是前文中提到企业家型政党(entrepreneurial party)。因为企业家型政党涵盖所有由政治新人创建的政党,不管其身份是否是真正的企业家。因此,一旦将企业家型政党的概念考虑进来,赫卢舍克与科佩切克的两分法的局限性就显现出来,因为企业家型政党的概念在外延上要远大于赫卢舍克与科佩切克所界定的最大化概念。为了克服上述局限,本文提出了三分法概念层次。在上述三分法概念基础之上,本文采取狭义上的公司型政党的概念,并将其界定为:公司型政党是在西方多党制的制度环境下,由大型私人企业的所有者依托其公司的各项资源发起创建并按照公司化模式运行的全新政党形态。

需要指出的是,本文所界定的公司型政党概念有明确的适应范围:其一,公司型政党主要的生存土壤是“西式”的竞争性民主框架,因此本文所指的公司型政党主要是在西方政党制度的语境之下;其二,该概念中的“公司”指的是大型私人公司,不包括小型公司与国有公司,因为小型公司不具有创建政党的有效资源,而国有公司在资本主义国家中缺乏建构政党的动机与空间;其三,该概念凸显了公司型政党对私人公司的资源依赖,这一点既是公司型政党区别于其他政党的根本特征,也是决定公司型政党的存在和运行逻辑的最重要因素,公司型政党的其他特征实际上都可以从这一根本特征中推导出来。

(二)公司型政党的特征

公司型政党首先是政党,因此具有西方政党的一些普遍特征,如具有自己的名称和组织机

① Hopkin, J. and C. Paolucci, "The Business Firm Model of Party Organization: Cases from Spain and Italy", *European Journal of Political Research*, Vol. 35, No. 3, 1999.

② André Krouwel, "Party Models", in Richard Katz and William Crotty, Eds., *Handbook of Party Politics*. London: Sage, 2006, pp. 249 ~ 269.

③ Vít Hloušek and Lubomír Kopeček, "Entrepreneurial Parties: A Basic Conceptual Framework", *Czech Journal of Political Science*, Vol. 24, No. 2, 2017.

④ William. T. Barndt, "Corporation-Based Parties: The Present and Future of Business Politics in Latin America", *Latin American Politics and Society*, Vol. 56, No. 3, 2014.

构、具有特定的政党纲领、推选候选人参加竞选、竞选获胜后负责组建政府等。但作为一种全新的政党形态,公司型政党又具有某些典型特征,这些典型特征是先前的政党所缺乏的或不完全具备的。

第一,严重依赖公司资源。与先前的诸多政党形态相比,对私人公司资源的严重依赖是公司型政党独有的特征,这种依赖性体现在两个方面:排他性与全方位性。排他性是指公司型政党通常是以某个大型公司为母体单独组建的,而不是由若干个公司共同参与组建。在西方多党制环境下,政党依赖私人公司资源并不奇怪,政党的竞选经费除了来自成员党费、个人捐赠与国家补助之外,有相当部分来自公司和企业捐赠^①,每个企业或公司可以向某个政党或某些政党捐赠政治献金,每个政党也可以接受来自不同公司的政治献金。在这种情况下,单独的某个政党对某个公司的排他性依赖是较为罕见的。公司型政党的出现则改变了上述通则,这类政党通常由某个大型公司单独组建,如意大利力量党是由贝卢斯科尼的费宁韦斯特集团公司出资组建、捷克的“ANO2011 运动”由安德烈·巴比什的爱格富集团公司组织组建。这些大型公司在政党的组建、运行、竞选等过程中投入巨大资源,由此造成公司型政党对其“母公司”资源的排他性依赖。

全方位性是指公司型政党对其“母公司”的依赖不仅是金钱上的,还包括人员、组织、市场等各个方面。威廉·勃兰总结了典型的公司型政党对“母公司”存在五方面的资源依赖:首先是严重的资金依赖,母体公司的资金资源在政党组织的日常运行和竞选过程中都发挥着举足轻重的作用;其次是组织资源的依赖,包括办公空间、后勤补给、信息技术;再次是人力资源的依赖,包括母体公司的领导和雇员在需要时可以直接为政党所用,如市场营销、法律咨询、公共关系等方面的专业人才;复次是客户(市场)网络资源,母体公司的客户资源可以转化政党的选民基础;最后是广告资源,政党可将公司的广告资源用作政党宣传^②。

第二,政党领袖个人主导。由于公司型政党是以单一的大型公司为母体组建的,而这些大型公司又通常属于某个企业家,因此这些企业家就很自然地成为公司型政党的领导核心。这些企业家具有两种身份,一方面他们是各自公司的所有者,另一方面他们又是公司型政党的领袖(党魁)。但无论在何种身份中,共性都是其个人发挥着主导作用。这些商业大亨作为党魁,不仅创建了公司型政党,而且在公司型政党的运行、议题设定、竞选方案、甚至组建政府等过程中都发挥着至关重要的作用。因此在谈到政党领袖地位时,捷克“ANO2011 运动”的党魁安烈德·巴比什甚至直言不讳地说出“钱是我出的,因此我说了算”(“I’m Paying, So I Decide”)^③。

第三,内部组织结构失衡。党魁个人在公司型政党中的主导作用,造成政党在组织结构上的失衡。这种失衡表现在两个方面:首先是领袖个人与组织成员权力分配失衡。领袖支配的集权结构导致党内民主缺乏或微弱,普通党员在组织中无足轻重,这一点与大众型政党形成鲜明对比。在大众型政党中,普通党员构成政党生存与发展的基础,党员参与政党的组织活动并通过党内民主对政党领袖及政党官僚形成有效约束。然而在公司型政党中,政党领袖对政党成员的依赖很小,在招募本党精英成员、推荐本党成员担任公职等方面,政党领袖具有相当大的主导权;其

① Nubia Evertsson, “Corporate contributions to electoral campaigns-the current state of affairs”, in Jonathan Mendilow and Eric Phélippeau, eds., *Handbook of Political Party Funding*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited, 2018, pp. 33 ~ 54.

② William. T. Barndt, “Corporation-Based Parties: The Present and Future of Business Politics in Latin America”, *Latin American Politics and Society*, Vol. 56, No. 3, 2014.

③ Kopeček, Lubomír, “I’m Paying, So I Decide: Czech ANO as an Extreme Form of a Business-Firm Party”, *East European Politics and Societies*, Vol. 30, No. 4, 2016.

次是党的中央组织与地方组织之间失衡。在政党的建构策略上,公司型政党通常采取自上而下的方式,围绕全国大选的目标展开,造成了政党组织出现“头重脚轻”的特征^①。

第四,竞选策略公司化。公司型政党的竞选策略非常类似于商业公司的营销策略。由于组织结构上的局限,公司型政党在竞选过程中无法像大众型政党那样采取“人力密集型”战略,而只能选择“资本密集型”战略。在竞选过程中,公司型政党依托公司的雄厚商业资源,充分运用民意调查和市场营销手段来了解民意和吸引选民,最大限度地发挥媒体公关、选举专家、咨询专家等专业人士的作用。在竞选纲领上,公司型政党通常缺乏清晰准确的意识形态导向,强调政策导向的实用性与灵活性,以选民的观点为中心而非以意识形态立场为主导,这一竞选逻辑实际上类似于公司所遵循的“客户逻辑”。

三、公司型政党兴起的原因

对于个别国家来说,某个大型公司所创建的政党可能仅是其政治舞台众多的新政党之一,而对于整个西方来讲,公司型政党却代表着一种全新的政党形态。因此如何解释公司型政党兴起的原因,就成为研究过程中的核心问题。而要解释公司型政党兴起的原因,需要同时把握西方的普遍现实与国别的特殊因素,从宏观的政治经济层面与微观的个人层面着手分析。

(一) 经济格局深刻调整与巨型公司的崛起

马克思主义政治学认为,经济基础决定政治上层建筑,“人们在自己生活的社会生产中发生一定的、必然的、不以他们的意志为转移的关系,即同他们的物质生产力的一定发展阶段相适合的生产关系。这些生产关系的总和构成社会的经济结构,即有法律和的政治的上层建筑竖立其上并有一定的社会意识形式与之相适应的现实基础。物质生活的生产方式制约着整个社会生活、政治生活和精神生活的过程。”^②公司型政党作为一种崭新的政党形态,无疑属于政治上层建筑的范畴,必然由其特定的经济基础决定。因此,要探寻公司型政党兴起的原因,首先就要从其经济基础中去寻找。

从时间维度来看,公司型政党主要兴起于20世纪90年代之后,这并不是偶然。20世纪90年代初,以市场经济为导向的新自由主义开始主导东欧与拉美等地区,国家减少了对经济的直接干预,以私人公司为主导的市场主体逐渐崛起。特别是随着新技术的不断发展以及经济全球化的不断推进,资本的聚集效应不断扩大,“富可敌国”的大型私人公司的力量越来越大,“在世界范围内,资本日益集中,兼并与收购的戏码不断上演,这是马克思当年清楚预见的过程,它造就了全新的和极为强大的经济寡头。虽然跨国公司不是当今资本主义组织唯一的经济形式,但是,就象征性形式而言,它们是资本主义的最佳代表。2001年,在世界百大经济体中,有51个是跨国公司,相形之下,只有49个是民族国家。”^③在这样的背景下,大型公司不仅拥有了非常雄厚的经济资源,可以影响国家的经济发展,而且具有左右政局的潜在力量。这些巨型公司掌握的资源,在适当条件下可以很容易地转化为建构政党的物质基础。

(二) 阶级结构与政党体系发生变化

在经济格局发生深刻调整的背景下,西方的阶级结构同样发生了明显变化,这种变化进而影

^① Caterina Paolucci, “The Nature of Forza Italia and the Italian Transition”, *Journal of Southern Europe and the Balkans Online*, Vol. 8, No. 2, 2006.

^② 《马克思恩格斯选集》,第2卷,第2页,人民出版社,2012年版。

^③ 保罗·金斯伯格:《民主:危机与新生》,第41页,中国法制出版社,2012年版。

响了其政党体系。政治学家李普塞特(Seymour Martin Lipset)与罗坎(Stein Rokkan)发现,现代西方政党之间对立模式的根源可以追溯到近代以来的民族革命和工业革命,这两次革命催生出四条社会分野线:中心-外围、国家-教会、土地-工业、所有者-工人。其中工业革命直接催生出近现代社会中地主阶级与新兴工商业精英、资本所有者与雇佣劳动者的利益冲突,这两类阶级利益冲突在政治上的直接体现,就是西欧社会中普遍存在的保守主义政党与自由主义政党的对立,以及自由主义政党与工人阶级政党(社会主义政党)的对立^①。因此,现代西方政党体制,实际上主要是其工业化以来的社会阶级结构的反映。

随着西方后工业社会的来临,社会结构逐渐多元化,传统上以“左-右”意识形态为基础的社会结构日渐瓦解。普通公民的阶级身份与阶级认同感随之下降,很多西方国家都出现了党员规模的锐减。由此造成以阶级政治为基础的传统政党体制在不少西方国家开始衰落甚至瓦解,这就为包括公司型政党在内的各类新型政党的兴起提供了机会空间,意大利在这方面非常典型。虽然在20世纪上半叶意大利建立过法西斯政党而偏离了西方主流的政党模式,但二战后的意大利很快就重回正轨,建立了符合西方民主规范同时又能保持相对稳定的政党体制。天主教民主党(DC)长期处于执政党地位,意大利共产党虽长期是议会第二大党,但基本上一直处于在野地位,因此其政党体制类似于日本的主导党体制。到20世纪90年代初期(1992—1994),意大利原有的政党体系土崩瓦解,二战后一直在政治舞台上活跃的政党(如天主教民主党、共产党、社会党、社会民主党、共和党、自由党等)全部消失。这样的“政治地震”为公司型政党的出现提供了充分机会。

而对于东欧和拉美等这些西方的外围地区而言,受制于不同的社会历史发展模式,其政党体制通常缺乏西欧式的稳定的阶级分野基础,由此造成其政党体制制度化程度较低。这些地区政党体制的普遍特征是,弱化的组织结构、低制度化与高波动性、缺乏与公民社会的有机联系、意识形态的区分度不大、组织内充斥着人格主义、庇护关系等非正式制度因素。在低制度化的背景下,政党建构面临的最大困境是如何找到稳定的组织资源作为其生存和发展的现实基础,如成员、经费、认同等组织资源要素。大型公司具备三项非常关键的组织要素:跨地域的组织、清晰的品牌标签、内部的统一性,这三项组织要素对于建构政党来说至关重要^②。

(三) 选举成为越来越昂贵的权力游戏

随着大众型政党衰落,选举过程变得越来越职业化与专业化,选举在西方已经成为越来越费钱的游戏。高额的竞选经费成为普通公民在竞选过程中无法逾越的障碍,同时却为公司型政党的兴起提供了机会。大型公司作为一种现代商业组织,在建构现代政党时所具有的资金资源、办公资源、人力资源、客户资源和媒体资源,是其他组织无法比拟的。这些商业资源可以轻易地转化为建党所需的政治资源,从而为公司型政党的兴起提供强大的资源基础。尤其重要的是,不少商业公司本身就拥有媒体资源,这就更为公司型政党的崛起提供了巨大优势。

以意大利的贝卢斯科尼和捷克的安德烈·巴比什为例,这两个“百亿富翁”分别以其大型私人公司为基础创建了各自的政党,并以此为政治基础登上政治舞台。贝卢斯科尼作为意大利的

① Lipset S. M., S. Rokkan, “Cleavage Structures, Party Systems and Voter Alignments: An Introduction”, in Seymour Martin Lipset and Stein Rokkan, eds., *Party Systems and Voter Alignments: Cross-National Perspectives*, New York: Free Press, 1967, pp. 1 ~ 64.

② William T. Barndt, “The Organizational Foundations of Corporation-Based Parties”, in Steven Levitsky, James Loxton and Jorge I. Domínguez, eds., *Challenges of Party-Building in Latin America*, Cambridge: Cambridge University Press, 2016, pp. 356 ~ 380.

亿万富翁,曾以拥有110多亿美元资产位列福布斯全球富豪榜第21位。在20世纪90年代从政之初,贝卢斯科尼已拥有意大利最大私营电视台、最大出版公司、AC米兰足球俱乐部、以及银行、保险等行业在内的500多家公司,是当时意大利的首富。捷克的安德烈·巴比什同样是亿万富翁,拥有46亿美元的个人资产(2018),被喻为“捷克版特朗普”,也有人将其称为捷克版的贝卢斯科尼——巴比斯科尼(Babisconi)。天鹅绒革命之后,巴比什建立了爱格富集团(Agrofert),主营农业、食品与化工业,拥有256家分公司和总共34000多名雇员,是捷克分公司数量最多、同时也是雇员最多的集团公司。为给从政铺平道路,巴比什的爱格富集团积极向传媒领域发展,收购马弗拉出版集团,该集团拥有多份在捷克家喻户晓的报纸^①。

(四)商业大亨的政治参与动机愈发强烈

上述三个方面的原因从客观方面为公司型政党兴起铺平道路,但公司型政党能否出现,还取决于商业大亨的主观意愿及选择。如果商业大亨不愿意组建政党参政或选择其他方式影响政治,那么公司型政党也就不会出现。具体来讲,商业大亨组党参政的主观选择来源于两个方面:

第一,利用政治手段来实现某种经济目标。公司作为市场主体,必然受到本国政策环境的影响,有些大型(跨国)公司甚至还受到其他国家政策的影响(尤其是在经济全球化时代),因此主动地影响国家的相关政策就成为大型商业公司的理性目标之一。传统上,公司往往通过利用利益集团(行业协会)进行游说、向特定政党捐纳政治献金、与政治家建立私人关系等方式来影响政府的有关政策。当上述方式在特定的条件下失效时,大型商业公司就有了直接创建政党的动机,以维护其既有经济利益或推行有利于其所属行业政策。例如,贝卢斯科尼的商业扩张在很大程度上基于他与意大利上层政治家的紧密关系,尤其是与贝蒂诺·克拉克西(Bettino Craxi)的私人关系,克拉克西曾担任意大利总理多年^②。但是到了20世纪90年代初期,意大利的政党体制崩溃了,贝卢斯科尼的那些政界老友大多黯然下台甚至锒铛入狱。与此同时,既有政党体制解体使得左翼政党的上台机会大增,这无疑给贝卢斯科尼这些大资本家的经济利益带来潜在威胁,使其产生直接创建政党的动机,以便维护其既得经济利益。

第二,商业成功带来人格魅力与个人自信。商业上的成功不仅为这些大亨提供了雄厚的资金支持,也增加了这些大亨的自信,他们相信并试图使选民们相信,他们在商业上的成功经验可以移植到对国家的管理上。初踏政坛之时,贝卢斯科尼就自豪地展示自己辉煌的商业履历,从地产业到媒体,再到AC米兰足球俱乐部的老板和主席,他在商业领域的每一步都成功了,因此他认为自己从政之后没有任何失败的理由^③。在“ANO2011运动”成立后不久,巴比什在被问到为什么要从政时曾答道:“我从来不是什么政治家,而且永远也不会……我是一名管理者(manager)。议会应该交给政治家,而政府则应该交给管理者……如果捷克是个公司的话,一千万的公民都是其股东。在愚蠢的管理者的经营下,这个公司现在负债累累。最要命的是,管理者还存在窃取的行为。”^④

① Hanley Seán, Vachudova Milada Anna, "Understanding the Illiberal Turn: Democratic Backsliding in the Czech Republic", *East European Politics*, Vol. 34, No. 3, 2018.

② Kopeček, Lubomír, "I'm Paying, So I Decide: Czech ANO as an Extreme Form of a Business-Firm Party", *East European Politics and Societies*, Vol. 30, No. 4, 2016.

③ Gianfranco Pasquino, "Italy: The Triumph of Personalist Parties", *Politics & Policy*, Vol. 42, No. 4, 2014.

④ Kopeček, Lubomír, "I'm Paying, So I Decide: Czech ANO as an Extreme Form of a Business-Firm Party", *East European Politics and Societies*, Vol. 30, No. 4, 2016.

四、公司型政党兴起的影响与挑战

公司型政党属于新生事物,如何看待此类政党的兴起所带来的影响并预测其未来走势,自然就成了西方学界和政界都关注的重要问题。在西方现有政党形态出现深刻危机的背景下,公司型政党作为全新的政党形态,依托其母体公司的资金、人力与组织等资源优势脱颖而出,给西方政党的未来带来一线生机。不少国家的选民也曾希望公司型政党的领袖可以将其企业家精神融入国家治理过程,去除现有痼疾并引领国家发展,于是投票将其推上执政地位。然而,由于独特的资源依赖关系、领袖的主导地位等固有的属性,公司型政党的兴起也给现实与理论带来诸多挑战,包括对政党理论与民主理论的挑战,也包括获取执政地位的公司型政党对现实政治与经济的深刻影响。

(一)对西方政治与经济的现实影响

首先,公司型政党带来的影响是权力的高度个人化。对私人公司的严重依赖造成公司型政党的运行始终以其领袖为核心,政党领袖个人的权力行使具有相当大的自主性空间,而公司型政党作为组织却缺乏有效制约其领袖的能力。当公司型政党尚处于在野状态时,其领袖的权力范围只限于政党组织本身,权力个人化的影响范围相对有限。而一旦公司型政党在大选中获胜并上台执政,政党领袖权力的个人化色彩就会借助于国家机构而放大,其作为政府首脑,可以将与自己公司关系密切的人安插在政府或国有部门的关键职位上。事实上,捷克的巴比什就是如此。作为“ANO211 运动”党的领袖,巴比什在 2013 年首次以第一副总理兼财政部长的身份加入政府之后就借助国家机构获得了相当大的权力,他撤掉了国家税务稽查机构与国家财政分析机构的负责人,换上了与其公司爱格富集团有亲密关系的人选;他还启动了一项对全国各商业公司的财务核查,以检查各商业公司是否遵守税法,但这检查实际上给巴比什获取商业对手的信息提供了方便,从而引发公众对其滥用国家权力的质疑。

其次,对政府与市场关系而言,公司型政党的兴起带来的影响同样不小。由于公司型政党起源于其创始人所有的私人公司,因此,此类政党获胜上台之初,人们难免会对其政策的公平性存疑,比如政策是否会向其公司所属行业倾斜等。赫卢舍克与科佩切克甚至认为,党魁作为政党的创立者,会将政党作为实现其个人商业利益与政治利益的私人工具^①。例如,巴拿马民主变革党党魁马丁内利甫一担任总统,就设置了负责冷藏行业的副国务秘书职务,负责建设一个全国范围的大规模冷链系统,以便更有效地将粮食从农村向城市中心运输^②。此项措施无疑给超市行业带来诸多好处,尤其是对巴拿马国内的超市行业而言,但不容忽视的是民主变革党背后恰恰是依靠马丁内利的 99 超市集团,因此该政策就难以摆脱以公利私之嫌。在公司型政党执政的情况下,政治利益与经济利益、公共利益与私人利益的边界正变得越来越模糊。

(二)对西方政党理论的挑战

公司型政党的兴起不仅对西方现实政治产生重要影响,也产生深远理论影响,其中最直接的就是从根本上挑战了西方政党理论对政党性质的既有理论认知。自诞生以来现代政党经过复杂

① Vít Hloušek and Lubomír Kopeček, “Entrepreneurial Parties: A Basic Conceptual Framework”, *Czech Journal of Political Science*. Vol. 24, No. 2, 2017.

② William. T. Barndt, “Corporation-Based Parties: The Present and Future of Business Politics in Latin America”, *Latin American Politics and Society*, Vol. 56, No. 3, 2014.

的演化与变迁,西方政党理论对政党性质的基本认识可概括为两类:

第一类是将政党看作具有公民社会性质的非营利性与非政府性组织,即“社会的党”。从此角度来看,政党与其他社会组织没有本质区别,其核心特征是该组织具有正式的组织机构,该组织机构主要由自愿加入的组织成员构成,并依靠组织成员的忠诚及其提供的党费、社会捐助来维持组织的运行,而组织则向其成员提供公共物品^①。20世纪的大众型政党都属于此类典型的“社会的党”。第二类是将政党定位为具有公权力属性的国家机关或准国家机关,即“国家的党”。这种观点基于对政党组织变迁趋势的分析,随着时代的发展,民众对政党组织的认同度与归属感不断降低,党费收入的比重逐渐降低,而国家财政补助逐渐提升,导致政党对国家财政资源的依赖逐渐增强,因此政党的角色也逐渐从“社会的党”转变为“国家的党”,即卡茨(Richard Katz)所谓的“卡特尔型政党”^②。

无论是作为“社会的党”的大众型政党还是作为“国家的党”的卡特尔型政党,实际上都没有逸出西方主流的“国家与社会关系”的理论框架。在“国家与社会关系”的框架中,政党承担的主要功能是沟通国家与社会的中介或枢纽。政党是社会融入国家或国家嵌入社会所必需依靠的制度化的组织工具,是承担着公共职能的“公共组织”。大众型政党的成本主要由社会(成员党费、捐助等)“埋单”,卡特尔型政党主要由国家(税收)“埋单”。

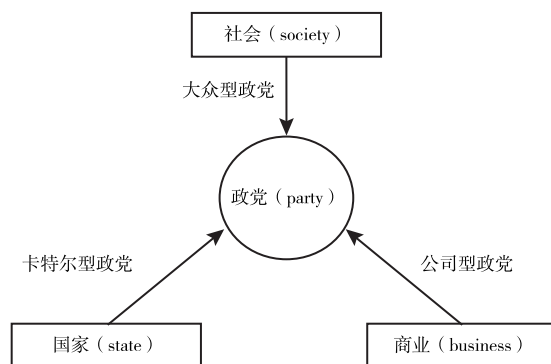


图1 政党的性质:从二维到三维

公司型政党的出现对上述两种认识模式同时提出了挑战,公司型政党既放弃了对公民社会的依赖,也放弃了对政治国家的依赖,而转向了对最典型的盈利性组织——公司的依赖(见图1)。对私人公司的排他性依赖,实际上使公司型政党变成了私人公司的附属组织。在这种情况下,尽管公司型政党依然承担着动员、选举、执政等政党的核心职能,但其是否还具有“公共组织”的性质定位则受到较大挑战。一旦政党由“公共组织”蜕变为“私人组织”,西方的代议制民主理论就会受到根本挑战。

(三)对西方民主理论的挑战

公司型政党的出现,颠覆了政党“公共组织”的性质,而沦为私人公司的“附属组织”。当政

① Nicole Bolleyer, "The Change of Party-State Relations in Advanced Democracies: A Party-Specific Development or Broader Societal Trend?" in W. C. Müller and H. M. Narud, eds., *Party Governance and Party Democracy*, New York: Springer, 2013, p. 242.

② Katz, R. S. and Mair, P. "Changing models of party organization and party democracy: The emergence of the cartel party", *Party Politics*, Vol. 1, No. 1, 1995.

党受制于资本的排他性控制后,西方民主中的固有张力可能因此而扩大。从学理上看,现代西方的代议制民主本质是指“一个建立在自愿义务基础上的秩序”^①,即相互之间平等的自由人以契约的方式建构的政治秩序。然而西方民主从诞生的一刻起,就始终面临着一个本质上的困境:形式上的平等与实质上的不平等之间的张力。即在普选条件下,具有选举权的公民在政治上看起来是自由和平等的,但从财产和社会属性上来看,人与人之间的差别非常明显。马克思对此作出极为深刻的解读:“当国家宣布出身、等级、文化程度、职业为非政治的差别,当它不考虑这些差别而宣告人民的每一成员都是人民主权的平等享有者,当它从国家的观点来观察人民现实生活的一切要素的时候,国家是以自己的方式废除了出身、等级、文化程度、职业的差别。尽管如此,国家还是让私有财产、文化程度、职业以它们固有的方式,即作为私有财产、作为文化程度、作为职业来发挥作用并表现出它们的特殊本质。”^②

从实际政治演进来看,代议制民主理论的根本困境实际上一直未能得到根本摆脱。在大众型政党的阶段,上述张力只是得到部分缓解,特别是随着社会民主党和工人党的上台以及福利国家的拓展。而公司型政党的出现可能再次将形式平等与实质不平等之间的张力拉大,“政治与财阀已经联起手来,导致选举结果前所未有地依赖于大量或极为大量的金钱。……在投票时,个人在形式上是平等的。若根据马克思的措辞,选民们只是在选举日才披上他们的‘狮子皮’;他们也只在那一刻才像密尔所天真设想的那般,以‘真正的主权者’面目出现。但是,在市民社会中,他们是并且仍然是不平等的,他们对选举过程所拥有的影响力或主导力相当参差不齐,所扮演的角色也完全不同。现代选战并非在公平的竞技上进行,而且,在几乎所有的民主国家中,人们对选举经费的增长已经彻底失去了控制。”^③

进一步的挑战还体现在,一旦政党完全被资本“俘获”,西方民主理论的预设逻辑可能就因此而崩塌。这个预设逻辑即是:以社会来制约权力,以权力来制约资本,在此过程中实现和保障普通大众的权利与利益。在西方资本主义发展的早期,资本与劳工在政治上的代表性实际上是不平衡的,建立在财产权限制之上的选举资格,将工人阶级大多数排除在政治决策过程之外,而资本的力量却可以借助议会等机构发挥重要影响,马克思和恩格斯在《共产党宣言》中对此作了极为深刻的解读——“现代的国家政权不过是管理整个资产阶级的共同事务的委员会罢了。”^④在这种情况下,作为社会主体的工人阶级实际上受到权力与资本的双重压迫。工人阶级随后通过政治抗争逐步获得选举权,并以组建政党(工人党或社会民主党等左翼政党)的方式获得政治影响力,资本与劳工的政治权力也由原先的失衡转向平衡。政治权力由原先偏向资本一方,转为劳资双方制度化博弈的平台,国家的自主性与公共性得以提升,也就是说权力—资本—社会三者之间形成了平衡。而随着公司型政党的崛起,资本与权力可能形成更为紧密的内在联系,少数富人同时以商业寡头和国家管理者的面目出现,权力—资本—社会三者之间的平衡可能再次被打破,其对西方民主的影响将是极为重大和深远的。

五、结语:公司型政党的走势与前景

作为全新的政党形态,公司型政党的兴起为观察西方政党形态演化提供了新的窗口。不少

① 克里斯托夫·默勒斯:《民主:苛求与承诺》,第19页,清华大学出版社,2017年版。

② 《马克思恩格斯文集》,第1卷,第29~30页,人民出版社,2009年版。

③ 保罗·金斯伯格:《民主:危机与新生》,第30~31页,中国法制出版社,2012年版。

④ 《马克思恩格斯选集》,第1卷,第402页,人民出版社,2012年版。

学者认为,公司型政党是西方政党未来的演化方向。英国思想家克劳奇(Colin Crouch)对21世纪的西方政党形态作了大胆的推测:“如果我们从目前的趋势推测,那么21世纪的政党的典型形态将会由具有自我再造能力的内部精英组成,其远离了社会大众根基而直接将自身嵌入商业公司,政党利用公司的资金来购买民意调查、政策咨询、选票收集等服务,而作为交换,公司则通过其支持的政党上台执政来获得政治影响力。”^①荷兰政治学家库维尔(André Krouwel)也同样认为公司型政党是西方政党形态发展的结果,他将政党划分为精英(干部)型政党、大众型政党、全方位(选举至上)型政党、卡特尔型政党、公司型政党,并认为这五类政党形态存在着前后相继的演化逻辑。在他看来,公司型政党的崛起,在很大程度上克服了卡特尔型政党的诸多局限,在某种程度上代表着西方政党未来的发展方向^②。

然而从现实来看,公司型政党在发展上面临不少困境,目前普及程度也并不高。从起源及其资源基础来看,公司型政党过于依赖建立者的人格魅力及其商业公司所提供的资源,因此其社会基础通常比较薄弱。同时由于公司型政党过于依赖其创始人(或领导人)的个人资源和人格魅力,其未来发展可能因领导层更替而衰落。而从出现的地域来看,公司型政党主要出现在东欧、南欧与拉美等西方的“边缘地区”,在西欧与北美等西方的“核心地区”影响较小。而且即使在东欧和拉美地区,获得上台执政的公司型政党仅局限于少数国家。据威廉·勃兰特统计,在整个拉美地区的307个新政党中,有16个是由某个公司发起创建的,大概只占全部新政党的5%,而且这16个公司型政党中的10个已经失败了,其余6个政党的走势则有待观察^③。

由此可见,理论预测与现实发展之间存在明显张力。公司型政党是代表了西方政党未来的演化方向,还是采用西方政党制度国家政治舞台上“昙花一现”的景观?对此,我们目前不能做出有效判断,但可以肯定的是西方政党其实一直处于演化过程中,所谓“历史的终结”并不存在。学界之前通常从国家与社会关系的二元维度来讨论政党的发展演化,而公司型政党的兴起实际上又提出了资本的全新维度。因此,公司型政党的未来演化,从根本上取决于国家—社会—资本之间的复杂互动。尽管公司型政党尚未成为目前的主流政党形态,但不容忽视的是资本的聚集效应导致巨型公司的不断涌现,与此同时西方诸国的社会资本却在不断下降,由此带来的结果就是国家—社会—资本三者之间的力量失衡。资本力量的增强与社会力量的衰落,使以社会制约国家、再以国家制约资本的制度逻辑面临前所未有的挑战。而如何制约权力的“利维坦”与资本的“利维坦”,不仅是政治学家应该探究的理论问题,而且是西方民主未来可能面临的现实问题。一旦权力与资本完全结合,那么西方社会面临的或许就是西方“民主的终结”。

作者:张建伟,中南民族大学公共管理学院(武汉市,430074)

(责任编辑:林立公)

① Colin Crouch, *Post-Democracy*, Cambridge: Polity Press, 2004, pp. 74 ~ 75.

② André Krouwel, “Party Models”, in Richard Katz and William Crotty, eds., *Handbook of Party Politics*, London: Sage, 2006, pp. 249 ~ 269.

③ William T. Barndt, “The Organizational Foundations of Corporation-Based Parties”, in Steven Levitsky, James Loxton and Jorge I. Domínguez, eds., *Challenges of Party-Building in Latin America*, Cambridge University Press, 2016, pp. 356 ~ 380.