

## 「全体」をめぐるヘーゲルとクワイン

ブランドム『信頼の精神』におけるアナロジーをてがかりとして

小原優吉(東京大学)

現代分析哲学においてヘーゲルは華々しく蘇っている、と評されることがしばしばある。20世紀後半における原子論的な言語観の崩壊や、経験主義的描像の変化、また自然的な因果に代わる「理由」概念への着目に呼応する形で、現代英米哲学においてヘーゲルへの言及が行われるようになってきた。セラーズが『経験論と心の哲学』においてヘーゲルに言及して以来、現代英米哲学の大家によるヘーゲルに対する好意的な参照がしばしばみられ、ヘーゲルの議論が現代分析哲学に位置付けられる際には、ヘーゲルの議論がクワインやセラーズの議論と類似していると指摘されることが多い。

このとき、2019年に出版されたロバート・ブランドムの『信頼の精神』は注目に値する。というのも、ブランドムは同書において、彼自身が提示する意味論上の立場の一つである推論主義という観点から、『精神現象学』を、それも部分的にはなくその著作全体を解釈しているからである。ブランドムは、その長期的なヘーゲル解釈とともに、この著作の発表を通じて、分析哲学における『精神現象学』全体の構想への関心を増大させてきたといつてよい。

とりわけそこでブランドムが提示しているあるアナロジーは、ヘーゲルの分析哲学への位置付けという観点から注目に値する。それによれば、「カントとヘーゲルの関係は、カルナップとクワインの関係と平行である」とされる。このアナロジーにおいて主張されているのは、次のことである。すなわち、カルナップは言語を形式的に記述する際に、言語中の各表現の意味を定める分析文とその意味を用いながら世界についての信念を表現する総合文という仕方で言語を「二段階」に分けていたのに対して、クワインは分析文とされるものもまた経験による検証を免れ得ないことを論じて、この言語の二段階図式を批判し言語全体を経験的探究の対象としている。そしてヘーゲルのカントに対する批判は、このクワインのカルナップ批判と類似するものとして捉えられうる。すなわち、カントがカテゴリー/純粹悟性概念という形で、経験的認識を構成する規則、いわば「日常的なレベルの概念」に対する「メタ概念」を提示したのに対して、ヘーゲルは両者の区別を撤廃してこの「メタ概念」もまた経験的使用を通じて創設され改訂されていくものであるとしている。こうした、日常的なレベルとメタレベルの区別なく言語が全体として使用されるということがどのようなことであるのかを論じているのが、意識の経験の道ゆきを示す『精神現象学』であり、その意味でヘーゲルはプラグマティズムの意味論の立場に立つ、というのがブランドムの見解である。

ヘーゲルの現代的な位置付けという観点からすれば、ブランドムのこのようなアナロジーは興味深く、より立ち入って解明される必要がある。とりわけブランドムの上記の整理によれば、ヘーゲルとクワインの両者はともにメタ概念、すなわち日常的な概念使用を説明しその規則を定めているような特別な種類の概念もまた、決して経験的使用から独立しているわけではないと考え、概念的枠組ないし言語的枠組の「全体」が経験的検証の対象になるという立場を採っているということになる。その限りで、ヘーゲルとクワインに類似性があるというのが先のアナロジーによる主張である。だが、そうだとするとなぜブランドムは、『信頼の精神』

という800ページを越える書物を出版するに至るまで、クワインではなくヘーゲルを執拗に論じ続けているのであろうか。ただ単に言語の意味を分析的に定めるのではなく、使用という観点から解明する必要があると主張するためならば、ヘーゲルを解釈する必要はないであろう。このような問いかけによって示唆されるのは、ブランドムが上述のアナロジーを通じてヘーゲルとクワインの類似性を指摘しているのと同時に、クワインに対するヘーゲルのある種の優位性を認めているということである。

それではその優位性とは、どのようなものであるだろうか。それは、一言で答えるならば、ブランドム自身の推論主義が問題として抱える、概念/言語の規範性が有しているはずの客観性を説明するという難問を解決するにあたって、『精神現象学』における「承認」論および「想起」論が重要なアイデアを提供している、ということになるだろう。

以上のようにして、本発表では、ブランドムによる「カントに対するヘーゲルの関係は、カルナップに対するクワインの関係と平行である」というアナロジーの含意を解明することを通じて、特にヘーゲルとクワインの関心に焦点を絞りつつ、ヘーゲル哲学の現代分析哲学における位置付けを再考する。そこではブランドムによるヘーゲルとクワインの関係についての見解、すなわち「全体」をめぐる両者は類似する見解を抱きつつ、言語/概念の客観性という問題に関してヘーゲルはより魅力的な議論を提出している、というブランドムの解釈を明らかにするとともに、そうした解釈を可能にしている「意味論的降下」というブランドムの解釈アプローチを批判的に検討することで、最終的には、ヘーゲルの「全体」をめぐる議論をブランドムとは異なる仕方でも現代の諸議論のうちに位置付けることができることを示したい。