

“既生瑜,何生亮”——哈特与德沃金的隐秘纠葛

何源

晚年的哈特将大部分精力暗暗用于回应德沃金的批评。为回应德沃金的观点,哈特曾在《噩梦与美梦》一文中分别以“噩梦”与“美梦”来比喻自己和德沃金的法学思想。如其所言,对于彼此而言,这两位互相欣赏又互相看不惯,渴望了解又刻意保持冷淡的法学家又何尝不是对方的“噩梦”与“美梦”。

在二十世纪的西方法学界,哈特与德沃金无疑是两位声誉卓著的大师。前者是新分析实证主义法学的奠基人,后者是新自然法学的领军人。德沃金对哈特理论的批判所引发的论辩被公认为是二十世纪最重要的法哲学论战之一。一般认为,在论战中,德沃金的对手主要是哈特的拥护者们。哈特本人在有生之年几乎未曾亲自参与论辩,只是在其逝世后再版著作的“后记”中对德沃金的观点做出长篇回应。但事实上,哈特在晚年一直致力于对德沃金的理论进行回应和批判,只是德沃金对此几乎毫不知情。究竟为何会出现这样奇怪的情形?要回答这一问题,则不得不谈到两位顶尖法学家之间颇为令人唏嘘的交往,以及二人惺惺相惜却又带有某种瑜亮情结的隐秘纠葛。

早在 1955 年,哈特与德沃金便已存在联系。那时,哈特是牛津大学的法理学教授,正处于职业生涯中的“黄金岁月”。他致力于实现哲学与法律的对话,且其一生中最为著名的代表作《法律的概念》雏形也在此期间逐渐形成。德沃金则是哈佛大学的一名普通学生,正在牛津大学交流学习。哈特极为偶然地对这名来自美国的本科生产生了深刻印象。当时,哈特一边无聊地批改结业试卷,一边向身旁的助手抱怨阅卷令他虚度光阴。突然间,一个名叫“德沃金”的考生所提交的答卷令哈特眼前一亮。其精妙的回答,让他不得不给出极高的分数。然

而,哈特心中也暗暗生出一丝焦虑。他从德沃金的答卷中,感受到这个学生很可能会对自己即将出版的《法律的概念》一书做出激烈批判。很多年后,哈特在一次学术演说中,公开坦承他当年看到德沃金答卷时的焦虑,并认为这种焦虑曾给自己造成了“智识与个人情感上的巨大困惑”。

1956 年 9 月,哈特赴哈佛大学访学。其间,他特意找到德沃金,邀请他共进晚餐。用餐时,正处于求职迷茫期的德沃金向哈特咨询,自己应当从事学术研究还是实务工作。哈特却令人意外地提出他应当选择后者。提出这种建议的具体理由以及哈特当时的真实心态已无从考证。唯一可以确定的是,德沃金听从了哈特的建议,先去美国最高法院担任法官助理,然后在纽约市一家

大型律所担任律师。不过,德沃金始终无法在实务工作中获得成就感。几年后,他放弃了律所的高薪职位,决定重新“思考、争辩那些艰难的、重要的和值得的事情”。1962 年,德沃金获得了生平第一份教职:耶鲁法学院副教授。

1968 年,哈特即将退休。他认为应当亲自挑选教席的继任者。事实上,这一做法与牛津大学法学院的规定相悖。根据学院规定,任何教授不能够介入自身教席继任者的选任工作。而且,当时已经存在一位被法学院普遍看好的候选人,他就是哈特的好朋友与合作者托尼·奥诺里。也许是认为奥诺里过于

广泛的兴趣会影响他对学术研究的专注度,哈特并没有将他视为合适的继任者。哈特对选任工作的不断干预,不仅令他与奥诺里的关系出现嫌隙,还使得法学院其他教授极为不满。

然而,哈特毫不顾忌他人的看法。他直接给正在耶鲁法学院工作的德沃金写信,问他有无兴趣接任自己的教席。接到哈特的来信,德沃金非常吃惊。因为此时的德沃金尚未发表太多作品,在学术圈几乎默默无闻。更令德沃金讶异的是,这么多年来,哈特竟然一直在关注他的研究。其中,德沃金一篇题为《法律是一种规则体系吗》的论文更是曾被哈特反复阅读与思考。

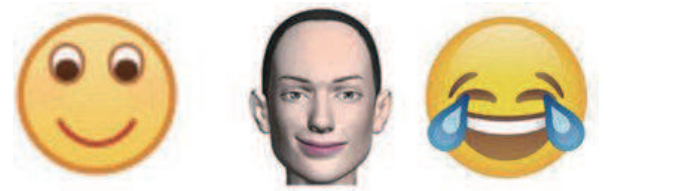
(下转 13 版) ➡

← (上接 11 版)

当然也不是人为抹平了这一层楼,而是用“掩耳盗铃”的方式避开“四”这个能指,因为它会让人联想到“死”的意象。“讨口彩”,无非就是一场能指、所指的文字游戏。

那么,鲍德里亚是如何借鉴符号学的框架改造其符号消费理论的呢?他认为,在消费社会中,消费不再被视为使用价值向交换价值的转化,而是交换价值向符号价值的转化,我们不妨将这一转变概括为:从传统社会的“为用而买”,到市场社会的“为卖而买”,再到消费社会的“为炫而买”。消费不再是物的消费,而是符号的消费,承载着符号的商品使人对物产生需求而消费,人们对符号的需求远远超过对物的功能性需求。物的使用价值和交换价值被符号所取代,而商品都是以符号的形式呈现出来。物的外观表现是其能指,物的象征意义是其所指。消费活动就此成为一种符号的系统化操控活动。

鲍德里亚认为,20 世纪晚



“呵呵”的各种含义

期,消费社会中各种符号的能指与所指发生了断裂:所指的价值被取消了,也就是说,符号形式所指向的“真实”内容已荡然无存,符号只进行内部交换,不与真实互动。这就产生了他称之为“漂浮的能指”(floating signifiers)的现象,而媒体是这些“漂浮的能指”进行配对的最佳场所,尤其是在电视广告中。需要指出的是,鲍德里亚在 2006 年去世,终其一生,并未见证到如今业已相当发达的移动互联网和大数据时代,因此他较早关注的是电视这一媒体形式。在电视广告中越来越趋向一种非理性的模式,无需建立任何因果和逻辑关联,只要呈现各种符号的随意组合与拼接。这种碎片化、去意义化的风格,就是前述宜家家具式的组装风格。

电视媒体的生动表现力和大众传播特性,为“漂浮的能指”提供了良好栖息地,它们可以被任意编码和支配,以看不见的方式影响甚至操控人们的生活。人们的自由无非是手持遥控器从一个电视台切换到另一个电视台,但看来看去的总是几个相似的“流量明星”“广告宠儿”。他们的形象、声音就是“漂浮的能指”,从卖牙膏切换到卖洗发水、化妆品,从卖手机切换到卖车、卖房子,人们在不知不觉中追随他们的引导暗示、效仿他们的风格范式,投入消费社会的怀抱。全景敞视的社会结构已不再必要,如果需要的话,消费社会通过以媒体为中介的符号操控就可以潜移默化地过渡到一个“美丽新世界”。

鲍德里亚特别注意到,电

视与观众之间的关系是单向度的。电视媒体单方面向观众发送、传播电视信号,电视观众只能被动地坐在家接受电视信号,不可能进行实时主动的反馈回应。尽管今天的电视媒体也有电视购物、电话热线以及互联网电视等新技术的应用,使得电视的互动性有所增加,但总体上说,电视所提供的是一种肤浅的参与形式。电视接受者坐在客厅里就能“秀才不出门,便知天下事”,但是,电视所提供的不是接受主体与一个真实世界的交流,而是借助于技术手段达成的间接关联。

鲍德里亚最为人争议的一次言论是“海湾战争并未发生”。他的真实意思是,早在海湾战争开始前,这场战争就已经在电脑这一媒体上精准演练过了。现代战争的特点就在于,媒体上的战争呈现给大众的是“正本”,真正的战争是一种“摹本”。当需要人们支持战争时,战争就经过媒体的“滤镜”成为万米高空之上的一次精准打击、“外科手术”式的电脑战略游戏;当需要人们反对战争时,

战争就是血肉横飞、骨肉分离、妻离子散、家破人亡的现场画面。信息时代,我们都活在媒介中。媒介的交流取消了语境,这也意味着,媒介传递给大众的信息是片断式的,甚至可能是断章取义的。今天,当两车交会的时候,坐在车中的两个司机看不见彼此的表情、听不见彼此的声音,只能借助于车灯、喇叭这两种能指来判断彼此意图。今天,当我们隔着电脑或手机屏幕,仅凭键盘打出“呵呵”这两个字或者发送一个“微笑”的表情时,我们已经无从判断电脑或手机对面的人是发出了银铃般的会心一笑、还是反讽式的冷冷嘲笑。

技术进步带来了沟通的便捷高效,但“面对面”到“键对键”的过程竟导致从文字、声音到表情全部能指的紊乱甚至失灵!这样一个意外后果的存在,也提醒我们把鲍德里亚的忠告放在心上:在这个信息时代,时刻审视和反思符号消费的碎片化超真实场景,远离消费主义的虚妄幻象。

(作者为上海财经大学副教授)