

К вопросу о доха: эпистемология “новой риторики”

М. РОЗЕНГРЕН*

М. Розенгрэн разрабатывает доксологию как версию эпистемологии, учение о том, как мы на самом деле производим необходимое нам знание. Он предпочитает называть свою эпистемологическую позицию доксологической, подчеркивая, что все знание является доксическим знанием, инверсируя тем самым известное платоновское различие между доха (верования, мнения) и episteme (объективное, вечное знание).

M. Rosengren developed doxology as an ‘other’ take on epistemology, as teaching about how we actually do create the knowledge that we need. He has chosen to call his epistemic stance doxological in order to emphasise that all knowledge is doxic knowledge, thus turning the seminal Platonic distinction between doxa (beliefs, opinions) and episteme (objective, eternal knowledge) upside down.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: докса, доксология, эпистема, социальная эпистемология, новая риторика.

KEY WORDS: doxa, doxology, episteme, social epistemology, new rhetoric.

Чтобы понять столь неуловимый концепт, как доха, нужно немного воображения. Поэтому я введу это понятие через обсуждение хорошо известной сказки.

* Марс Розенгрэн (Mats Rosengren) – профессор риторики кафедры коммуникации, медиа и информационных технологий Высшей школы Сёдерстрём (Стокгольм), президент шведского общества им. Эрнста Кассирера, переводчик; сфера его интересов включает теорию и историю риторики, эпистемологию и современную французскую философию.

Публикуемый материал является переводом статьи Розенгрэна “On doxa – the epistemology of the New Rhetoric”, вышедшей в сборнике “Scandinavian Studies in Rhetoric – Rhetorica Scandinavica 1997–2010” (Jens E. Kjeldsen & Jan Grue eds. Ödåkra: Retorikförlaget publishing, 2011) и любезно предоставленной автором и издательством “Retorikförlaget” для публикации в России (первая версия этой статьи была опубликована в 1998 г. – *Rosengren M. Doxa och den nya retorikens kunskapssyn // Rhetorica Scandinavica. 1998. № 8*).

Данный перевод – начало проекта по подготовке русского издания книги М. Розенгрэна “Doxologi – en essä om kunskap” (Åstorp: Retorikförlaget, 2008). В прошлом году вышел французский перевод: *Rosengren M. Doxologie: essai sur la connaissance. P.: Hermann, 2011.*

Примечания в конце документа (за исключением одного, помеченного как примечание переводчика) принадлежат автору. Упомянутые в статье литературные реалии, относящиеся к Х.-К. Андерсену, даны в соответствии с изданием: *Андерсен Х.-К. Собр. соч. в 4-х т. Т. 1. М.: Вагриус, 2005.*

© Воробьев Д.Н. (перевод), 2012 г.

Мы можем многое почерпнуть из сказки Х.-К. Андерсена “Новое платье короля” – и я имею в виду не только мораль, которую мы обычно разъясняем детям: верь тому, что видишь сам, и не ориентируйся на мнение других. На более глубоком и интересном уровне эта история говорит нам также о том, что такое знание, как оно получается и обосновывается. Сказка указывает на механизмы, которые заставляют нас, людей, переходить от сомнения к вере и в конечном итоге к истине и фактам. Чтобы показать это, резюмирую основные моменты этой истории. То, что мне кажется интересным, – не сама по себе мораль этой истории, а то, каким образом она устанавливается, и поэтому я позволю себе вмешиваться в ход повествования и комментировать некоторые детали сказки. История начинается так.

Два ткача приходят к королю и предлагают ему чудесную ткань, сотканную так, что (в зависимости от версии сказки) она может быть видна только тем, кто не является некомпетентным или непроходимо тупым, или тем, кто морально непоколебим. Король сразу понимает, что такая ткань даст ему возможность “отделить зерна от плевел” в правительстве, и заказывает из нее наряд. Получив приличный задаток, ткачи приступают к работе.

Это первый шаг. Возьмись ткачи за работу бесплатно или за небольшие деньги, король мог несомненно что-нибудь заподозрить. Поступая так, как те, кто продает нечто ценное, они выглядят людьми, заслуживающими доверия¹.

Проходит время, и король посылает инспектора – человека, которого считает безупречным во всех отношениях, – оценить, как продвигается работа. Ткачи с гордостью показывают ткань, восхваляют ее великолепие и демонстрируют разнообразие узоров и расцветки.

Но, как мы знаем, инспектор ничего не видит – ни ниток, ни пряжи, ни станка, который кажется ему пустым. Однако он хранит молчание – речь ткачей столь убедительна, когда они говорят о ткани и показывают ее! Поэтому он возвращается ко двору и хвалит как искусность ткачей, так и превосходное качество изделия.

Отмечу, что способ, с помощью которого действуют ткачи, имеет решающее значение, а в нашем случае он сочетается еще с одним фактором, эффективным в производстве верования: вмененной доха. Инспектор знает, что ткачи пользуются доверием короля, и он знает также, что если он сознается, что не видит ткани, то рискует вызвать подозрение в глазах своего господина. В маленьком сообществе королевского двора мнения короля не могут быть подвергнуты сомнению (по крайней мере, без очень веских аргументов). Аргумент, который инспектор мог бы представить как решающий в любом другом случае, – что поскольку он не видит и не ощущает ткани, то ее, очевидно, и не существует, – здесь, в этом конкретном контексте, для него не применим; и поэтому он подчиняется правилам, диктуемым ситуацией.

Ткачи продолжают работать под постоянным наблюдением придворных и других сановников, которые слишком смущены, чтобы сознаться, что не видят того, что, по их убеждению, видят все другие. Ткачи начинают шить платье, они засиживаются допоздна, тянут время и не упускают случая спросить наблюдающих за ними высокопоставленных лиц, что те думают о наряде. “Великолепно! Изумительно!” – отвечают наблюдатели.

Но ткачи – не единственные, кто ведет себя так, как будто ткань реально существует. Король, инспектор, придворные, – все подтверждают словом и делом свою веру в существование ткани. Таким образом, ткань включена в состав и дискурсивной, и даже более широкой – социальной – практики. Ее существование – само собой разумеющийся факт, признаваемый всеми членами королевского двора.

Настает день, когда платье готово. Король раздевается за ширмой, надевает платье, “такое легкое, что чувствуешь себя в нем, как будто ты голый”, и появляется во всем своем великолепии перед ошеломленными придворными. Чтобы отпраздновать пошив платья и восславить короля, устраивается процессия. Балдахин защищает короля от солнца, пока он торжественно вышагивает по улицам, проходя мимо изумленных горожан. Пажи несут

шлейф королевской мантии, который они не видят и не ощущают, но делают это заботливо и исполненные убеждения в его существовании. Все проходит спокойно, пока внезапно маленький ребенок не кричит: “Но он же голый!”

Начиная с этого момента верования и представления о реальности внутри доминирующей социальной группы (двора) сталкиваются с воззрением на мир, преобладающим внутри доминируемой социальной группы (народа). И это, конечно, объясняет также, почему именно ребенок выражает то, что никто другой из этой группы не смеет произнести вслух: ребенок еще не сознает всего масштаба социальной игры и потому более или менее невосприимчив к социальным санкциям, которые загонят в угол взрослых. И, как мы знаем, сказка заканчивается крахом социальной магии.

Ребенок не может быть (по крайней мере, такова еще одна сказка внутри нашей сказки) ни некомпетентным, ни непроходимо глупым, ни морально испорченным. Как только это до всех доходит, слова “А король-то голый!” начинают повторять в толпе – и внезапно король оказывается голым для всех, кто на него смотрит.

Так заканчивается сказка. Первое, что она с очевидностью показывает, это то, как социальный консенсус может заставить нас сомневаться в том, что мы на самом деле видим, даже в таких вещах, в которых при других обстоятельствах и условиях мы не усомнились бы никогда. Социальный консенсус мощно влияет на наши суждения.

Но это тривиально, все это мы знали и раньше.

Роль ребенка представляет большой интерес. Когда он кричит “А король-то голый!”, то произносит то, что каждый на самом деле видит, – по крайней мере, так говорит сказка. В самой сказке нет и тени сомнения в истинном положении дел – в том, что никакой ткани никогда не было, что король на самом деле голый, а придворные прекрасно об этом осведомлены. Ребенок же исполняет роль того, кто, пронзая чистым и непредубежденным взором социальное лицемерие, показывает нам подлинный мир. И в результате ребенок становится героем и примером для подражания в сказке-предупреждении.

Однако для меня центральным остается вопрос, что именно видели придворные, пока ребенок не произнес свои слова: либо они видели наготу короля, но слишком боялись социальных санкций, чтобы сказать об этом вслух, либо они действительно видели – или думали, что видят (в данной ситуации это более или менее одно и то же), – платье, и только тогда, когда социальная магия перестает действовать, они начинают воспринимать вещи иначе. Боюсь, что мне трудно ответить на этот вопрос, поэтому оставлю его пока без ответа. Так что же эта сказка нам показывает? Ну, во-первых, она показывает, как конструируется одна доxa (вера в ткань) и как она заменяет другую (то, что до этого времени считалось истинным в отношении тканей, одеяний и т.п.); далее, она показывает, как эта доxa распадается, сталкиваясь с силой доxa, обычно именуемой *здравым смыслом*. Мы, читатели, находимся здесь как бы в позиции народа; мы уже разделяем правильную доxa (т.е. *здравый смысл*), ценность которой подтверждает сказка. Мы уже знаем, что король – хвастливый дурак, окруженный услужливыми подхалимами, и нас удивляет легковерие других людей. Мы уже знаем, что портные ткут мнимую ткань и что ребенок наконец покажет мир таким, какой он есть на самом деле. Но мы ошибаемся – ребенок показывает нам мир лишь таким, каким, как мы полагаем, он должен быть, – в соответствии с тем, как наша доxa – наши верования и допущения – преподносят реальное и истинное.

II

Доxa никогда высоко не ценилась в философии. Она, как ясно показывает сказка Андерсена, постоянно меняется и часто обманчива. Напротив, философия стремится к истине, которая не может быть подвергнута сомнению, и к знанию, которое неизменно. Философия разрабатывает приемы отделения истинного от ложного, реального от иллюзорного, – одним словом, приемы отделения *episteme* от *doxa*. Это деление представляет собой центр, вокруг которого разворачивается конфликт между риторикой и философи-

ей. Когда Платон во имя вечных истин мира идей отрицает за риторикой способность сообщать знание – в его глазах риторика всего лишь сноровка, упражнение или навык (*emperia*), но не искусство (*techne*), основанное на теоретических принципах и прозрениях, – он создает мыслительный образ, оказавший влияние на значительную часть западной мысли: это образ не заслуживающего доверия ратора, или софиста, который, благодаря соблазнительной силе своих слов и руководствуясь исключительно личным интересом, сбивает с толку слабые умы. Ритор, или софист, изображается как презренная и опасная фигура, которой необходимо противостоять любыми возможными способами и которая в то же время не идет ни в какое сравнение с истинным философом, когда речь заходит о нравственности, мудрости, знании или аргументации. Этот многослойный *topos* возникает в философии Платона, но, пройдя сквозь столетия, становится частью повседневного мышления – сегодняшних нескончаемых проклятий в адрес софистического словоблудия и пустой риторики.

В данном тексте, однако, я хотел бы оставаться в рамках философии и сосредоточиться на эпистемологических аспектах этого отторжения. Существуют, как мне представляется, три главные философские причины, стоящие за проклятиями в адрес риторики.

Риторика удовлетворяется тем, что работает над и с верованиями и допущениями, ее территория – наша изменчивая *doxa*, а не *episteme* философии. Риторика не ищет истины о бытии, довольствуясь исследованием мира людей, мира ощущений.

Кроме того, в той мере, в какой риторика может быть названа теорией, это теория о том, как люди на самом деле думают, как они аргументируют и действуют, а совсем не о том, как они должны себя вести или как должны рассуждать. В этом смысле риторика – оценочнонейтральная теория об искусстве убеждения и склонения, и поэтому она может использоваться как в высоких, так и в низменных целях. Нет никакой гарантии, что занятия риторикой выведут на “правильную дорогу”, тогда как философия по самому своему определению есть поиск истины.

Третья причина заключается, конечно, в том, что цель риторики – убедить или склонить публику. Риторика не ищет логических доказательств или истины, во всяком случае, в качестве главной своей задачи. Она пытается найти то, что эффективно, то, что в каждой ситуации наилучшим образом способствует убеждению или склонению. Таким образом, риторика – это релятивистская теория. Она не способна положиться на неизменную и пред-установленную истину, ей приходится приспосабливаться к изменчивому социальному миру. Риторика не открывает истин, она создает истины, которые требует момент. Или – если угодно – она создает *doxa*, а не *episteme*.

Взятые вместе эти три причины более чем достаточны, для того чтобы в глазах философии риторика казалась псевдонаукой или даже искусством обмана. Но есть еще одна причина, тесно связанная с релятивизмом риторики, по которой философия ее презирает: риторика считает, что все может иметь две стороны, что всегда возможно аргументировать как “за”, так и “против” какой-то позиции. Для классической философии (как во многом и для науки в целом) возможность двух противоположных и взаимоисключающих позиций указывает на то, что, по меньшей мере, одна из них является ложной. Поэтому философия была вынуждена разрабатывать приемы отделения реальности от иллюзии, о чем я только что говорил. Но эти приемы требуют кое-чего еще, чтобы быть полезными для философии, а именно некоего объективного стандарта, или меры. Для обоснования своих притязаний на истинное знание философия нуждается в истинной и вечной “шкале”, при помощи которой все может быть измерено. В философии Платона эту функцию выполняет мир идей, в обыденном мире это общее для всех людей представление о здравом рассудке [*common reason*], который всегда неизменен, а, например, в науке – данные эмпирического наблюдения.

Риторика идет другим путем. Она ищет основу для своих аргументов в общепринятых понятиях – *topoi*, включенных в *doxa*, или, смотря по обстоятельствам, в *doxai*, имеющих силу в обществе. Для риторики нет реальности “за”, “под” или “над” изменчивым и в какой-то степени непредсказуемым миром ощущений. Благодаря *logos*’у – т.е. благодаря рассуждениям, речи, мышлению и целенаправленным действиям – человеческое существ-

во является мерой всех вещей. Следовательно, риторiku можно рассматриваться в качестве – и как представителя – антиметафизической, дискурсивной, воплощенной теории/практики, что объясняет одновременно и то презрение, которому она подвергалась, и ее возрождение в XX столетии.

III

Основатель “новой риторики” – бельгийский преподаватель риторики, юрист и философ Хаим Перельман (1912–1984) олицетворяет возрождение риторики в начале и середине прошлого века. Перельман начал свою карьеру как логик и, по его собственным словам, как “позитивистский философ”. Интерес к юридической аргументации и оценочным суждениям привел его к поискам “логики оценочных суждений”, и вскоре он осознал, что традиционные методы как логики, так и философии недостаточны. Вместо этого он нашел то, что искал, в диалектике и риторике Аристотеля. Перельман сочленил, трансформировал и расширил эти две дисциплины, создав единую теорию аргументации, которую мы знаем сегодня как “новую риторику”. Заслуживает внимания тот способ, которым Перельман использовал авторитет Аристотеля для высвобождения риторики из-под власти философии. Его отправной пункт – характеристика Аристотелем функции риторики как “не просто достижения успеха в склонении, но скорее как способа обнаружения максимального приращения к такому успеху, который допускают обстоятельства каждого конкретного дела” (Reth. 1355b)².

Эта общая характеристика позволяет Перельману присоединить аристотелевскую диалектику к империи риторики – и диалектика, и риторика имеют дело со склонением и убеждением, но никак не с доказательствами. В перельмановской версии аристотелевского “Органона” доказательства принадлежат только аналитике и, следовательно, только логике в самом строгом ее смысле. Эта переорганизация аристотелевской теории создает основу для собственного, перельмановского различия между аргументами и доказательствами: доказательства, в строгом смысле слова, содержатся лишь в искусственных языках, где семантика, синтаксис и правила вывода недвусмысленны и допускают чисто “механическую” детерминацию того, следует ли Р из Q, или нет. Аргументы, с другой стороны, всегда формулируются на естественном языке и отличаются от доказательств именно тем, что не бывают абсолютно непроверяемыми. Пример – известный силлогизм о Сократе, который, будучи человеком, также и смертен. Поскольку этот аргумент не формализован, мы всегда можем (не совершая при этом логических ошибок) спросить, действительно ли Сократ смертен. Мы можем, например, утверждать, что он продолжает жить в нашей культуре, в наших мыслях, в произведениях Платона и т.д. Но если бы аргумент был формализован, а двусмысленности естественного языка устранены, такого рода утверждения были бы невозможны.

Таким образом, Перельман создает новую риторику как теорию аргументации, охватывающую все – от квазилогических аргументов (неформализованный силлогизм – лишь один из примеров) до демагогических трюков. Делая это, он включает в сферу риторики всю философскую аргументацию. Для Перельмана, в отличие от Аристотеля, риторика – основа философии³.

Сам Перельман не считает, что может говорить о чем-либо, кроме условий и границ, при помощи и в рамках которых все мы – как обычные люди, так и ученые – аргументируем. Его теория есть лишь теория аргументации, а не философия в классическом или традиционном смысле слова. Тем не менее, я попытаюсь, основываясь на теории Перельмана, очертить контуры риторико-философского взгляда на факты и истины.

Итак, что такое, с точки зрения риторики, факты, истины и знания? В чем могло бы состоять риторическое учение о знании? (У меня есть свои причины не употреблять здесь слово “эпистемология” – риторический взгляд на знание можно было бы назвать скорее доксологическим, но вряд ли эпистемологическим. Понятие *episteme* слишком тесно переплетено с вышеупомянутым философским представлением о знании, чтобы оно могло,

не вызывая проблем, использоваться в этом контексте.) В своем главном труде “Трактат об аргументации. Новая риторика” (1958 г.), написанном совместно с Люси Ольбрехтс-Тытека, Перельман приводит следующее достаточно трудное определение того, что такое факт.

«Невозможно – даже отвлекаясь от того, что это расходится с нашей целью, – определить “факт” таким способом, который позволил бы нам в любое время и в любом месте квалифицировать то или иное конкретное данное как факт. Напротив, мы должны подчеркнуть, что в аргументации понятие “факт” однозначно характеризуется как идея об определенном типа соглашениях, относящихся к определенным данным – тем, которые указывают на некую объективную реальность и, по словам Пуанкаре, обозначают, по сути дела, “то, что является общим для нескольких мыслящих существ и может быть общим для всех”. В этой цитате одновременно предлагается то, что мы называем согласием универсальной аудитории» [Перельман, Тытека 1969, 73].

С точки зрения теории аргументации, то же самое относится к истинам, утверждает чуть дальше Перельман. Мне хотелось бы выделить здесь три момента.

Во-первых, Перельман избегает вневременной дефиниции факта – что является и что не является фактом. Факт есть нечто зависимое от времени, места и определенных обстоятельств.

Во-вторых, Перельман указывает на то, что факт – это центральный пункт особого рода соглашения – соглашения, касающегося того, что рассматривается как объективная реальность (или ее часть).

Наконец, определение факта имеет отношение к согласию со стороны универсальной аудитории.

На этом последнем пункте мне хотелось бы остановиться несколько подробнее. “Новая риторика” – это риторическая теория, созданная для нашего времени. Это означает, что риторика Перельмана во многом отличается от своих античных предшественниц. Кроме уже упомянутой реорганизации античной риторики Перельман вносит изменения в превалирующее понимание риторической аудитории. Вместо того чтобы определять аудиторию как враждебную, благожелательную или безразличную массу, внимающую оратору, Перельман пытается приспособить свое представление об аудитории к медиатехнологической ситуации конца 1950-х гг., а именно к тому, что обычно мы излагаем свои аргументы письменно, а когда излагаем свою линию рассуждений устно (как в случае телевидения и радио), то можем и не знать, к какой аудитории обращаемся. Вследствие этого Перельман предпочитает определять аудиторию, к которой обращена речь, через цель аргументации, а не как тех, кто в действительности слушает или читает. Если аргументация адресована особым группам – домовладельцам, налогоплательщикам или ученым, – то целевая аудитория является по определению особой аудиторией. Если, с другой стороны, аргументы претендуют на то, чтобы оказывать воздействие на всех и повсюду – что часто имеет место в научной, философской, религиозной и моральной аргументации, – то они стремятся заполучить согласие со стороны универсальной аудитории. Эта аудитория, разумеется, не является какой-то конкретной, аудиторией “во плоти”, – это всего лишь образ, возникающий в сознании говорящего или пишущего, или в вашем собственном сознании, когда вы читаете или слушаете чью-то аргументацию, – какие аргументы являются разумными, здравыми, истинными, ложными и должны казаться убедительными для всех.

Перельмановское представление об универсальной аудитории биполярно: с точки зрения говорящего, задача состоит в том, чтобы представить аргументы таким образом, чтобы вы сами думали, что они могут и должны убедить всякое разумное человеческое существо; с точки зрения аудитории, задача в том, чтобы оценить, могут ли (или не могут) представленные аргументы убедить всех здравомыслящих и умных людей. В тексте, написанном незадолго до смерти, в 1984 г., Перельман писал: «Защищаемый в “Новой риторике” тезис заключается в том, что даже *в отсутствие объективности*, которая всем себя навязывает, всякий философ обращается к универсальной аудитории, в том виде, в каком *он ее воспринимает*. Философ развивает аргументацию, благодаря которой он надеется убедить любого компетентного собеседника» [Перельман 1984, 191].

Но философы, подобно ученым, а также всем остальным людям, получают свои представления о том, что является истинным или ложным, правильным или неправильным, благим или злым, не в “мире надлунном”, как считал Платон, а в обществе, в традициях и представлениях, которые их окружают. Вместе эти представления, традиции, навыки мышления и понимания образуют вышеупомянутую доха. Более того, благодаря понятию универсальной аудитории “новая риторика” открывает возможность для преодоления одного из кажущихся непреодолимыми разрывов в западной мысли – разграничения факта и ценности. С точки зрения риторической философии это различие необоснованно, поскольку и факты, и ценности, которые приняты некоторым обществом, некоторой доха, в конечном счете зависят от согласия (или несогласия) универсальной аудитории. И, следовательно, фактографическое описание никогда не будет вполне оценочно нейтральным – уже сам способ, которым мы концептуализируем мир, выдает наши интересы и предпочтения. Отсюда то, что “есть”, будет всегда подразумевать некоторое представление о том, что “должно быть”, и тем самым преобразовывать обычный (по крайней мере, начиная с Юма) способ концептуализации отношений между фактами и ценностями.

Смысл такого взгляда на универсальную аудиторию, конечно же, состоит в том, чтобы подчеркнуть, что наши представления о ценности, знании и истине расположены в социальной и исторической ситуации, – но также, и, возможно, в первую очередь, в том, чтобы реализовать риторическую интуицию о двух диаметрально противоположных способах понимания одной и той же вещи, ни одно из которых не является с необходимостью ложным или ошибочным. Ибо, обращаясь к универсальной аудитории, он или она почти всегда наталкиваются на тех, кто им противоречит, имея другой взгляд на то, какова на самом деле или каковой должна быть универсальная аудитория. Универсальная аудитория первых не обязательно та же, что у вторых. Напротив, Перельман вводит свое понятие универсальной аудитории, чтобы избежать любого рода догматизма – морального, религиозного или научного. Его цель, как он иногда говорит, в том, чтобы защитить возможность существования различных типов разумности.

Надеюсь, что теперь мы сможем лучше понять, что имеет в виду Перельман, когда он утверждает, что установление фактов зависит от согласия универсальной аудитории. Некий факт – это просто то, что, как считает достаточно большая группа людей, иногда достаточно уважаемая и компетентная группа, должны считать фактом все разумные человеческие существа. Позвольте мне привести парадигматический пример: полагаю, все признают в качестве факта то, что Земля вращается вокруг Солнца. Более того, я совершенно уверен, что большинство из нас думает, что любой, кто не согласен с этим, объективно заблуждается. Но как можно оправдать или подтвердить правоту и объективность этого факта? Мы не можем объявить тех, кто не согласен, сумасшедшими только потому, что они думают не так, как мы. Это означало бы поддаться догматизму. Нет, мы должны доказывать нашу позицию и приводить данные наблюдений, подкрепляющие ее, чтобы убедить и склонить на свою сторону несогласных.

Но если мы не преуспели в этом – такое, как мы знаем, случается, – что тогда? Тогда не остается ничего другого, как признать, что мы стоим кому-то или даже группе каких-то лиц, которые убеждены в правоте своей позиции так же, как мы – в правоте нашей. И если мы не хотим принимать позицию других, то должны просто лучше формулировать и аргументировать свою собственную. В этом сама суть риторической философии. Перельман пишет: “Генерализируя таким образом идею аудитории, мы можем отразить нападки Платона на риториков за то, что те больше заботятся о достижении успеха, чем об истине. На эту критику мы можем ответить, что приемы, подходящие для убеждения толпы, не покажутся убедительными более образованной и более критично настроенной аудитории; и что ценность аргументации не измеряется только ее действенностью, но также качеством аудитории, на которую она направлена. Следовательно, идея рациональной аргументации не может быть определена *in abstracto*, поскольку она зависит от конкретно-исторического понимания универсальной аудитории” [Перельман 1979, 14].

Но как оценить качество аудитории? Не будет ли это примером неприемлемого релятивизма, делающего нас легкой добычей для крайнего произвола? Например, я верю,

что некая аудитория имеет более высокое качество, чем другая, в отношении некоего конкретного вопроса, а вы придерживаетесь другого мнения и совершенно со мною не соглашаетесь: кто же здесь прав и кто ошибается? Ценность, приписываемая некой особой аудитории и позволяющая, как подчеркивает Перельман, функционировать ее согласно или несогласию в качестве нормы при оценке того или иного стоящего на кону вопроса, есть результат исторически и социально укорененной оценки. Это означает, помимо всего прочего, что нельзя произвольно указать на ту или иную аудиторию как на некое мерило, – ориентироваться на доха, на ценности и верования, действующие внутри общества, дисциплину и/или социально-историческую ситуацию, внутри которой мы оказываемся. И это справедливо как для тех, кто пытается убедить аудиторию, так и для самой аудитории, которая должна вынести суждение, убедительны ли некая речь или некий текст.

В своей попытке опровергнуть Платона Перельман опирается на тот факт, что мы, его аудитория, разделяем мнение, что лучше убеждать тех, кто является экспертом в какой-то области, чем убеждать невежд. Но эта оценка не является объективной данной или бесспорной – она часть постоянно меняющейся доха, которая и есть единственная норма или стандарт, на который риторическая философия вообще может опираться.

IV

Таким образом, риторико-философский подход, который я здесь излагаю, может быть суммирован в трех главных пунктах.

Риторическая философия не признает объективно данных, вечных стандартов, с помощью которых мы якобы способны оценить наши мнения как истинные или ложные, хорошие или дурные, правильные или ошибочные. Это означает, что если вы занимаете риторико-философскую позицию, то должны ориентироваться на доха, а возможно также через действие и аргументы преобразовывать доха, имеющую силу в интересующих вас областях.

Риторический философ должен пытаться получить одобрение со стороны аудитории, к которой он (или она) обращается. Это значит – отойти от того, что она или он считают превалирующей доха, и использовать ее *topoi* для аргументации в пользу своей позиции. Единственным имеющимся здесь стандартом является одобрение или неодобрение публики с предлагаемыми тезисами. (Здесь я согласен с Перельманом в том, что доказательства в строгом смысле слова имеют место только там, где используются формальные языки.)

Риторическая философия признает, что всякое знание, всякая истина, всякий факт – все, что мы принимаем за само собой разумеющееся, может быть опровергнуто или изменено. Для риторической философии реальность не есть нечто не зависимое от наших концептуализаций. Напротив, реальность – это человеческая реальность, в значительной степени созданная для нас нами самими – через *logos*, т.е. через наш язык, наш способ мышления и наш способ действия. Вот почему риторико-философская позиция вполне может быть названа релятивистской. Но означает ли это, что я занимаю позицию безответственного релятивизма, разновидности принципа “все сгодится”, в философии, в эпистемологии, а также в обыденной жизни? – Вовсе нет.

Отказ от корреспондентной теории истины и фактов (т.е. от идеи, что, наряду с нашими системами мыслей и понятий существует независимая реальность, в соотношении с которой мы тем или иным способом можем проверять наши претензии на знание), ради того чтобы заменить ее когерентной теорией риторико-философского типа, не тождествен отказу от каких бы то ни было представлений об истине или факте. Тем не менее, он подразумевает иное определение этих понятий. Например, в терминах того, что именно универсальная аудитория, с учетом некой превалирующей доха внутри некой дисциплины или внутри некоего общества, согласна считать истинным, знанием или фактом. И утверждать, что истина есть нечто постоянно изменчивое и мы действительно создаем нашу реальность, не значит утверждать, что истина изменяется в любых направлениях или что мы создаем наш мир как попало, произвольно: так же как традиции и привычки

не сменяются внезапно, так и доха не изменяется, подчиняясь произволу. Она постоянно подтверждается и воплощается в наших языках, навыках мышления, в самих терминах и понятиях, которые мы используем, и в конкретных способах их использования. Правится нам это или нет, но мы сформированы благодаря дохе того общества, в котором нам довелось родиться, задолго до того, как мы становимся способны ее изменить или даже просто прийти к этой мысли. Более того, наши западные общества организованы нами таким образом, что единственное назначение многих наших институций заключается в том, чтобы насаждать доху и гарантировать, что неизбежные изменения не вызовут хаоса ни в каком-либо конкретном обществе, ни в мире в целом: правовая система, школы, университеты, дисциплины – все они существуют для того, чтобы поддерживать доху на каждом уровне нашей жизни. Так что проблема, возможно, вовсе не в изменениях, а скорее в том, что доха часто считается догмой.

* * *

Итак, риторическая теория знания рассматривает все знание, все факты, все оценки и истины как *topoi*, включенные в ту или иную доху. И, будучи *topoi*, они могут быть использованы как исходные пункты аргументаций, то есть как понятия, не подвергаемые сомнению без веских оснований, как понятия, на которые можно полагаться как на признанные нашими собеседниками; короче говоря, как понятия, которые не проблематичны и заданы.

Но такое понимание знания не является чем-то уникальным для риторической теории или присущим исключительно ей одной. Множество аналогичных подходов можно обнаружить как в современной теории науки и знания, так и в социологии знания. То, что, возможно, отличает риторическую теорию, – это ее акцент на том, как факты, оценки и истины могут быть использованы, или неправильно использованы, для поддержания или ниспровержения дохи, в сочетании с предпочтениями, которые она отдает аргументам в ущерб доказательствам, даже когда речь идет об эпистемических вопросах. Признание истин и фактов основано на веских аргументах, но оно никогда не основывается на неоспоримом доказательстве. Именно в этом сила риторико-философского подхода; настойчиво утверждая социальный характер всего знания, не желая создавать разрыв между ценностью и фактом (или вопросами ценности и факта), не приемля претензии философов и ученых на звание беспристрастных искателей истины, риторическая философия может показать, что знание, которое до сих пор рассматривалось в качестве эпистемического, является и всегда являлось знанием докситическим. Не следует забывать, что доха – не просто еще одно наименование “здорового смысла”, в науках она иногда называется “парадигмой”, иногда “дискурсом”, а иногда просто “истиной”. И точно так же, как ткачи в сказке Андерсена, поступают и ученые, исследователи, демагоги и политики, когда плетут ткань из лжи, истин, фикций и химер, составляющих значительную часть нашей реальности. Но те, кто, подобно ребенку из сказки, считают, что могут глядеть сквозь эту ткань и обнаруживать голую истину, не в состоянии что-либо сделать с этим, в самом лучшем случае они могут лишь распутать нити и использовать их для создания новой ткани.

Перевод с английского Д.Н. Воробьева

ЛИТЕРАТУРА

Перельман, Тытека 1969 – *Perelman Ch., Olbrechts-Tyteca L. The New Rhetoric. A Treatise on Argumentation* / Transl. by J. Wilkinson and P. Weaver. Notre Dame, Indiana: University of Notre Dame Press. 1969.

Перельман 1979 – *Perelman Ch. The New Rhetoric – A Theory of Practical Reasoning // The New Rhetoric and the Humanities*. Dordrecht: D. Riedel Publishing Company, 1979.

Перельман 1984 – *Perelman Ch. The New Rhetoric and the Rhetoricians: Remembrances and Comments // Quarterly Journal of Speech. 70 (1984). Issue 2.*

Розенгрэн 1998 – *Rosengren M. Psychagogia – konsten att leda själar. Stockholm: Stehag, 1998.*

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ Здесь, конечно, следует принять во внимание и гендерный аспект. Во всех версиях этой сказки ткачи – мужчины, как если бы это служило предварительным условием завоевания доверия у высшей власти в государстве.

² Я ссылаюсь на сетевое издание перевода У. Риса Робертса (W. Rhys Roberts): <http://www2.iastate.edu/~honey1/Rhetoric/index.html>, visited May 17, 2010.

(В русском переводе Н. Платоновой – *Аристотель. Риторика // Античные риторики. М., 1978. С. 18* – этот фрагмент выглядит так: “...дело ее – не убеждать, но в каждом данном случае находить способы убеждения...”. – *Прим. переводчика.*)

³ Более подробное обсуждение темы см.: *Rosengren M. Psychagogia – konsten att leda själar. Stockholm: Stehag, 1998* – [Розенгрэн 1998].