

Agnieszka Kampka

Retoryka i wiedza - wielogłos : społeczeństwo, wiedza i retoryka

Res Rhetorica nr 1, 65-67

2015

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

VARIA

AGNIESZKA KAMPKA

SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO
AKAMPKA@HOTMAIL.COM

URSZULA OKULSKA

UNIWERSYTET WARSZAWSKI
U.OKULSKA@UW.EDU.PL

EWA MODRZEJEWSKA

POLSKIE TOWARZYSTWO RETORYCZNE
MODRZEJEWSKA.EWA@GMAIL.COM

ADRIANNA SIENNICKA

UNIWERSYTET WARSZAWSKI
ADRIANNA.SIENNICKA@UW.EDU.PL

AGNIESZKA BUDZYŃSKA-DACA

UNIWERSYTET WARSZAWSKI
A.BUDZYNSKA@UW.EDU.PL

MARIA ZAŁĘSKA

UNIWERSYTET WARSZAWSKI
MARIA.M.ZALESKA@GMAIL.COM

Retoryka i wiedza – wielogłos

License

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 3.0 Poland. The content of the license is available at <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>

AGNIESZKA KAMPKA

SZKOŁA GŁÓWNA GOSPODARSTWA WIEJSKIEGO

AKAMPKA@HOTMAIL.COM

Retoryka i wiedza – wielogłos Społeczeństwo, wiedza i retoryka

Społeczeństwo wiedzy to jedna z metaforycznych nazw, jakich używają badacze życia społecznego, by opisać to, co dzieje się obecnie. Inne tego typu nazwy to na przykład *społeczeństwo informacyjne*, *społeczeństwo ponowoczesne* czy *społeczeństwo sieci*. Zawsze chodzi o próbę znalezienia charakterystycznych cech, które są typowe dla danego czasu czy miejsca; pozwalają odróżnić jedną formę organizacji życia społecznego od innych. Każda z tych nazw jest swoistą retoryczną definicją sytuacji. Każda bowiem wynika z wyboru. Jeśli mówimy o *społeczeństwie sieci* – koncentrujemy się na zmianach, jakie dotyczą relacji społecznych; mówimy, że tam, gdzie dotąd funkcjonowała jasna hierarchia, dziś mamy do czynienia z mnóstwem powiązań sieciowych. Jeśli mówimy zaś o *społeczeństwie wiedzy*, sugerujemy, że wiedza jest tym, co w największym stopniu decyduje dziś o miejscu jednostki w społeczeństwie, o jej tożsamości czy rolach społecznych, jakie może odgrywać.

Retoryka – o czym pisali już starożytni – pojawia się wszędzie tam, gdzie dotykamy spraw nieoczywistych, budzących spory; takich, na które można spojrzeć z różnych punktów widzenia. Badanie społeczeństwa jest idealnym tego przykładem. Socjologiczne koncepcje to właśnie rywalizujące ze sobą punkty widzenia. Czy społeczeństwo to względnie stały układ, system, w którym poszczególne części mają do wypełnienia określone funkcje? Czy też społeczeństwo to system relacji, ciągle negocjowanych znaczeń? A może społeczeństwo to przede wszystkim codzienne praktyki zwykłych ludzi? Co powinniśmy badać? Jak działa państwo czy jakie seriale oglądają Kowalscy? A zatem retoryczne spojrzenie na badania społeczne oznacza przede wszystkim świadomość, że na każdym etapie analiz mamy do czynienia z perswazją. Badacze, teoretycy proponują jakiś sposób patrzenia na społeczeństwo, budują koncepcję i starają się przekonać do niej innych.

Retoryka rozumiana jako sztuka przekonywania obecna jest w życiu społecznym w wielu wymiarach. Począwszy od procesu socjalizacji, a więc uczenia się, jak być członkiem społeczeństwa. Uczymy się tego przez całe życie – poznajemy zasady zachowania się przy stole i reguły, jakie obowiązują w pracy, ale także

niepisane normy dotyczące tego, czego oczekujemy od matki, od prezydenta, od strażaka. Instytucje odpowiedzialne za proces socjalizacji to przede wszystkim rodzina i szkoła, ale także przemysł medialny. Ilu chłopców marzy, by panować nad kierownicą jak *Szybcy i wściekli*, a ile nastolatków jest pewnych, że dla prawdziwej miłości byłyby gotowe na wszystko, tak jak Bella z sagi *Zmierzch*? Co sprawia, że niektóre treści są bardziej przekonujące niż inne? Dlaczego *Seks w wielkim mieście* czy *House of Cards* gromadzą rzesze wiernych fanów? Co takiego jest w *Assasin's Creed*? Skąd biorą się mody i trendy społeczne? Odpowiedzi na te pytania znajdujemy nie tylko w sondażach i badaniach fokusowych, ale również w retorycznej analizie tekstów i obrazów.

Retoryka jest rozumiana także jako porozumiewanie się za pomocą symboli. Taka komunikacja jest sednem wielu badań społecznych. W jaki sposób coś staje się symbolem? Dlaczego palenie flagi ma być znakiem protestu? Dlaczego maska Gya Fawkesa zakładana jest na manifestacjach przeciw niesprawiedliwości ekonomicznej i... regulacji internetu? Co to znaczy, że ktoś uważa się za Polaka? Co tworzy tożsamość hipstera? W jaki sposób budujemy kody, którymi mogą posługiwać się tylko wtajemniczeni? Dlaczego śmiejemy się podczas występów kabaretowych? Te wszystkie pytania ściśle wiążą się z zagadnieniem wiedzy. Wspólnej wiedzy, która pozwala się porozumiewać różnym ludziom. Która pozwala im manifestować, kim są, jakie mają poglądy, jaki styl życia im odpowiada. Która pozwala im tworzyć grupy i określać kryteria przynależności do nich. Co więcej – retoryka pojawia się także, gdy pytamy o przyczyny i objawy konfliktów społecznych. Popularne dziś spojrzenie w socjologii konfliktu koncentruje się na przykład na rytuałach i komunikacji. Konflikt zaczyna się od nazwania kogoś lub czegoś. „Premier Tusk” nie musi być nikim złym. Ale „premier nic-nie-mogę Tusk” jest już postacią, wobec której trzeba się opowiedzieć. Oburzenie jakiejś grupy społecznej spowodowane decyzją rządu jest zjawiskiem społecznym. Ale wyrażanie tego oburzenia poprzez organizowanie protestów, happeningów i występów medialnych jest także zjawiskiem retorycznym.

Kolejne zagadnienia związane ze współczesnymi pytaniami o społeczeństwo dotyczą tego, w jaki sposób czyjaś subiektywna wiedza o świecie staje się wiedzą społeczną, jak budujemy wspólne zasoby wiedzy. Jak to się dzieje, że nagle połowa mieszkańców miasta jest przekonana, że spalarnia śmieci wywoła raka, choroby płuc itd., a druga połowa jest pewna, że będzie to inwestycja, która postawi miasto na nogi? W jaki sposób wiedza się rozpowszechnia? Jakimi kanałami dociera do różnych grup świadomość, że Unia Europejska to zagrożenie dla niepodległości albo dziejowa szansa? Środki i sposoby przekonywania są właściwie niezmiennie. Podręczniki retoryczne, z których uczyli się starożytni i nowożytni królowie i ich doradcy, są dziś równie atrakcyjne dla szefów rządów i dyrektorów

departamentów w wielu ministerstwach.

Kluczowe jest także pytanie – co uznajemy za wiedzę? Czy wnioski z badań opinii publicznej to wiedza? Czy analizy ekspertów, narracja telewizyjnej wróżki, efekt medytacji to wiedza? Pytamy zatem o kryteria sprawdzające jakość i wartość wiedzy. Wiedza może być traktowana jako zasób, kapitał, który można spożytkować. Koncepcja społeczeństwa wiedzy to założenie, że to, co w dawnych epokach zapewniało władzę (ziemia, pieniądze, środki produkcji) zostało współcześnie zastąpione wiedzą. W tym ujęciu wiedza rozumiana jest dwojako – jako dostęp do informacji i jako umiejętność analizy informacji. Wiedzę można wytwarzać, zdobywać, komercjalizować, ale także zarządzać nią, narzucać, ograniczać.

Można spotkać się z opinią, że *społeczeństwo wiedzy* to coś w rodzaju zaklęcia, hasła współczesnej propagandy. Trudno to zdefiniować, więc każdy może przedstawić własną interpretację. Najlepiej taką, która uzasadni podejmowane działania. I w ten sposób społeczeństwo wiedzy staje się na przykład celem politycznym, celem polityki rozwojowej, polityki społecznej, edukacyjnej itd.

Można także spotkać się z postulatem, żeby w społeczeństwie wiedzy pozbyć się wreszcie „retorycznych sztuczek”. To marzenie o tym, by z życia publicznego zniknęła manipulacja. Utopijna wizja, w której ludzie wspólnie dyskutują, podejmują decyzje oparte na wiedzy, nie na emocjach czy uprzedzeniach, pod wpływem namysłu a nie retorycznego oddziaływania. Ta wizja jest jednak efektem błędnego definiowania retoryki. Bo sama retoryka jest wiedzą. Nie dotyczy jednak tego, jak okłamywać ludzi, ale jak ludzie komunikując się, dochodzą do prawdy o sobie samych i o społeczeństwie, w którym żyją.