

۱. مقدمه

یکی از حوزه‌های مهم بررسی گزاره‌های اخلاقی، حوزه معرفت‌شناسی، و از مهم‌ترین مباحث معرفت‌شناختی، بحث توجیه گزاره‌های اخلاقی است. اندیشمندان مختلف غربی و اسلامی نظریات متفاوتی را درباره توجیه گزاره‌های اخلاقی مطرح کرده‌اند. از میان دیدگاه‌های گوناگون درباره توجیه اخلاقی، آنچه نظر برخی از اندیشمندان اسلامی را به خود جلب کرده، دیدگاه موسوم به «شهرت‌گرایی» است. این دیدگاه به ابن‌سینا، خواجه نصیرالدین طوسی، قطب‌الدین رازی، لاهیجی، سبزواری، محقق اصفهانی و مرحوم مظفر نسبت داده شده است. درباره شهرت‌گرایی پرسش‌های بسیاری قابل طرح است؛ اما آنچه در این نوشتار بر آن تأکید شده، شهرت‌گرایی از جهت توجیه معرفتی است. در واقع، مسئله پژوهش حاضر به شهرت‌گرایی از منظری جدید نگریسته که تاکنون مغفول مانده است؛ به گونه‌ای که اثر درخور و مستقلى در این زمینه به چشم نمی‌خورد. پرسش اصلی این نوشتار آن است که آیا مشهور بودن گزاره‌های اخلاقی می‌تواند توجیهی کافی برای اعتبار گزاره‌های اخلاقی باشد؟ به عبارت دیگر، آیا از طریق شهرت گزاره‌های اخلاقی می‌توان اثبات کرد که گزاره‌های اخلاقی معتبرند؟

بدیهی است برای پاسخ به این پرسش‌ها نخست لازم است مراد از توجیه در اخلاق روشن شود؛ سپس نظریه شهرت‌گرایی مورد بررسی قرار گیرد و سرانجام با توجه به این مقدمات، به پرسش اصلی پاسخ داده شود. به همین منظور در ادامه با نگاهی گذرا به بحث معرفت‌شناسی در اخلاق، به تشریح توجیه در اخلاق و سپس توجیه گزاره‌های اخلاقی بر مبنای شهرت خواهیم پرداخت.

۲. توجیه در معرفت‌شناسی مطلق

فیلسوفان غربی معمولاً معرفت را به «باور صادق موجه» تعریف کرده‌اند. با قطع نظر از اختلاف فلاسفه درباره این تعریف، آنچه عموم معرفت‌شناسان بر آن اتفاق نظر دارند این است که توجیه گزاره‌ها یکی از ارکان معرفت به‌شمار می‌آید؛ به گونه‌ای که بدون موجه‌سازی گزاره‌ها، معرفتی محقق نخواهد شد. توجیه در معرفت‌شناسی به معنای نشان دادن وجه اعتبار معرفت است. به عبارت دیگر توجیه معرفت عبارت است از نشان دادن اعتبار آن بر اساس معرفت‌های معتبر (مصباح، ۱۳۹۰، ص ۱۱۸). به‌طورکلی نظریه‌های مطرح در باب موجه‌سازی را می‌توان در دو دسته نظریه‌های درون‌گرا و برون‌گرا مطرح ساخت.

توجیه گزاره‌های اخلاقی بر مبنای شهرت

حسن محیطی اردکان / دانشجوی دکتری فلسفه اخلاق مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

nagi1364@yahoo.com

چکیده

مسئله توجیه گزاره‌های اخلاقی یکی از مهم‌ترین مسائل معرفت‌شناختی در قلمرو فلسفه اخلاق به‌شمار می‌رود. نظریات گوناگونی درباره نحوه توجیه احکام اخلاقی در مقام اثبات ارائه شده است. شهرت‌گرایی دیدگاهی در فلسفه اخلاق است که عمدتاً فلاسفه مسلمان آن را مطرح ساخته‌اند. در این پژوهش تلاش شده دیدگاه مزبور درباره توجیه گزاره‌های اخلاقی تحلیل و بررسی شود. نتایج تحقیق حاکی از آن است که شهرت بما هو شهرت توان توجیه گزاره‌های اخلاقی را ندارد و تنها به اعتبار منشأ واقعی‌اش می‌تواند توجیه‌کننده گزاره‌های اخلاقی باشد.

کلیدواژه‌ها: توجیه اخلاقی، شهرت‌گرایی، مقام اثبات.

۱-۲. درون‌گرایی و برون‌گرایی

درون‌گرایی و برون‌گرایی در پاسخ به این پرسش مطرح می‌شوند که آیا موجه‌سازی امری درونی بوده، بر حالات درونی انسان مبتنی است یا برای توجیه گزاره‌ها باید به بیرون از حالات نفسانی و درونی استناد کرد. برخی معرفت‌شناسان معتقدند که همه عوامل و شرایط لازم برای توجیه گزاره‌ها را می‌توان در حالات درونی انسان جست‌وجو کرد؛ بدین معنا که صرفاً از راه تأمل در باورها و حالات خود می‌توان دریافت که آن باور موجه است یا خیر. از این‌رو برای توجیه گزاره‌ها هیچ نیازی به شرایط و عوامل بیرونی نیست. این دسته از معرفت‌شناسان را درون‌گرا می‌نامند.

در مقابل، معرفت‌شناسان برون‌گرا بر این باورند که گزاره‌ها را با تکیه بر صرف حالات درونی نمی‌توان توجیه کرد، بلکه توجیه گزاره‌ها بر پایه‌ی عوامل مبتنی است که بیرون از ادراک ما قرار دارند. وثاقت‌گروی، احتمال‌گروی و نظریه‌ی علی نظریات برون‌گرا هستند که در این میان، از وثاقت‌گروی به عنوان تأثیرگذارترین شکل برون‌گرایی نام برده می‌شود. گلدمن، مارشال سوآیم، آرمسترانگ و پلانینگا از سرشناسان وثاقت‌گروی به‌شمار می‌آیند (فولی، ۱۹۹۸، ص ۱۶۰-۱۶۱).

به لحاظ تاریخی دو رویکرد عمده درون‌گرا در توجیه معرفتی وجود دارند که عبارت‌اند از مبنای‌گرایی و انسجام‌گرایی.

۲-۲. مبنای‌گرایی و انسجام‌گرایی

مبنای‌گرایان معتقدند توجیه گزاره‌ها بر اساس ساختاری مرتب‌شده انجام می‌شود؛ به این ترتیب که در رأس همه گزاره‌ها گزاره‌های پایه وجود دارند و گزاره‌های دیگر به این گزاره‌های پایه باز می‌گردند. البته در میان مبنای‌گرایان در اینکه برای پایه بودن گزاره‌ها چه شرایطی وجود دارد و کدام گزاره‌ها به آن گزاره‌های پایه برمی‌گردند، اختلاف نظر وجود دارد. از دکارت، هیوم، برکلی، لاک، راسل، آیر و کارناب به عنوان مبنای‌گرا نام برده شده است.

برخلاف مبنای‌گرایان، انسجام‌گرایان بر این باورند که هیچ باور پایه‌ای وجود ندارد؛ بلکه گزاره‌ها بر اساس انسجام و هماهنگی با یکدیگر توجیه‌پذیرند. بر این اساس می‌توان گفت: انسجام‌گرایان به ارتباط دوسویه گزاره‌ها با یکدیگر اعتقاد دارند. این در حالی است که مبنای‌گرایان به ارتباط یک‌سویه و ارجاع گزاره‌های نظری به گزاره‌های پایه و بدیهی معتقدند. هگل و برادلی از انسجام‌گرایان قرن نوزدهم به‌شمار می‌آیند (همان). جهت تقریب به ذهن می‌توان گفت: اگر چهار گزاره «الف»، «ب»، «پ» و «ت» را در نظر بگیریم، به دو صورت می‌توان این گزاره‌ها را توجیه کرد:

۱. «الف» در توجیه خود مبتنی بر «ب»، «ب» مبتنی بر «پ»، «پ» مبتنی بر «ت» است، اما «ت» مبتنی بر گزاره دیگری نیست، بلکه خود، گزاره‌ای پایه و خودموجه است (نظریه مبنای‌گرایی)؛

۲. «الف» در توجیه خود بر «ب» و «ب» بر «پ» و «پ» بر «ت» مبتنی است و خود «ت» نیز دوباره بر «الف» مبتنی است (انسجام‌گرایی خطی) و یا گزاره «الف» با کل باورهای فرد منسجم است و نه با مجموعه کوچکی از باورها (انسجام‌گرایی کل‌نگرانه).

در بحثی که گذشت تا حدودی مراد از توجیه گزاره‌ها روشن شد و نظریات مطرح در این باب مطرح گشت. در ادامه، با توجه به مقدمه مزبور به بحث توجیه گزاره‌های اخلاقی و نظریات مطرح در این باب خواهیم پرداخت.

۳. توجیه اخلاقی

اسکنلون در تبیین توجیه اخلاقی، به سه پرسش در باب توجیه اخلاقی به شرح زیر اشاره می‌کند. نخستین پرسش در این باب، پرسش درباره روش اثبات درستی ادعاهای اخلاقی نظیر خوبی و بدی کارهاست. آیا توجه به نتیجه فعل اخلاقی، تعیین‌کننده خوبی و بدی افعال است یا شرایط پیرامونی خود عمل تعیین‌کننده است و یا چیز دیگر؟ آیا برای تشخیص وظیفه اخلاقی باید به اصول خاصی رجوع کرد یا خیر؟ هر مکتب اخلاقی واقع‌گرا گزاره‌های اخلاقی را به گونه‌ای خاص توجیه می‌کند و بیان می‌کند که چه چیز موجب خوبی و بدی کارها می‌شود؛ اما در این میان پرسش روش‌شناختی پیچیده‌تری وجود دارد: چگونه ادعای مکاتب اخلاقی مبنی بر اینکه فلان توصیف از توجیه اخلاقی درست است، خود می‌تواند موجه باشد؟

پرسش دوم توجیه اخلاق، درباره توجیه اخلاق به عنوان یک کل است. فیلسوف اخلاق باید به این پرسش پاسخ دهد که چرا ما باید مراقب اخلاق باشیم و ملاحظات اخلاقی را بر ملاحظات دیگر ترجیح دهیم؟

پرسش سوم نیز درباره هدف تفکر اخلاقی است. بسیاری از فلاسفه اخلاق، توجیه را هدف فلسفه اخلاق عنوان می‌کنند (اسکنلون، ۱۹۹۸، ص ۵۱۴-۵۱۶).

گفتنی است پرسش این نوشتار در باب توجیه، از نوع پرسش نخست است. در واقع، مراد از توجیه مورد بحث، توجیه گزاره‌های اخلاقی است. البته «اینکه باید مراقب اخلاق باشیم» خود، گزاره‌ای اخلاقی کلی است که پرسش نخست شامل آن هم می‌شود. از منظری دیگر می‌توان گفت: بحث توجیه معرفتی گزاره‌های اخلاقی، بحث در مقام اثبات احکام اخلاقی است. توضیح آنکه تعیین ملاک ثبوتی و اثباتی گزاره‌های اخلاقی از مهم‌ترین و بحث‌انگیزترین مباحث فلسفه اخلاق محسوب می‌شود. در

منظر، شهودگرایی مور و راس را می‌توان ناموجه‌گرایی اجمالی دانست. مور بر این باور است که خوبی و بدی افعال به دلیل بساطت و غیرطبیعی بودن، تنها با شهود قابل درک هستند، اما وی گرچه درستی کار را به تحصیل بیشترین خیر برای بیشترین افراد تعریف می‌کند، معتقد است به جهت محاسبه‌ناپذیری نتایج کار و بدیل‌های ممکن آن، نمی‌توان بر درستی یا نادرستی افعال دلیل اقامه کرد. راس نیز بر این باور است که تشخیص وظایف اخلاقی تنها دربارهٔ برخی افعال و آن هم در نگاه نخست، بدیهی است (هولمز، ۱۳۸۲، ص ۳۷۶-۳۸۰). دیدگاه مور را از جهت اعتقاد به توجیه‌پذیر بودن برخی گزاره‌های اخلاقی (گزاره‌های ناظر به خوبی و بدی افعال و نه درستی و نادرستی آنها) و دیدگاه راس را به دلیل اعتقاد به توجیه‌پذیر بودن وظایف در نگاه نخست، می‌توان دیدگاه موجه‌گرایی اجمالی نیز نام نهاد.

به نظر می‌رسد با اشاره به دیدگاه‌های مطرح دربارهٔ توجیه اخلاقی، جایگاه شهرت‌گرایی در میان نظریات یادشده تا حدی روشن شده باشد. دیدگاه شهرت‌گرایی (مطابق تقاریر صحیح) نظریه‌ای مبنی‌گرا در باب توجیه احکام اخلاقی است که در ادامه بررسی خواهد شد.

۵. شهرت‌گرایی

شهرت‌گرایی یکی از دیدگاه‌های مطرح در زمینهٔ معرفت‌شناسی گزاره‌های اخلاقی است. بنا بر شهرت‌گرایی خاص، گزاره‌های اخلاقی گزاره‌هایی هستند که در میان مردم مشهورند و همهٔ عقلا یا بیشتر آنها و یا گروه خاصی از عقلا آن را تصدیق کرده‌اند و هیچ‌گونه پشتوانهٔ واقعی جز توافق و شهرت جمعی و گروهی ندارند. ارزش عملی که ارزشیابی شده و به تبع، ارزش گزارهٔ حاکی از ارزش فعل مزبور نیز برخاسته از توافق عمومی مردم است؛ به‌گونه‌ای که اگر مردم به شکلی دیگر توافق می‌کردند، عمل دیگری ارزشمند می‌شد و گزارهٔ دیگری را گزارهٔ اخلاقی قلمداد می‌کردند.

نوع دیگری از شهرت‌گرایی نیز وجود دارد که می‌توان آن را شهرت‌گرایی عام نامید. بر اساس شهرت‌گرایی عام، گزاره‌های اخلاقی گزاره‌هایی هستند که تمام، اکثر یا گروهی از عقلا آنها را پذیرفته‌اند؛ با این تفاوت که مشهور و مورد اتفاق بودن این گزاره‌ها منافاتی با برخورداری آنها از پشتوانهٔ واقعی ندارد.

گزاره‌های مشهوره از آن جهت که بین مردم مشهورند، «مشهورات» و از آن جهت که بین آنها شایع و رایج‌اند «ذائعات» نامیده می‌شوند. دیدگاه «شهرت‌گرایی» به تعدادی از حکما و اندیشمندان مسلمان نسبت داده شده است که از آن جمله می‌توان به ابن‌سینا (۳۷۰-۴۲۸)، خواجه نصیرالدین طوسی

بحث از معیار ثبوتی گزاره‌های اخلاقی سخن بر سر آن است که ارزش یک کار و خوب و بد بودن آن وابسته به چیست و افعال با چه ملاک و معیاری متصف به خوبی یا بدی می‌شوند. مکاتب اخلاقی بسته به تعیین تأمین لذت، سود، قدرت، کمال نفس، اوامر و نواهی الهی، مطابقت با وظیفه، فضیلت و... به عنوان ملاک و معیار خوبی و بدی افعال، به مکاتب لذت‌گرایی، سودگرایی، قدرت‌گرایی، کمال نفس‌گرایی، امر الهی، وظیفه‌گرایی، فضیلت‌گرایی و... تقسیم شده‌اند. خلاصه اینکه مقام ثبوت در پی تعیین مبدأ و منشأ برای تعیین ارزش اخلاقی است.

در مقابل، در مقام اثبات گزاره‌های اخلاقی بحث بر سر آن است که با قطع‌نظر از ملاک ثبوتی گزاره‌های اخلاقی، چگونه می‌توان گزاره‌های اخلاقی را تشخیص داد؟ پرسشی که در این مقام به آن پاسخ داده می‌شود این است که راه کشف احکام اخلاقی چیست؟ توجیه اخلاقی همان بحث در مقام اثبات گزاره‌های اخلاقی است.

با توجه به تفکیک مقام ثبوت و اثبات و ارتباط توجیه اخلاقی با مقام اثبات، در اینجا شهرت‌گرایی از این جهت بررسی خواهد شد که آیا شهرت می‌تواند توجیه‌کننده گزاره‌های اخلاقی باشد و در کشف گزاره‌های اخلاقی به کار آید؟ دربارهٔ توجیه اخلاقی، دیدگاه‌هایی مطرح شده که در ادامه به آنها می‌پردازیم.

۴. نظریات توجیه در فلسفهٔ اخلاق

به‌طورکلی می‌توان گفت در باب توجیه در فلسفهٔ اخلاق، سه دیدگاه وجود دارد:

۱-۴. موجه‌گرایی عام

موجه‌گرایی عام به طیفی از نظریاتی گفته می‌شود که می‌پذیرند همهٔ احکام و گزاره‌های اخلاقی را می‌توان توجیه کرد. برخی از انواع مبنی‌گرایی نظیر بداهت‌گرایی، شهرت‌گرایی و نظریهٔ اعتباریات و نیز انسجام‌گرایی در این دسته جای می‌گیرند.

۲-۴. ناموجه‌گرایی عام

ناموجه‌گرایی عام به رویکردی در برابر موجه‌گرایی عام اطلاق می‌شود. ناموجه‌گرایان عام بر این باورند که نمی‌توان برای هیچ‌یک از گزاره‌های اخلاقی، ادله‌ای واقعی اقامه کرد. براین‌اساس دیدگاه‌های غیرواقع‌گرا، نظریهٔ خطا و شکاکیت پیرهونی را می‌توان در این دسته قرار داد.

۳-۴. ناموجه‌گرایی در برخی احکام اخلاقی

ناموجه‌گرایی اجمالی یا ناموجه‌گرایی در برخی احکام اخلاقی به رویکردی گفته می‌شود که بر پایهٔ آن برخی احکام اخلاقی توجیه‌پذیر نیستند و تنها برخی از گزاره‌های اخلاقی را می‌توان توجیه کرد. از این

(۵۹۷-۶۷۲)، قطب‌الدین رازی (۶۴۷-۷۷۶)، محقق لاهیجی (۹۶۹-۱۰۷۲)، سبزواری (۱۲۱۲-۱۲۸۹)، محقق اصفهانی (۱۲۹۶-۱۳۶۱) و مرحوم مظفر (۱۳۲۲-۱۳۸۳) اشاره کرد.

در این مقام درصدد پاسخ‌گویی به دو پرسش بنیادین درباره توجیه از دیدگاه شهرت‌گرایی هستیم. پرسش نخست آن است که آیا شهرت می‌تواند دلیل اعتبار گزاره‌های اخلاقی به‌شمار آید؟ پرسش دوم اینکه در صورت پذیرفتن شهرت به عنوان دلیل و توجیهی برای گزاره‌های اخلاقی، شهرت تا چه اندازه صدق گزاره‌های اخلاقی را نشان می‌دهد و به عبارت دیگر، احتمال صدق گزاره‌های مشهوره چقدر است؟

۱-۵. بررسی مدعای شهرت‌گرایان

پیش از پاسخ دادن به پرسش‌های مزبور و به عنوان پیش‌درآمد، لازم است مراد از مشهورات از نظر شهرت‌گرایان روشن شود و به این پرسش پاسخ داده شود که آیا مقصود آنها از شهرت، شهرت در مقام ثبوت است یا اثبات؟ به نظر برخی (شریفی، ۱۳۸۸، ص ۲۱۹) محقق اصفهانی قایل به شهرت در مقام ثبوت شده است و کلام شیخ‌الرئیس، محقق طوسی و قطب‌الدین رازی نیز در همین راستا قابل تفسیر است. اصفهانی معتقد است مشهوراتی مانند حسن عدل و قبح ظلم از واقعیتی جز توافق عقلا برخوردار نیستند.

أَنَّ أَمْثَالَ هَذِهِ الْقَضَايَا لَيْسَتْ مِنَ الْقَضَايَا الْبُرْهَانِيَّةِ فِي نَفْسِهَا، وَأَنَّهَا فِي قِبَالِهَا، وَنَزِيدُكَ هُنَا أَنَّ الْمَعْتَبَرَ عِنْدَ أَهْلِ الْمِيزَانِ فِي الْمَوَادِّ الْأَوْثِيَّةِ لِلْقَضَايَا الْبُرْهَانِيَّةِ الْمُنْحَصِرَةِ تِلْكَ الْمَوَادِّ فِي الضَّرُورِيَّاتِ السَّاتِّ مُطَابَقَتِهَا لِلْوَاقِعِ وَنَفْسِ الْأَمْرِ، وَالْمَعْتَبَرُ فِي الْقَضَايَا الْمَشْهُورَةِ وَالْأَرَاءِ الْمَحْمُودَةِ مُطَابَقَتِهَا لِمَا عَلَيْهِ آرَاءُ الْعُقَلَاءِ، حَيْثُ لَا وَاقِعَ لَهَا غَيْرَ تَوَافُقِ الْآرَاءِ عَلَيْهَا (اصفهانی، ۱۴۲۹ق، ج ۳، ص ۲۳۴).

مرحوم مظفر نیز به تبع محقق اصفهانی معتقد است گزاره‌های مشهوره واقعیتی و رای توافق و تطابق آرای عقلا ندارند:

وَالْقَضَايَا الْمَشْهُورَةُ لَيْسَ لَهَا وَاقِعٌ وَرَاءَ تَطَابُقِ الْآرَاءِ أَيْ إِنْ وَاقَعَهَا ذَلِكَ فَمَعْنَى حَسَنِ الْعَدْلِ أَوْ الْعِلْمِ عِنْدَهُمْ إِنْ فَاعَلَهُ مَمْدُوحٌ لَدَى الْعُقَلَاءِ وَمَعْنَى قَبْحِ الظُّلْمِ وَالْجَهْلِ إِنْ فَاعَلَهُ مَذْمُومٌ لَدَيْهِمْ (مظفر، ۱۴۰۵ق، ج ۱-۲، ص ۲۲۵).

البته ایشان ملاک حسن و قبح به معنای استحقاق مدح و ذم را مصالح موجب حفظ نظام و بقای نوع، و مفاسد موجب اختلال نظام می‌دانند (اصفهانی، ۱۴۲۹ق، ج ۴، ص ۱۰۴، ۲۰۸؛ ج ۲، ص ۱۰۴؛ مظفر، ۱۴۰۵ق، ج ۱-۲، ص ۲۲۴) و معتقدند گرچه خود این احکام اعتباری و غیرواقعی‌اند، مبتنی بر امور واقعی هستند. بنابراین به طور خلاصه می‌توان گفت خوبی عدل و بدی ظلم به معنای ممدوح بودن

عدل و مذموم بودن ظلم، به توافق آرای عقلا بستگی دارد و خود این افعال نه مصلحت و مفاسد واقعی در بر دارند و نه اقتضایی نسبت به خوبی و بدی دارند (اصفهانی، ۱۴۰۹ق، ج ۲، ص ۱۰۴).

گفتنی است که محقق اصفهانی و مرحوم مظفر قایل به حسن و قبح ذاتی‌اند، اما ایشان ذاتی را به معنای عرض ذاتی می‌دانند و با توجه به اینکه حسن و قبح را به معنای استحقاق مدح و ذم می‌دانند، معتقدند استحقاق مدح و ذم به عدل با عنوان عدل و ظلم با عنوان ظلم و بدون اندراج تحت عنوانی دیگر تعلق می‌گیرد. بر خلاف دیگر عناوین مانند صدق و کذب که اگر با همین عناوین در نظر گرفته شوند، به سبب اندراج تحت عناوین عدل و ظلم مستحق مدح و ذم هستند و در صورتی که صدق موجب هلاکت مؤمنی شود و یا کذب موجب نجات مؤمنی گردد، فرد صادق و کاذب به ترتیب مستحق ذم و مدح خواهند بود (همان، ج ۳، ص ۳۱-۳۲؛ مظفر، ۱۴۰۵ق، ج ۱، ص ۲۳۰).

نتیجه آنکه بنابر دیدگاه برخی، گویا بسیاری از منطقیین و متکلمین که در مقام بحث با اشاعره بوده‌اند، ظاهراً به تبع اشاعره تفکیک معانی حسن و قبح را تلقی به قبول کرده، و با اختصاص محل بحث به استحقاق مدح و ذم و ثواب و عقاب (مظفر، ۱۴۱۶ق، ص ۲۱۹؛ اصفهانی، ۱۴۲۹ق، ج ۳، ص ۳۳۹)، پذیرفته‌اند که این معنا واقعیتی ندارد. بدین ترتیب با اینکه بسیاری از ایشان بر ابتنای دست‌کم برخی از این احکام بر مصالح واقعی تصریح کرده‌اند، خود این احکام را غیرواقعی یا اعتباری دانسته‌اند و در ظاهر، قایل به شهرت‌ثبوتی در معنای استحقاق مدح و ذم شده‌اند. از آنجاکه بازخوانی دیدگاه محقق اصفهانی و مرحوم مظفر مجالی دیگر می‌طلبد، به نقل تقریر یادشده از دیدگاه ایشان بسنده می‌کنیم و داوری در این زمینه را به فرصتی دیگر وامی‌گذاریم.

برخلاف محقق اصفهانی و مرحوم مظفر، ملا عبدالرزاق لاهیجی معتقد است شیخ‌الرئیس گزاره‌های اخلاقی را از نوع مشهورات به معنای اعم می‌داند. بنابراین منافاتی ندارد که گزاره‌های اخلاقی از یک جهت یقینی و از جهتی دیگر مشهوره باشند (لاهیجی، ۱۳۶۴، ص ۶۱). وی در کتاب *سرمایه ایمان* به دفاع سرسختانه از این سخن می‌پردازد که «عدّ حکماً قضایای مذکوره را از جمله مقبولات عامه، غرض ایشان نیست مگر مجرد تمثیل به مصلحت عامه و مفاسد عامه که در قبول عموم الناس مداخلیت دارند».

حکیم سبزواری نیز در کتاب *شرح الأسماء* و در پاسخ به شبهه‌ای درباره همین بحث، به دفاع از ابن‌سینا می‌پردازد و همانند محقق لاهیجی بر این باور است که هدف شیخ‌الرئیس از اینکه احکام اخلاقی را جزو مقبولات عامه آورده، تنها ارائه مثال برای مقبولات عام در برابر مقبولات خاص بوده است و نه چیز دیگر (سبزواری، ۱۳۷۲، ص ۳۲۲).

به هر حال گرچه برخی گفته‌های ابن‌سینا و پیروان وی شبهه‌غیرواقع‌گرایانه بودن دیدگاه آنان را به ذهن متبادر می‌کند، شواهدی درخور اعتنا وجود دارد مبنی بر اینکه اولاً برخلاف دیدگاه محقق اصفهانی و مرحوم مظفر مشهورات اخلاقی از نوع مشهورات به معنای عام‌اند و بنابراین منافاتی با یقینی بودن ندارند؛ ثانیاً برخلاف دیدگاه محقق لاهیجی و سبزواری از نوع بدیهیات نیستند و نظری‌اند. شاهد نخست کلام ابن‌سینا در *دانش‌نامه‌ی علائی* است. ایشان پس از ذکر چند مثال برای مشهورات می‌نویسد:

از این جمله، بعضی راست است، چنان‌که مثال‌های پیشین، و لکن راستی‌اش به حجت درست شود، و اگر مردم چنان انگارد که اندرین جهان به یک دفعه حاصل شود، و باخرد بود، و جهد کند که شک کند، تواند شک کردن، و بعضی دروغ است؛ الا به شرطی، چنان‌که نشاید گفتن: که خدای قادر است بر محال و عالم است و دانا به آنکه ورا یار است و بسیار مشهور بود که دروغ صرف بود (ابن‌سینا، ۱۳۵۳، ص ۱۲۱-۱۲۳).

این عبارات به‌وضوح گویای آن است که مشهورات قابلیت صدق و کذب دارند. اعتقاد به قابلیت صدق و کذب گزاره‌های اخلاقی، همان‌طور که در آینده به‌تفصیل خواهیم گفت از لوازم واقع‌گرایی به‌شمار می‌آید. بنابراین عبارت مزبور نشان می‌دهد که *ابن‌سینا* به واقعیت اخلاقی و رای شهرت عمومی باور دارد و از این‌رو مراد وی از شهرتی که از آن سخن می‌گوید شهرت اثباتی است و نه شهرت ثبوتی. همچنین وی تصریح کرده است که صدق برخی از گزاره‌های اخلاقی با دلیل و حجت قابل اثبات است. توضیح آنکه از نگاه وی گزاره‌های اخلاقی به همین صورتی که هستند مشهوره‌اند و از آنها می‌توان در خطابه و جدل استفاده کرد؛ اما آن گزاره‌ها قیود پنهانی دارند و در صورتی که بخواهند یقینی باشند و در مقام برهان مورد استفاده قرار گیرند، باید با تفکر و تأمل آن قیود پنهان را روشن کرد. لذا این گزاره‌ها همراه با قیودشان گزاره‌های یقینی هستند.

ابن‌سینا همچنین در کتاب *منطق شفا* آورده است:

كقولهم إن العدل جميل، وإن الظلم قبيح، و إن شكر المنعم واجب. فإن هذه مشهورات مقبولة، وإن كانت صادقة فصدقها ليس مما يتبين بظفرة العقل المنزل المنزلة المذكورة، بل المشهورات هذه وأمثالها منها ما هو صادق ولكن يحتاج في أن يصير يقينا إلى حجة، ومنها ما هو صادق بشرط دقيق لا يظن له الجمهور (ابن‌سینا، بی‌تا، ص ۶۶).

این عبارت نیز با تأیید قابلیت صدق گزاره‌های اخلاقی و منوط کردن تصدیق برخی گزاره‌های اخلاقی به استدلال به‌روشنی بر دو مدعای یادشده صحه می‌گذارد. ایشان همچنین در *اشارات* می‌گوید:

وهذه المشهورات قد يكون صادقة وقد يكون كاذبة، وإذا كانت صادقة ليست تنسب إلى الأوليات ونحوها إذا لم تكن بينة الصدق عند العقل الأول إلا بنظر، وإن كانت محمودة عنده، والصادق غير المحمود (طوسی، بی‌تا، ج ۱، ص ۲۲۰).

همان‌طور که ملاحظه شد، این شواهد نشان از واقع‌گرا بودن *ابن‌سینا* دارند. گفتنی است که افزون بر شواهد مزبور، قایل شدن به شهرت در مقام ثبوت لوازمی ناپذیرفتنی دارد که با مبانی اخلاق شیعی ناسازگارند و توجه به همین لوازم، بسیاری از اندیشمندان اسلامی را به نقد و یا توجیه کلام محقق اصفهانی و *ابن‌سینا* فراخوانده است. اشاره به لوازم شهرت‌گرایی ثبوتی زیر علاوه بر اینکه تأییدی بر مدعای فوق مبنی بر قایل بودن *ابن‌سینا* به شهرت اثباتی است، از آن جهت دارای اهمیت است که مطابق نظر صحیح موجه‌گرا بودن یا نبودن، ارتباط مستقیمی با واقع‌گرا بودن یا نبودن دارد؛ بدین معنا که دیدگاه‌های واقع‌گرا به نوعی موجه‌گرا هستند و دیدگاه‌های غیرواقع‌گرا غیرموجه‌گرا. بنابراین اگر ثابت شود که دیدگاهی غیرواقع‌گراست، در نتیجه آن دیدگاه غیرموجه‌گرا خواهد بود. توجه به لوازم شهرت‌گرایی ثبوتی، غیرواقع‌گرا بودن این دیدگاه را نشان می‌دهد. لذا این دیدگاه غیرواقع‌گرا و غیرموجه‌گرا خواهد بود.

۱-۵. لوازم شهرت‌گرایی ثبوتی

همان‌طور که گفته شد، پذیرفتن شهرت ثبوتی مستلزم پذیرفتن لوازم غیرقابل قبولی است که به مواردی از آن در ادامه اشاره می‌کنیم.

الف) صدق و کذب‌ناپذیری

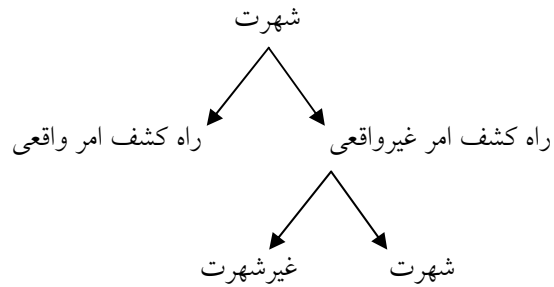
تعیین صدق و کذب گزاره‌ها متفرع بر واقعیت داشتن آنهاست؛ چراکه صدق به معنای مطابقت با واقع و کذب به معنای عدم مطابقت با واقع است. مراد از واقعیت مورد بحث، واقعیتی عینی است که اعم از واقعیت ماهوی است و شامل احساس فردی، قرارداد جمعی و توصیه نمی‌شود. بر همین اساس، گزاره‌ی مطابق با واقع را صادق و گزاره‌ی غیرمطابق با واقع را کاذب می‌نامند. لذا گزاره‌هایی را که با واقعیت عینی ارتباطی ندارند، نمی‌توان متصف به صدق یا کذب کرد. دیدگاه شهرت‌گرایی بر پایه‌ی تفسیر یادشده، گزاره‌های اخلاقی را گزاره‌هایی می‌داند که با واقعیت عینی ارتباطی ندارند؛ بنابراین نمی‌توان آنها را متصف به صدق و کذب کرد.

ب) کثرت‌گرایی اخلاقی

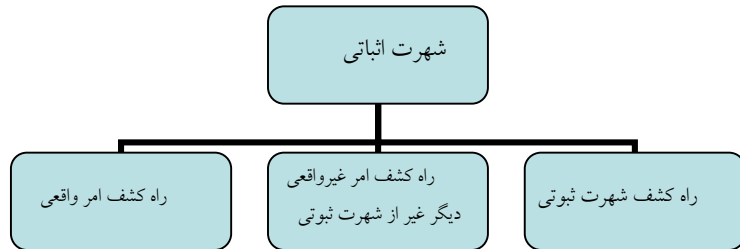
از دیگر لوازم دیدگاه مزبور، کثرت‌گرایی در اخلاق است. کثرت‌گرایی اخلاقی به معنای پذیرفتنی بودن همه‌ی گزاره‌ها و مکاتب اخلاقی است. بدیهی است در صورتی که شهرت

بد نیست در واقع حسن و قبح ذاتی را انکار کرده است و با انکار حسن و قبح ذاتی، قول حسن و قبح عقلی نیز بی‌معناست.

حال که مشخص شد دست کم بیشتر اندیشمندان اسلامی قایل به شهرت ثبوتی نیستند، بلکه کلام آنها ناظر به شهرت در مقام اثبات گزاره‌های ارزشی است، لازم است بررسی شود که از میان کارکردهای مختلف شهرت اثباتی، آنان چه کارکردی را برای شهرت اثباتی در نظر داشته‌اند. توضیح آنکه شهرت اثباتی، یا راه کشف امر غیرواقعی است و یا راه کشف امر واقعی. در صورتی که راهی برای کشف امر غیرواقعی باشد، آن امر غیرواقعی یا شهرت ثبوتی است و یا امر غیرواقعی دیگری به جز شهرت ثبوتی.



بنابراین سه کارکرد زیر را می‌توان برای شهرت اثباتی در نظر گرفت:



۱-۲-۵ کارکردهای شهرت‌گرایی

الف) شهرت اثباتی؛ راه کشف شهرت ثبوتی

مفاد شهرت ثبوتی آن است که هر کاری که در میان مردم به خوب بودن شهره است، خوب و هر کاری که بین مردم به بد بودن شهره است، بد باشد. کار خوب کاری است که مردم آن را خوب می‌دانند و کار بد کاری است که مردم آن را بد می‌دانند. بر پایه این ادعا، شهرت شبیه قرارداد محض، و شهرت‌گرایی شبیه قراردادگرایی محض است. اگر فردی معتقد باشد که شهرت مبدأ و

گزاره‌های اخلاقی به عنوان معیار تعیین فعل بهنجار یا نابهنجار تلقی شود، هر فعلی می‌تواند به صرف مقبولیت نزد مردم، اخلاقی انگاشته شود. بنابراین در جایی که گزاره‌ای مانند «محبوبه بودن زنان در جامعه خوب است» مورد قبول مردم واقع شود، حجاب خوب است و در جایی که «محبوبه بودن زنان در جامعه خوب نیست» مقبول مردم واقع گردد، حجاب بد است. با توجه به مقبولیت عمومی، هر دو گزاره متناقض مزبور می‌توانند درست باشند؛ زیرا درستی یا نادرستی گزاره‌ها در این دیدگاه، بر اساس مقبولیت عمومی تعیین می‌شود و نه بر اساس تطبیق با عالم واقع. از این رو به دلیل صدق و کذب‌ناپذیری واقعی این گزاره‌ها، نمی‌توان یکی را صادق و دیگری را کاذب دانست و بر این اساس یکی را بر دیگری ترجیح داد.

ج) نسبی‌گرایی اخلاقی

مراد از نسبی‌گرایی در اخلاق آن است که هیچ حکم اخلاقی‌ای کلی و مطلق نیست. در صورتی که ارزش‌های اخلاقی واقعی جز تطابق آرای عقلا نداشته باشند، اخلاق دچار نسبییت خواهد شد؛ زیرا ارزش‌های اخلاقی تابع رأی و نظر مردم خواهند بود و با تغییر دیدگاه مردم، تغییر خواهند کرد. در این صورت، هیچ گزاره مطلق نخواهیم داشت و درستی و نادرستی فعل اخلاقی وابستگی تام به رأی و سلیقه مردم خواهد داشت. رأی و سلیقه مردم نیز در شرایط مختلف، متفاوت است. بنابراین درستی و نادرستی فعل اخلاقی نیز در شرایط مختلف متفاوت است و به دلیل تفاوت سلیقه مردم، ممکن است یک فعل برای یک جامعه خوب، و برای جامعه دیگر بد باشد.

د) قابل توجیه عقلانی نبودن

بر پایه این دیدگاه گزاره‌های اخلاقی قابل توجیه عقلانی نیستند. توضیح آنکه تنها گزاره‌های یقینی می‌توانند مقدمه و نتیجه قیاس برهانی واقع شوند. لذا گزاره‌های مشهوره‌ای که به جز اتفاق آرای عقلا از پشتوانه واقعی برخوردار نیستند، نه می‌توانند نتیجه قیاس برهانی واقع شوند و نه می‌توانند مقدمه برای برهان دیگر قرار گیرند. این نوع گزاره‌ها را تنها می‌توان در قیاس جدلی و در مواردی که استفاده از قضایای ظنی بلامانع است، به کار برد.

ه) نفی حسن و قبح عقلی

لازمه دیگر اعتقاد به مشهوره بودن گزاره‌های اخلاقی - آن‌گونه که در این دیدگاه گذشت - نفی حسن و قبح ذاتی و عقلی است. کسی که معتقد است هیچ فعلی حتی عدل و ظلم به خودی خود خوب یا

منشأ ارزش اخلاقی است، می‌تواند شهرت در مقام اثبات را راهی برای کشف شهرت ثبوتی تلقی کند؛ با این توضیح که اگر از چنین فردی (که معتقد است در مقام ثبوت خوبی و بدی فعل وابسته به نظر مردم است) پرسیده شود چگونه می‌فهمی که (در مقام اثبات) چه فعلی خوب یا بد است، پاسخ می‌دهد: «با مراجعه به مردم می‌توان فهمید که فعلی خوب یا بد است». در واقع این فرد شهرت اثباتی را راهی برای کشف شهرت ثبوتی قرار داده است.

در این دیدگاه، در مقام ثبوت واقعیتی عینی در کار نیست؛ بدین معنا که شهرت پستوانه واقعی ندارد. به همین دلیل اثبات گزاره‌های اخلاقی بر مبنای واقعیت عینی نیز ناممکن است. لذا این دیدگاه که به ناحق به برخی از بزرگان شیعه همچون ابن‌سینا و خواجه نصیر نسبت داده شده، دیدگاهی غیرموجه‌گرا تلقی خواهد شد؛ زیرا در این دیدگاه، ارزش‌های اخلاقی اموری قراردادی و غیرواقعی‌اند.

خلاصه آنکه با بطلان دیدگاه مزبور مبنی بر معیار بودن شهرت در ارزش افعال، طرح شهرت به عنوان توجیه گزاره‌های اخلاقی در مقام اثبات نیز خود فاقد توجیه عقلانی است. بنابراین در صورتی که در این دیدگاه شهرت علاوه بر معیار ثبوتی به عنوان معیار اثباتی نیز طرح شود، به دلیل بی‌پایه و اساس بودن معیار ثبوتی، معیار اثباتی نیز از جایگاه و پایگاه واقعی برخوردار نخواهد بود.

ب) شهرت اثباتی؛ راه کشف ظنی امر غیرواقعی دیگر

در دیدگاه‌های غیرواقعی‌گرای دیگر به جز شهرت‌گرایی، شهرت می‌تواند به عنوان راهی برای کشف امر غیرواقعی‌ای که منشأ حسن و قبح افعال است مطرح شود. برای نمونه در نظریه امرالهی که فرامین الهی معیار ارزش افعال قلمداد می‌شوند، یکی از طرقی که می‌توان به واسطه آن به امر و نهی خداوند سبحان پی برد، شهرت خوبی و بدی فعل نزد مردم است. در این صورت، از اینکه خوبی یا بدی فعلی شهرت دارد نتیجه گرفته می‌شود که خداوند به آن امر، و یا از آن نهی کرده است. برای مثال از اینکه خوبی راست‌گویی در میان مردم مشهور است نتیجه گرفته می‌شود که خداوند به راست‌گویی امر کرده است. البته این نتیجه‌گیری، ظنی است. بنابراین مشهور بودن یک فعل به خوبی یا بدی به طور ظنی، کاشف از آن است که خداوند به فعل یا ترک آن فرمان داده است.

اما در پاسخ به پرسش اصلی که این نوشتار را جهت پاسخ به آن سامان داده‌ایم، یعنی اینکه «آیا با شهرت می‌توان گزاره‌های اخلاقی را توجیه کرد؟» باید به این حقیقت اذعان نمود که در نظریات غیرواقعی‌گرایانه‌ای مانند نظریه امر الهی، شهرت گزاره‌های اخلاقی نمی‌تواند توجیه‌گر

آنها در مقام اثبات باشد. دلیل عجز شهرت از توجیه‌گری گزاره‌های اخلاقی در این نوع دیدگاه‌ها آن است که گرچه می‌توان گزاره‌های غیرواقعی‌گرا را تا مرحله‌ای به وسیله شهرت توجیه کرد، چون در دیدگاه‌های مزبور مکشوف عنه، امری غیرواقعی است توجیه آن به هر وسیله‌ای از جمله شهرت، غیرمعقول و غیرمنطقی است. توضیح آنکه اگر از فردی که برای پی بردن به اوامر و نواهی خداوند سبحان به شهرت تمسک می‌کند پرسیده شود که «چرا از شهرت تبعیت می‌کنی؟»، پاسخ خواهد داد: «چون باید از فرامین الهی تبعیت کنم و شهرت فعلی به خوبی و بدی کاشف از فرامین الهی است». چنین فردی ممکن است تصور کند با این پاسخ خود توجیه مقبولی ارائه داده است، در حالی که توجیه وی نامقبول است؛ زیرا بلافاصله از وی پرسیده می‌شود: «چرا باید از فرامین الهی تبعیت کنی؟». وی به هیچ وجه نمی‌تواند به این پرسش اساسی پاسخ قانع‌کننده‌ای ارائه کند، مگر آنکه از موضع اخلاقی خود دست بردارد؛ زیرا یکی از این سه پاسخ را خواهد داد: ۱. این گزاره نیاز به توجیه و اثبات ندارد؛ ۲. با خودش توجیه می‌شود؛ ۳. جمله دیگری آن را توجیه و اثبات می‌کند.

از آنجاکه امرگرا غیرواقعی‌گراست، نمی‌تواند بگوید این گزاره نیاز به توجیه و اثبات ندارد؛ زیرا مطابق نظر غیرواقعی‌گرایان همه احکام اخلاقی با دستور، سلیقه یا قرارداد توجیه‌پذیر هستند. پاسخ احتمالی دوم نیز وی را با معضل دور روبه‌رو می‌کند. پاسخ احتمالی سوم نیز با دیدگاه وی ناسازگار است؛ زیرا جمله‌ای که توجیه‌کننده گزاره مزبور است اگر از نوع هست‌ها باشد، از نگاه غیرواقعی‌گرایان استنتاج باید از هست غیرممکن است و اگر از نوع باید‌ها باشد خلاف فرض است؛ زیرا مطابق نظر وی «باید» جمله مزبور «باید» اصلی است و بایدی اصلی‌تر از آن وجود ندارد (مصباح، ۱۳۸۷، ص ۱۲۵-۱۲۶).

بنابراین توجیه گزاره‌های اخلاقی در صورتی معتبر است که به توجیه نهایی بینجامد. در غیر این صورت توجیه ارائه‌شده فاقد اعتبار خواهد بود.

ج) شهرت اثباتی؛ راه کشف ظنی واقعیت اخلاقی

دیدگاه‌های واقع‌گرا کارکرد دیگری را از شهرت انتظار دارند. در این گونه نظریات شهرت به‌منزله معیار اثباتی می‌تواند راه کشف ظنی واقعیت اخلاقی باشد؛ بدین معنا که از اینکه فعلی به خوبی یا بدی در میان مردم مشهور شده، به صورت ظنی و نه یقینی نتیجه گرفته می‌شود که آن فعل در واقع نیز چنین است (خوب یا بد است). برای مثال، از شهرت این گزاره در میان مردم که «خیانت در امانت بد است» به طور ظنی استنباط می‌شود که در واقع نیز چنین است. گرچه تفسیر واقعیت اخلاقی ممکن است

خوب به کاری گفته می‌شود که مطلوب انسان است و سزاوار است انسان آن را طلب کند. کمال اختیاری انسان که مصداق آن قرب به خداوند سبحان است، ذاتاً مطلوب و خوب است و افعال دیگر نیز بسته به تأثیر ایجابی یا سلبی در وصول به کمال اختیاری، مطلوب (خوب) یا نامطلوب (بد) هستند. کمال اختیاری انسان امری واقعی است و ارتباط افعال اختیاری با کمال نهایی نیز از نوع ضرورت بالقیاس است و به همین سبب ارتباطی واقعی است. با توجه به همین معناست که عقلاً نیز فاعل برخی افعال را تحسین، و فاعل برخی افعال دیگر را تقبیح می‌کنند.

بنابراین عدلیه با مبتنی دانستن ارزش‌ها بر واقعیات، شهرت ارزش‌های اخلاقی، به معنای مطلوبیت فعل یا صفت متناسب با کمال و نقص حقیقی انسان را ثبوتی نمی‌دانند؛ اما معتقدند به وسیله شهرت می‌توان حقایق اخلاقی را کشف کرد و احکام اخلاقی را پذیرفت. در واقع عدلیه به رغم انکار شهرت به منزله معیار ثبوتی ارزش‌های اخلاقی، تصدیق می‌کنند که شهرت می‌تواند معیار اثباتی ارزش‌های اخلاقی باشد.

با توجه به واقع‌گرایی این دیدگاه، طرح شهرت به عنوان توجیه و دلیل اعتبار گزاره‌های اخلاقی، به شرطی پذیرفتنی است که شهرت بدون پشتوانه واقعی نباشد. البته در صورتی که گزاره‌های اخلاقی مشهوره از پشتوانه واقعی نیز برخوردار باشند، پذیرفتنی بودن طرح شهرت به‌مثابه دلیل، به‌هیچ‌وجه نباید به‌مثابه کافی بودن آن قلمداد گردد، بلکه کفایت آن نیاز به بررسی دیگری دارد که در ادامه به آن خواهیم پرداخت.

۶. اعتبار شهرت

پرسش بنیادین در اینجا آن است که شهرتی که در دیدگاهی واقع‌گرا به عنوان دلیل و توجیه گزاره‌های اخلاقی مطرح می‌شود، چقدر معتبر است؟ اعتبار شهرت در اینجا بدان معناست که شهرت چقدر می‌تواند قابلیت اعتماد به خوبی و بدی افعال را برای فاعل اخلاقی تأمین و تضمین کند و فاعل اخلاقی تا چه اندازه می‌تواند در مقام عمل به شهرت در میان مردم استناد نماید. پژوهش در مسئله اعتبار شهرت تا اندازه فراوانی با بررسی عواملی که موجب شهرت افعال به خوبی و بدی می‌شوند گره خورده است. در واقع، بررسی اسباب شهرت می‌تواند تکلیف اعتبار شهرت را در مقام تشخیص احکام اخلاقی یک‌سره کند. نسبت میان اعتبار منشأ شهرت و اعتبار گزاره مشهوری، نسبت ایجابی و مثبت است. از این‌رو هر چه منشأ شهرت گزاره به واقع نزدیک‌تر باشد، گزاره مشهوره از اعتبار بیشتری برخوردار خواهد بود.

متفاوت باشد، نکته محوری آن است که شهرت اثباتی کاشف از واقعیتی اخلاقی است. از این‌رو با تفسیر خوبی و بدی به کمال و نقص، می‌توان گفت شهرت گزاره «خیانت در امانت بد است» در میان مردم ما را به این نتیجه ظنی رهنمون می‌شود که خیانت در امانت موجب نقصان انسان و دوری وی از کمال مطلق (خداوند متعال) می‌شود. منشأ اعتقاد به این کارکرد شهرت اثباتی (اینکه شهرت اثباتی راه اثبات واقعی اخلاقی به نحو ظنی است) آن است که شهرت گزاره اخلاقی این احتمال را افزایش می‌دهد که گزاره اخلاقی از آنجاکه با واقعیت اخلاقی مطابقت داشته مشهور شده است. بنابراین از آنجاکه احتمال دارد شهرت گزاره مزبور مرهون تطابق محکی گزاره با واقعیت اخلاقی باشد، می‌گوییم شهرت اثباتی در این کارکرد راه اثبات ظنی واقعیت اخلاقی است و بر ظنی بودن آن تأکید می‌ورزیم؛ زیرا احتمال مخالف (اینکه شهرت ناشی از امر واقعی نباشد) نیز وجود دارد.

نکته دیگری که اشاره به آن سودمند است، درباره دلیل رجوع و اعتنای مردم به شهرت است. دلیل اعتنای مردم به شهرت و عرف را می‌توان چنین تبیین کرد: از سویی، گزاره‌های اخلاقی بدیهی نیستند و تصدیق آنها نیاز به استدلال دارد (ابن‌سینا، بی‌تا، ص ۶۶) و از سوی دیگر، مردم عادی از ارائه استدلال دقیق بر این گزاره‌ها عاجزند (همان). از این‌رو به شهرت گزاره‌های اخلاقی نزد عقلا استناد می‌کنند و شهرت را نشانه‌ای بر مطابقت آن گزاره با واقع می‌انگارند.

از میان کارکردهای شهرت اثباتی، کارکرد اول و دوم نمی‌توانند مورد پذیرش عدلیه باشند؛ زیرا هر دو کارکرد مزبور مبتنی بر غیرواقع‌نما بودن گزاره‌های اخلاقی‌اند؛ درحالی‌که عدلیه با پذیرش حسن و قبح ذاتی و عقلی به واقع‌نما بودن گزاره‌های اخلاقی اعتقاد دارند.

۳-۱-۵ دیدگاه برگزیده

روشن شد که در دیدگاه صحیح، شهرت معیار ثبوتی ارزش اخلاقی نیست، بلکه کاشف از واقعیتی اخلاقی است که گزاره اخلاقی از آن حکایت می‌کند. در این دیدگاه، معیار ارزش اخلاقی در مقام ثبوت امری واقعی است و در مقام اثبات، اعتقاد بر این است که از راه شهرت می‌توان به خوبی و بدی افعال معرفت یافت. می‌توان «X خوب است» را از طریق اینکه آیا خوب بودن X بین مردم مشهور است یا اینکه آیا عموم مردم X را خوب می‌دانند یا نه تعیین کرد.

بنابراین تنها می‌توان کارکرد سوم را پذیرفت که بر اساس آن شهرت اثباتی راهی برای کشف واقعیت اخلاقی به نحو ظنی است. توضیح آنکه به‌رغم دیدگاه اشاعره در تبیین و تفکیک معانی حسن و قبح، به نظر می‌رسد حسن و قبح بیش از یک معنا ندارد. در حقیقت، حسن به معنای مطلوبیت است.

۱-۶. اسباب شهرت

در کتب منطقی، مواردی بدین شرح به عنوان اسباب شهرت معرفی شده‌اند:

۱-۱-۶. حق بودن

گاهی یک فعل از آن جهت که حقی آشکار است مورد اتفاق همه عقلا قرار می‌گیرد. اولیات و فطریات از این قبیل هستند. به مشهوراتی که به این دلیل شکل می‌گیرند، واجبات‌القبول می‌گویند.

۱-۲-۶. مصلحت عمومی

گاهی مصلحت عمومی اقتضا می‌کند که فعلی حسن یا قبیح شمرده شود. حکم به حسن عدل و قبیح ظلم، از احکامی هستند که به دلیل اقتضای مصلحت عمومی به این اعتبار که موجب حفظ نظام و بقای نوع می‌شوند، مشهور شده‌اند. به مشهوراتی که سبب شهرت آنها مصلحت عمومی است، تأدییات صلاحیه، محمودات و آرای محموده گفته می‌شود.

۱-۳-۶. خلق انسانی

گاهی خلق و خوی انسان سبب شهرت است؛ مانند حکم به وجوب محافظت از وطن یا حکم به حسن شجاعت و کرم و قبح جبن و بخل. خداوند سبحان در قلب هر انسانی حسی قرار داده که به وسیله آن فضیلت را از رذیلت تمیز می‌دهد؛ گرچه این قوه در افراد مختلف به لحاظ شدت و ضعف متفاوت است. علمای اخلاق از این حس به وجدان، قلب، عقل عملی، عقل مستقیم و حس سلیم تعبیر کرده‌اند. به مشهوراتی که سبب شهرتشان خلق انسانی باشد، خلقیات اطلاق می‌شود.

۱-۴-۶. انفعال نفسانی

گاه مردم به سبب انفعالات نفسانی نظیر رقت قلب، مهربانی، دل‌سوزی، حیا و غیرت به حسن یا قبح فعلی حکم می‌کنند. برای مثال حکم می‌کنند به اینکه اذیت کردن حیوان بدون اینکه فایده‌ای داشته باشد قبیح است. همچنین عموم مردم به اقتضای رحمت و شفقت، کسی را که به ضعف و ناتوانان کمک کند مدح می‌کنند؛ به اقتضای غیرت مدافع حریم خانواده و وطن را تحسین می‌نمایند و به اقتضای حیا، کشف عورت را قبیح می‌دانند. به این دسته از احکام اخلاقی که سبب شهرتشان انفعال نفس است، انفعالیات گفته می‌شود.

۱-۵-۶. عادت

گاهی مردم به برخی از افعال عادت کرده‌اند و آن را نیکو می‌دانند؛ مثلاً به احترام فردی که وارد مجلس می‌شود بلند می‌شوند؛ مهمان را اکرام می‌کنند، و یا به عالم دینی احترام می‌گذارند. از آنجاکه عادات

مردم در مناطق مختلف متفاوت است، قضایایی که در آنها بر طبق عرف حکم می‌شود متفاوت است. از این رو گزاره‌های اخلاقی ممکن است در شهر یا منطقه‌ای مشهور باشد، اما در شهر یا منطقه‌ای دیگر مشهور نباشد و حتی ضد آن مشهور باشد. مثلاً ذبح حیوانات در هند قبیح است، اما در دیگر کشورها قبیحی ندارد. مردم کسی را که عادات اجتماعی را رعایت کند، مدح و کسی را که با آن مخالفت کند و آن را کوچک بشمارد سرزنش می‌کنند؛ خواه آن عادات خوب باشد و خواه بد. برای مثال اگر گروه خاصی از افراد به تراشیدن ریش عادت کرده باشند، افرادی را که محاسن بلند دارند مذمت می‌کنند و بر عکس؛ یا اگر پوشیدن نوع خاصی از لباس عادی باشد، فردی را که لباس متفاوتی (لباس شهرت) پوشیده باشد تقیح می‌کنند و یا فردی را که در حال راه رفتن در خیابان غذا می‌خورد و این‌گونه غذا خوردن در شأن صنف وی نیست، مورد ملامت قرار می‌دهند.

البته اینکه این عادات، خود از کجا ریشه می‌گیرند نیز به بررسی نیاز دارد. در اینجا به دو عامل پدیدآورنده عادات اجتماعی اشاره می‌کنیم:

۱. یکی از اسباب عادت خاص، سلطه حاکمان و قهر و جبر آنهاست؛ به این صورت که آنها تمام عقلای خود را مجبور به انجام کاری می‌کنند. عقلای زمان‌های بعد نیز همان روش را پیش می‌گیرند تا اینکه آن روش از مرتکرات آنها می‌شود.

أَنْ يَكُونَ لِقَهْرٍ قَاهِرٍ وَ جَبْرِ سُلْطَانٍ جَائِرٍ قَهْرٍ جَمِيعٍ عَقْلَاءَ عَصْرِهِ عَلَى تِلْكَ الطَّرِيقَةِ وَ اتَّخَذَهَا الْعَقْلَاءُ فِي الزَّمَانِ الْمَتَأَخَّرِ طَرِيقَةً لَهُمْ وَ اسْتَمَرَّتْ إِلَى أَنْ صَارَتْ مِنْ مَرْتَكِبَاتِهِمْ (غروی نائینی، ۱۴۰۹ق، ج ۳، ص ۱۹۲).

البته جائر بودن سلطان در شکل‌گیری عرف موضوعیت ندارد. از این رو عرف می‌تواند ناشی از اراده و تمایل گروهی خاص به اشکال مختلف نظیر انبیا، نظام‌های سیاسی، اداری و حقوقی و مناصب دولتی و قانونی باشد؛ زیرا در امور یادشده جنبه آمرانه لحاظ شده و بدین دلیل، اراده آنها به تدریج بر افکار مردم تأثیر می‌گذارد؛ به گونه‌ای که رعایت آن برای حفظ نظام اجتماعی ضرورت یافته است؛

۲. یکی دیگر از اسباب عادت خاص، راحت‌طلبی و شهوت‌پرستی است. در یک نظرسنجی رسمی، ۵۸ درصد جوانان امریکایی اعلام کرده‌اند که همجنس‌بازی را کار درستی می‌دانند (موسوی بجنوردی، ۱۳۷۹). همچنین ۶۵ تا ۷۵ درصد افراد در برخی کشورهای اروپایی و غربی حتی بدون ازدواج به سبک مسیحی با هم ازدواج می‌کنند (همان).

۱-۶-۶. استقرا

گاه استقرای تام یا ناقص موارد جزئی، زمینه را برای شهرت کارها به خوبی یا بدی فراهم می‌کند. برای نمونه، مردم با دیدن چند پادشاه فقیر و نحوه تعامل آنها با مردم حکم می‌کنند به اینکه پادشاه فقیر ظالم

منابع

ابن سینا، بی تا، *الشفاء (المنطق)*، قم، مکتبه آیت‌الله المرعشی النجفی.

—، ۱۳۵۳، *رساله منطق دانش‌نامه علانی*، تصحیح محمد معین و سیدمحمد مشکوة، تهران، دهخدا.

—، ۱۳۵۷، *النجاه فی الحکمة المنطقية والطبیعیة والالهیة*، قم، مکتبه المرتضویة.

اصفهانى، محمدحسین، ۱۴۲۹ق، *نهایة الدرایة فی شرح الکفایة*، بیروت، مؤسسه آل‌البیت علیه السلام.

سبزواری، هادی، ۱۳۷۲، *شرح الاسماء، او شرح دعاء الجوشن الکبیر*، تحقیق نجفقلی حبیبی، تهران، دانشگاه تهران.

شریفی، احمدحسین، ۱۳۸۸، *خوب چیست؟ بد کدام است؟*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام.

طوسی، خواجه نصیرالدین، بی تا، *شرح الاشارات و التنبیها للمحقق الطوسی*، بی جا، البلاغة.

غروی نائینی، محمدحسین، ۱۴۰۹ق، *فوائد الاصول*، تألیف محمدعلی کاظمی خراسانی، قم، جامعه مدرسین.

لاهیجی، عبدالرزاق، ۱۳۶۴، *سرمایه ایمان*، به کوشش صادق لاریجانی آملی، تهران، الزهراء.

موسوی بجنوردی، سیدمحمد، ۱۳۷۹، «ملاک حقوق زنان و مردان»، *کتاب نقد*، ش ۱۷، ص ۸-۲۳.

مصباح، مجتبی، ۱۳۹۰، *احتمال معرفت‌شناختی*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام.

—، ۱۳۸۷، *بنیاد اخلاق*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام.

مظفر، محمدرضا، ۱۴۰۵ق، *منطق*، قم، فیروزآبادی.

—، ۱۴۱۶ق، *اصول فقه*، قم، المعارف السلامیة.

هولمز، رابرت ال، ۱۳۸۲، *مبانی فلسفه اخلاق*، ترجمه مسعود علیا، تهران، ققنوس.

Foley, Richard, 1998, "justification" in Routledge encyclopedia of philosophy, v. 5, Edward Craig, London, Routledge.

Scanlon, T.M., 1998, "moral justification" in Routledge encyclopedia of philosophy, v. 6, Edward Craig, London, Routledge

است یا تکرار فعل واحد خسته‌کننده است. بسیاری از اوقات مردم برای قضیه یا واقعه‌ای خاص نمونه‌ای در ذهن دارند و تا زمانی که نقض نشده است آن واقعه بین آنها معروف و مشهور است. برای نمونه یک یا چند نفر در مورد عدد سیزده به مشکلی برخوردند و به این ترتیب عدد سیزده به نحس بودن مشهور شده است و یا برای برخی اعراب پس از شنیدن صدای کلاغ یا جغد حادثه‌ای پیش آمده، و پس از آن صدای کلاغ و جغد به شوم بودن اشتها یافته است.

با توضیح اسباب شهرت، فهم این نکته که ظن حاصل از شهرت‌های ناشی از اسباب مزبور به یک اندازه نیست، چندان دشوار به نظر نمی‌رسد؛ زیرا اعتبار شهرتی که منشأ آن حق بودن است و شامل اولیات و فطریات می‌شود، بسیار بیشتر از اعتبار شهرت ناشی از دیگر عوامل است. بنابراین با اطمینان از بدیهی یا نزدیک به بدیهی بودن گزاره مشهوره، می‌توان به آن اعتنا کرد و واقعیت اخلاقی را بدان وسیله کشف نمود. البته روشن است که حتی در این مورد نیز اعتبار شهرت به سبب خود شهرت نیست، بلکه به سبب منشأ آن است. به عبارت دیگر، در واقع و اولاً و بالذات بدهت یا قریب به بدهت بودن گزاره اخلاقی کاشف از واقع است و شهرت، ثانیاً و بالعرض کاشف از واقع اخلاقی است. اعتبار شهرت ناشی از دیگر عوامل نیز وابسته به اعتبار آن عوامل از جهت کاشفیت از واقع است؛ بدین معنا که به همان میزان که مصلحت عمومی، خلق انسانی، انفعال انسانی، عادت و استقرا کاشف از واقع هستند، شهرت ناشی از آنها نیز کاشف از واقع بوده، معتبر است.

۷. نتیجه‌گیری

بررسی دیدگاه‌های شهرت‌گرا از منظر معرفت‌شناختی و به‌ویژه توجیه اخلاقی، حاکی از آن است که در این دیدگاه‌ها به شهرت از منظرهای مختلفی نگریسته شده است. با تفکیک کارکرد شهرت در دیدگاه‌های مزبور، این نتیجه به دست آمد که در صورتی که شهرت اثباتی راهی برای کشف شهرت ثبوتی تلقی شود و یا طریقی برای کشف ظنی امر غیرواقعی دیگری به جز شهرت قلمداد گردد، نمی‌تواند توجیه‌گر گزاره‌های اخلاقی باشد؛ اما در صورتی که شهرت روشی ظنی برای کشف امری واقعی به‌شمار آید، می‌تواند کاشف از گزاره‌های اخلاقی باشد و به عنوان راه تشخیص احکام اخلاقی مطرح شود. البته کاشفیت شهرت از واقع به اعتبار کاشفیت منشأ شهرت است و به دیگر سخن، شهرت، با واسطه منشأ آن، کاشف ظنی از واقع است. درجه اعتبار کاشفیت ظنی شهرت نیز به درجه اعتبار کاشفیت منشأ آن بستگی دارد. از این‌رو در صورتی که منشأ شهرت امری بدیهی یا قریب به بدیهی باشد، آن شهرت تا اندازه بسیاری درخور اعتناست و در غیر این صورت از اعتبار شهرت به لحاظ کاشفیت از واقع کاسته می‌شود.